

**ANALISIS PERENCANAAN DAN PENGENDALIAN PEMASARAN
TERHADAP PENDAPATAN PADA DIREKTORAT
SIMPAN PINJAM PUSKUD HASANUDDIN
DI MAKASSAR**



Dajukan Oleh :

ANDI FARMAN
4597012112

SKRIPSI
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar
Sarjana
Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS 45
MAKASSAR
2004

HALAMAN JUDUL

**ANALISIS PERENCANAAN DAN PENGENDALIAN PEMASARAN
TERHADAP PENDAPATAN PADA DIREKTORAT
SIMPAN PINJAM PUSKUD HASANUDDIN
DI MAKASSAR**



**Diajukan Oleh :
ANDI FARMAN
4597012112**

**SKRIPSI
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi**

**FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS 45
MAKASSAR
2004**



HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Perencanaan dan Pengendalian Pemasaran Terhadap Pendapatan pada Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin di Makassar

Nama Mahasiswa : ANDI FARMAN

Nomor Stambuk : 4597012112

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Menyetujui :

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. M. JUSNI, MSi

MIAH SAID, SE, MSi

MENGETAHUI DAN MENGESAHKAN:
Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Universitas "45" Makassar

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas "45"

Ketua Jurusan Manajemen

HAERUDDIN SALEH, SE, MSi

HERMINAWATY A, SE, MM

Tanggal Pengesahan

HALAMAN PENERIMAAN



Pada Hari / Tanggal : Rabu / 04 Agustus 2004
Skripsi Atas Nama : A. Farman
No. Stambuk : 45 9701 2112

Telah diterima oleh Panitia Ujian Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas "45" Makassar untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Negara (S1) pada Jurusan Manajemen.

PANITIA UJIAN SKRIPSI

Pengawas Umum : Prof. Dr. Rachmad Baro, SH, MH (Rektor Universitas "45" Mks) (.....)

Ketua : Haeruddin Saleh, SE, MSi (Dekan Fak. Ekonomi Univ. "45") (.....)

Sekretaris : Seri Suriani, SE (.....)

Penguji : 1. H. M. Idris, SE, MSi (.....)

2. Miah Said, SE, MSi (.....)

3. Haeruddin Saleh, SE, MSi (.....)

4. Herminawaty, SE, MM (.....)

[Handwritten signatures and initials corresponding to the list of examiners and officials.]

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat Rahmat dan Hidayah-Nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini sebagai tugas akhir untuk mencapai gelar sarjana ekonomi (SE) pada Fakultas Ekonomi Universitas "45" Makassar. Juga tak lupa penulis haturkan salam dan taslim kepada Rasulullah Muhammad Saaw serta keluarganya yang suci dan disucikan Allah SWT.

Penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada kedua orang tua tercinta H.Andi Basma dan Hj. Andi Batari Banna, atas dorongan, doa serta dana sokongannya. Ucapan terima kasih juga penulis tujukan kepada Drs. M. Jusni, Msi selaku pembimbing I dan ibu Miah Said, SE, MSi selaku pembimbing II, atas kritikan, dorongan, saran dan kebijaksanaannya.

Terima kasih pula Kepada Pimpinan Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin Makassar Bapak Drs.H.A.Halim beserta staf dan seluruh karyawan/karyawati atas kerjasama dan segala bantuannya selama penelitian berlangsung.

Terakhir, ucapan terima kasih penulis haturkan kepada Keluarga besar kakanda Drs. Andi Wanua Tangke atas bantuan dan fasilitas yang diberikan, Warga Jl. Abdullah Dg Sirua lorong 3 no. 39 atas keramahtamahannya, teman-teman KRITIS atas kritikan, sugestinya serta masukan-masukannya, penghuni tetap dan tidak tetap Btn. Minasa Upa A4. no 21, juga kepada Alam dan Dingin malam atas segala inspirasi langsung terhadap penyelesaian skripsi ini.

Dan akhirnya penulis juga sadar bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan meskipun telah menerima bantuan dari berbagai pihak dan apabila terdapat kesalahan-kesalahan dalam penulisan skripsi ini maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis dan bukan para pemberi bantuan. Oleh karenanya kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat diharapkan untuk lebih menyempurnakan penulisan skripsi ini.

Makassar, 23 Februari 2004

Penulis

UNIVERSITAS
BOSOWA



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PENERIMAAN.....	iii
PRAKATA.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
LATAR BELAKANG.....	1
RUMUSAN MASALAH.....	3
TUJUAN PENELITIAN.....	3
MANFAAT PENELITIAN.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1. Kerangka Teori.....	5
2.1.1. Pengertian Pemasaran.....	5
2.1.2. Perencanaan Pemasaran.....	8
2.1.3. Pengendalian Pemasaran.....	9
2.1.4. Hubungan antara Fungsi-fungsi Perencanaan dan Pengendalian.....	19
2.1.5. Pengertian Pendapatan.....	14
2.1.6. Pengertian Kredit.....	14
2.1.7. Analisis Kredit.....	14
2.1.8. Kebijakan Kredit.....	20
2.1.9. Monitoring Kredit.....	23
2.2. Kerangka Pikir.....	25
2.3. Hipotesis.....	27

BAB III	METODE PENELITIAN.....	28
	3.1. Daerah Penelitian.....	28
	3.2. Metode Pengumpulan Data.....	28
	3.3. Jenis dan Sumber Data.....	29
	3.4. Metode Analisis.....	29
	3.5. Defenisi Operasional.....	30
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS.....	32
	4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	32
	4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	32
	4.1.2. Struktur Organisasi Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin.....	33
	4.1.3. Jenis Usaha Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin.....	35
	4.1.4. Prosedur Pelayanan Kredit Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin.....	35
	4.1.5. Monitoring Kredit Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin.....	38
	4.1.6. Kebijakan Pemasaran Direktorat Simapan Pinjam PUSKUD Hasanuddin.....	40
	4.2. Deskripsi Data.....	41
	4.3. Analisis Data.....	43
	4.3.1. Analisis Perbandingan Rencana Penjualan dan Realisasi.....	43
	4.3.2. Analisis Tingkat Perputaran Piutang.....	45
	4.3.3. Analisis Umur Rata-rata Piutang.....	46
	4.3.4. Analisis Total Assets Turn Over.....	48
	4.3.5. Tingkat Kredit Bermasalah.....	50
	4.3.6. Analisis Return On Equity (ROE).....	51

BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	54
5.1.	Simpulan.....	54
5.2.	Saran-saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA.....		56
NERACA GABUNGAN.....		57
LAPORAN RUGI LABA.....		58



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Pengaruh standar kredit diperketat.....	20
Tabel 2.2. Pengaruh potongan tunai.....	21
Tabel 2.3. Pengaruh perubahan potongan tunai.....	21
Tabel 2.4. Pengaruh periode kredit.....	22
Tabel 2.5. Pengaruh pengumpulan piutang diperketat.....	22
Tabel 4.1. Sisa hasil usaha Puskud Hasanuddin dari tahun 1999-2002.....	41
Tabel 4.2. Jumlah nasabah pada DSP Puskud Hasanuddin.....	42
Tabel 4.3. Tingkat biaya perusahaan.....	42
Tabel 4.4. Perbandingan rencana pemasaran dan realisasi.....	43
Tabel 4.5. Tingkat kredit bermasalah.....	50

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG MASALAH

Perekonomian Indonesia yang porak poranda akibat hancurnya sistem konglomeransi yang selama ini diterapkan, menyadarkan masyarakat dan pemerintah akan pentingnya suatu sistem yang berlandaskan pada ekonomi kerakyatan.

Semangat perkoperasian mulai ditumbuh kembangkan yang diawali pemberian keluasaan beroperasi pada koperasi. Dan masyarakat menunjukkan antusiasnya dengan maraknya koperasi-koperasi yang didirikan dalam berbagai macam bentuk, salah satunya simpan pinjam.

Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin adalah salah satu koperasi yang telah lama berdiri dan dibentuk sebagai jawaban atas tuntutan kebutuhan anggotanya dalam hal pelayanan sektor pembiayaan modal usaha yang dikelola oleh koperasi dan non koperasi yang berbadan hukum.

Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin yang dalam operasionalnya memakai sistem perbankan dengan dukungan komputerisasi, merupakan koperasi percontohan di Indonesia Timur. Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin yang kegiatan kesehariannya melayani pemberian kredit

kepada koperasi dan badan usaha yang berbadan hokum dan menjadi kreditur tetap bagi PUSKUD Hasanuddin Sulawesi Selatan, mengemban suatu misi. Misi yang diemban oleh Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin adalah sebagai koperasi percontohan di wilayah Indonesia Timur, keberhasilannya sangat tergantung dari kemampuan manajemen pemasaran dalam perencanaan dan pengendalian pemasaran sehingga Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin nantinya benar-benar menjadi pioner di dunia perkoperasian yang beroperasi dengan sistim perbankan.

Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin hingga saat ini masih mampu untuk eksis dalam dunia perkoperasian dan bersaing dengan dunia perbankan. Hal ini tentulah bukan suatu kebetulan tetapi sesuatu yang diusahakan.

Kemampuan Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin dalam menghadapi berbagai situasi sangat ditentukan oleh keefektifan perencanaan dan pengendalian pemasaran yang dilakukan. Dalam hal ini tingkat pendapatan merupakan tolok ukur bagi keefektifan dan keefisienan atas perencanaan dan pengendalian pemasaran yang dilakukan.

Karena itu penulis tertarik untuk membahas keefektifan perencanaan dan pengendalian pemasaran yang diterapkan oleh Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin dalam skripsi dengan judul "Analisis Sistim Perencanaan dan

Pengendalian Pemasaran terhadap tingkat pendapatan pada direktorat simpan pinjam PUSKUD Hasanuddin”.

1.2. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan dari latar belakang yang dikemukakan di atas maka penulis mencoba untuk memaparkan efektifitas perencanaan dan pengendalian pemasaran Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin dengan memfokuskan diri pada satu masalah yaitu “ apakah sistim perencanaan dan pengendalian pemasaran yang diterapkan dapat meningkatkan pendapatan Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin”.

1.3. TUJUAN PENELITIAN

Penelitian yang penulis lakukan pada Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin bertujuan sebagai berikut :

- a. Untuk mendapatkan gambaran secara global dan rinci tentang sistem perencanaan dan pengendalian pemasaran Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin.
- b. Untuk memperoleh data yang nantinya dijadikan sebagai acuan dalam melakukan penganalisan.
- c. Untuk memperoleh gambaran umum tentang kegiatan usaha dan saluran pemasaran yang dipakai serta hal – hal yang berhubungan dengan kegiatan usaha direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin.

1.4. MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian pada direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin adalah sebagai berikut :

- a. Penulis dapat memperoleh segala tujuan penelitiannya dan membandingkan pengetahuan yang diperoleh dibangku perkuliahan dengan realitas dilapangan.
- b. Hasil penelitian yang disajikan penulis dalam bentuk informasi dapat dimanfaatkan oleh direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin dan orang – orang yang tertarik pada perkoperasian khususnya dalam perencanaan dan pengendalian pemasaran sebagai masukan dan referesi.
- c. Penulis menemukan pengalaman dan pengetahuan baru tentang dunia usaha khususnya dalam perkoperasian.
- d. Dapat meningkatkan minat penulis untuk berkecimpung dalam usaha yang sejenis.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. KERANGKA TEORI

2.1.1. Pengertian Pemasaran

Philip Kotler (1999) mengemukakan pengertian pemasaran adalah “suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai”.

Dengan kata lain seorang individu dituntut untuk melakukan aktualisasi potensi diri dan kreatifitas didalam berinteraksi dengan yang lain untuk memenuhi kebutuhan dirinya dan kelompoknya dalam melakukan penciptaan dan pertukaran. Karena itu pemasaran merupakan bentuk integrasi dalam sosial dan sekaligus merupakan bentuk integritas individu.

Pemasaran sangat erat kaitannya dengan konsep pemasaran atau acuan dalam memenuhi kebutuhan pasar oleh suatu perusahaan. Perusahaan yang satu dengan lainnya memiliki konsep pemasaran yang berbeda tergantung dari situasi dan kondisi perusahaan masing-masing.

Adapun konsep-konsep pokok pemasaran adalah sebagai berikut :

1. Konsep produksi adalah konsumen akan mendukung produk yang tersedia dengan harga terjangkau, manajemen harus meningkatkan efisiensi produksi dan distribusinya.
2. Konsep produk adalah konsumen akan menerima produk yang memberikan segala yang terbaik dalam hal kualitas, penampilan dan ciri-ciri produk, olehnya manajemen melakukan penyempurnaan produk terus-menerus.
3. Konsep penjualan konsumen tidak akan membeli suatu produk jika manajemen tidak melakukan usaha penjualan dan promosi.
4. Konsep pemasaran konsumen akan membeli jika suatu produk merupakan keinginan dan kebutuhan pasar serta memberi kepuasan yang lebih efisien dan efektif dibanding para pesaing.

Walaupun konsep pemasaran yang diterapkan berbeda-beda namun tugas pemasaran secara umum adalah sebagai berikut :

1. Mempengaruhi tingkat permintaan
2. Mempengaruhi komposisi permintaan
3. Mempengaruhi jangkauan waktu permintaan

Akan tetapi tugas pemasaran diatas "...tergantung dari keadaan permintaan". Philip Kotler (1999). Keadaan permintaan yang dimaksud adalah sebagai berikut :

1. Permintaan Negatif. Manajemen pemasaran bertugas untuk menganalisis alasan dasar dan menemukan jalan keluar untuk mengubah keadaan itu.

2. Tidak ada Permintaan. Manajemen pemasaran bertugas untuk menemukan jalan guna menghubungkan manfaat produk itu dengan kebutuhan dan minat alamiah seseorang.
3. Permintaan terpendam. Manajemen pemasaran bertugas untuk mengukur besar kecilnya pasar potensial dan mengembangkan produk yang bisa memuaskan permintaan itu.
4. Permintaan menurun. Manajemen pemasaran bertugas untuk meningkatkan kembali permintaan melalui penyempurnaan dan perbaikan pemasaran produk secara kreatif.
5. Permintaan tak teratur. Manajemen pemasaran bertugas untuk menemukan cara dan mengubah pola waktu permintaan melalui penentuan harga yang luwes, promosi dan berbagai perangsang lainnya.
6. Permintaan stabil. Manajemen pemasaran bertugas untuk mempertahankan tingkat permintaan dalam menghadapi perubahan selera konsumen dan peningkatan persaingan.
7. Permintaan berlimpah. Manajemen pemasaran bertugas untuk demarketing, yaitu menurunkan permintaan selama jangka waktu tertentu.
8. Permintaan tak sehat. Manajemen pemasaran bertugas untuk menyadarkan masyarakat yang menyukai produk tersebut dengan menaikkan harga produk tinggi-tinggi dan mengurangi penyediaan.

2.1.2. Perencanaan Pemasaran

Perencanaan pemasaran adalah “suatu fungsi atau teknik manajemen yang dinamis untuk mempersiapkan organisasi guna menghadapi perubahan terus menerus yang terjadi di dalam lingkungan perusahaan” Philip Kotler (1999).

Sistem perencanaan pemasaran, meliputi rencana strategis dan rencana pemasaran, merupakan program-program yang dibuat berdasarkan hasil analisis situasi baik secara makro maupun secara mikro.

Perencanaan pemasaran tersusun dari unsur-unsur yang saling terkait satu dengan yang lain. “...Keterkaitan unsur-unsur tersebut menjadi suatu kekuatan bagi manajemen untuk mencapai tujuan yang direncanakan” M. Mursid (1997). Adapun unsur-unsur rencana pemasaran adalah sebagai berikut:

1. Rangkuman penatalaksanaan
2. Analisis situasi
3. Tujuan dan sasaran
4. Penegasan strategi
5. Program kegiatan
6. Anggaran
7. Pengawasan

Suatu perencanaan yang logis “...membantu perusahaan untuk mengantisipasi dan merespon dengan cepat perubahan-perubahan lingkungan dan

untuk lebih baik mempersiapkan diri dalam menghadapi perkembangan yang mendadak M. Mursid (1997).

Secara detail manfaat perencanaan pemasaran adalah sebagai berikut :

1. Membantu manajemen untuk mengadaptasi dan menyesuaikan diri dengan lingkungan yang berubah.
2. Membantu dalam mengkristalisasi kesepakatan atas perkara-perkara yang utama.
3. Memungkinkan manajer melihat gambaran operasi secara keseluruhan dengan lebih jelas.
4. Ikut mendorong partisipasi anggota karena memberi arah, tanggung jawab dan memotivasi.
5. Mengurangi kerja kira-kira.
6. Menghemat waktu, usaha dan biaya.
7. Memberi keteraturan pada operasi.
8. Memberi sasaran yang lebih spesifik dan lebih jelas.

2.1.3 Pengendalian Pemasaran

Pengendalian pemasaran adalah “suatu teknik manajemen yang menjamin efisiensi dan efektifitas perusahaan dalam mengawasi dan mengontrol kegiatan-kegiatan pemasaran secara terus menerus” Philip Kotler (1999). Sistem pengendalian pemasaran sangat penting dalam menciptakan dan meningkatkan efisiensi dan efektifitas perusahaan.

Persepsi pengendalian sebagai suatu latihan kekuatan dapat menciptakan suatu tanggapan emosional yang mengakibatkan disfungsional dan perilaku kaku yang tak diinginkan pada hal pengendalian adalah suatu proses pengambilan keputusan yang dimaksudkan untuk mempengaruhi perilaku yang baik untuk suatu organisasi.

Evolusi pengendalian dari sifat kekuatan yang memaksa menjadi perilaku menuju suatu peranan fungsional dari berbagai penggunaan. Wiliam Traver Jerome III mencoba mengklasifikasikan berbagai penggunaan pengendalian antara lain sebagai berikut :

1. Pengendalian yang digunakan untuk menstandarisir perperforma agar meningkatkan efisiensi dan memperkecil biaya termasuk diantaranya studi waktu dan gerak, inspeksi, prosedur yang tertulis atau jadwal produksi.
2. Pengendalian untuk mengamankan aktiva perusahaan dari pencurian, pemborosan dan penyalahgunaan. Pengendalian demikian secara tipikal akan menekankan pembagian tanggung jawab, pemisahan operasional, aktifitas penyimpanan dan akuntansi, dan sistim otorisasi dan catatan yang memadai.
3. Pengendalian yang digunakan untuk menstandarisasi mutu agar memenuhi spesifikasi dan standar mutu sebagai tolok ukur yang digunakan untuk memelihara integritas produk.

4. Pengendalian yang didesain untuk menentukan batasan yang didalamnya terdapat wewenang yang didelegasi yang dapat dijalankan tanpa persetujuan manajemen puncak.
5. Pengendalian yang digunakan untuk mengukur laporan khusus, laporan perjam atau karyawan, pemeriksaan intern, anggaran dan biaya standar.
6. Pengendalian yang digunakan untuk perencanaan dan operasi pemrograman termasuk penjualan dan ramalan penjualan, anggaran, berbagai standar biaya, dan berbagai standar pengukuran kerja.
7. Pengendalian yang diperlukan untuk memungkinkan manajemen puncak mempertahankan berbagai macam rencana perusahaan dan program dalam keseimbangan. Pengendalian demikian akan memberikan modal yang diperlukan untuk operasi sekarang dan jangka panjang untuk memaksimalkan laba.
8. Pengendalian yang didesain untuk memotivasi individual dalam suatu perusahaan untuk berkontribusi usaha mereka yang terbaik mencakup cara-cara mengakui pencapaian melalui hal-hal seperti promosi, hadiah untuk usulan, beberapa bentuk pembagian laba.

Pengendalian pemasaran bukanlah suatu proses tunggal melainkan suatu proses yang berkesinambungan antara satu jenis pengendalian pemasaran dan jenis pengendalian pemasaran lainnya. "...Pengendalian pemasaran bisa dibedakan dalam

empat jenis”, Philip Kotler (1999). Jenis pengendalian pemasaran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Pengendalian rencana tahunan. Pengendalian ini bertujuan untuk menguji apakah hasil yang direncanakan tercapai.
2. Pengendalian kemampulabaan. Pengendalian ini bertujuan untuk memeriksa dimana perusahaan mengalami keuntungan atau menderita kerugian.
3. Pengendalian efisiensi. Pengendalian ini berfungsi untuk mengevaluasi dan meningkatkan efisiensi pengeluaran dan dampak pengeluaran-pengeluaran pemasaran.
4. Pengendalian strategis. Pengendalian ini untuk mengkaji apakah perusahaan mengambil peluang-peluang yang terbaik dalam pasar, produk dan saluran.

Proses pengendalian manajemen meliputi tiga tahap yaitu tahap perencanaan, tahap pelaksanaan dan tahap penilaian. Tahap-tahap ini terjadi sebelum, selama dan setelah kejadian. Selain itu ketika fase ini terjadi diberbagai tingkat dalam suatu organisasi, dari manajemen puncak ke unit operasi yang paling kecil.

Tiga tahap proses perencanaan dan pengendalian yang digunakan di dalam organisasi adalah sebagai berikut :

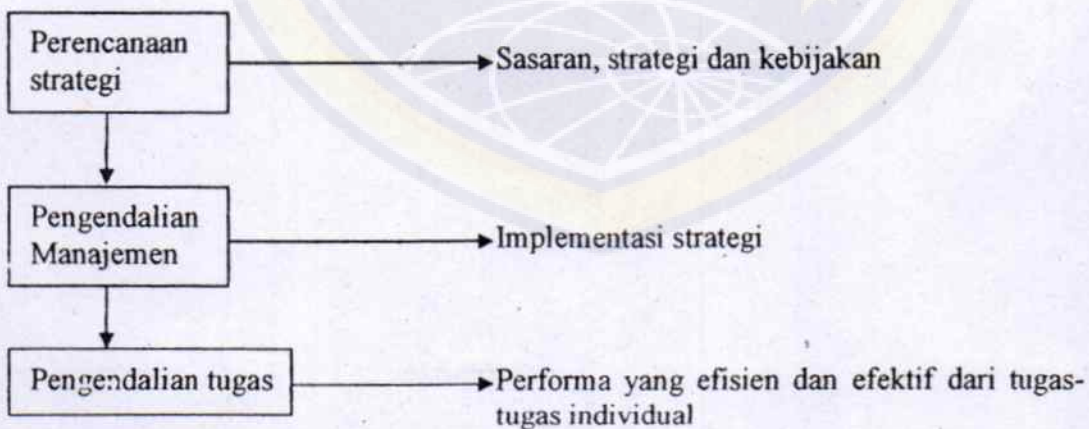
1. Perencanaan dan pengendalian strategi yaitu proses memutuskan dan menilai tujuan organisasi, serta formulasi dan strategi-strategi umum yang digunakan untuk mencapai tujuan organisasi.

2. Pengendalian manajemen yaitu proses yang dilakukan manajemen untuk memastikan organisasi melakukan strategi-strateginya.
3. Pengendalian tiga adalah proses memastikan tugas-tugas tertentu telah dilaksanakan secara efektif dan efisien.

2.1.4. Hubungan Antara Fungsi-fungsi Perencanaan dan Pengendalian

Proses perencanaan dan pengendalian adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan dan merupakan satu kesatuan yang saling menunjang. Perencanaan harus disertai pengendalian dan pengendalian harus diawali dengan perencanaan. Hubungan umum fungsi-fungsi perencanaan dan pengendalian dapat dilihat pada skema sebagai berikut :

SKEMA 2.1. HUBUNGAN FUNGSI PERENCANAAN DAN PENGENDALIAN



Sumber : Aminin Widjaja Tunggal

2.1.5. Pengertian Pendapatan

Pendapatan dapat dilihat dari berbagai segi. Namun penulis dalam hal ini menitikberatkan pada segi keuntungan kotor atau keuntungan penjualan. Menurut Dumary (1999) Pendapatan adalah jumlah balas jasa yang diterima oleh faktor-faktor produksi yang turut serta dalam proses produksi meliputi upah dan gaji, sewa tanah, bunga modal dan keuntungan.

2.1.6 Pengertian Kredit

Kredit adalah "Penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara kreditur dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu dengan jumlah bunga, imbalan atau pembagian hasil keuntungan" |A| (1994).

2.1.7 Analisis Kredit

Analisis adalah "suatu proses memilah suatu permohonan kredit yang diajukan oleh debitur sehingga kredit yang diajukan dapat memberi keyakinan akan kelayakan proyek yang dibiayai" Lukman Dendawijaya (2000).

Analisis kredit "...terdiri dari dua tahap yaitu tahap analisis kualitatif dan tahap analisis kuantitatif" |A| (1994). Kedua tahap analisis tersebut saling melengkapi untuk menentukan kelayakan pemberian kredit secara obyektif.

Analisis Kualitatif. Analisis ini lebih "...dikenal dengan istilah pendekatan lima C" [A] (1994). Lima tersebut adalah sebagai berikut :

1. Character. Analis harus mengetahui calon nasabah benar-benar dapat dipercaya dan beritikad baik untuk mengembalikan pinjaman. Hal-hal yang diperhatikan dalam analisis watak antara lain :

- a. Riwayat hubungan dengan kreditur.
- b. Riwayat peminjam.
- c. Reputasi dalam bisnis dan keuangan.
- d. Manajemen.

2. Capacity. Analisis ini untuk mengukur kemampuan membayar peminjam. Ini dapat diukur dengan menggunakan :

- a. Gross Operating Fund Generation (GOFG) didapat dari penjumlahan laba bersih dan biaya penyusutan. Ini mencerminkan jumlah surplus dana yang tersedia di perusahaan.
- b. Interest Coverage Ratio (IRC) didapat dengan membandingkan pendapatan sebelum bunga dan pajak dengan biaya bunga.

3. Capital. Analisis ini untuk mengetahui kemampuan sendiri perusahaan dalam menanggung beban resiko yang mungkin dialami perusahaan. Indikator kemampuan ini adalah rasio hutang terhadap modal (debt equity ratio). DER yang tinggi menunjukkan rendahnya kemampuan perusahaan beban pembiayaan.

4. **Collateral.** Agunan menjadi pertimbangan dalam pemberian pinjaman hanya sekedar untuk memberi jaminan pada pihak kreditur bila debitur tidak sanggup lagi melaksanakan kewajibannya hingga batas waktu tertentu. Nilai agunan biasanya lebih besar dari pinjaman.
5. **Condition.** Kondisi yang dimaksud adalah faktor-faktor yang berada diluar kemampuan perusahaan untuk mempengaruhinya namun mempunyai pengaruh yang dominan terhadap keberhasilan kegiatan perusahaan.

Analisis Kuantitatif. Analisis ini "...untuk memahami usaha calon peminjam melalui laporan keuangan beserta catatan penjelasnya" [A] (1994). Ini penting untuk menghindari kesalahan dalam pemberian putusan kredit. Adapun analisis kuantitatif itu berupa :

Mengidentifikasi Aspek-aspek Laporan Keuangan. Proses ini dilakukan dengan memperhatikan hal-hal sebagai berikut :

1. **Neraca Akhir.** Neraca akhir melaporkan keadaan keuangan perusahaan pada suatu tanggal tertentu. Neraca Akhir memberikan informasi tentang kekayaan suatu perusahaan dan kewajiban yang harus dibayar.
2. **Laporan Rugi / Laba.** Laporan R/L menunjukkan hasil operasi perusahaan selama satu periode. Laporan R/L merupakan ringkasan sumber penghasilan serta biaya yang dikeluarkan. Penghasilan yang diperoleh dari penjualan barang dipandang sebagai sumber peningkatan kekayaan calon nasabah.

Menganalisis Laporan Keuangan. Proses ini dengan menggunakan alat bantu analisis berupa :

I. Analisis rasio keuangan. Alat analisis yang dapat digunakan berdasarkan tujuan analisis adalah sebagai berikut :

a) Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas membandingkan berbagai indikator laba perusahaan dengan beberapa ukuran kegiatan perusahaan atau dengan ukuran investasi. Pada saat laba diambil sebagai perbandingan dengan penjualan, kreditur dapat melihat kemampuan perusahaan memperoleh laba dari penghasilan perusahaan. Ketika laba dikaitkan dengan investasi, kreditur dapat menilai efisiensi perusahaan dalam mempergunakan aktiva atau modal.

b) Rasio Perputaran

Rasio perputaran ini menunjukkan kemampuan aktiva untuk menghasilkan volume penjualan. Pemutus kredit sering kali mempergunakan rasio perputaran pada total aktiva, aktiva tetap, piutang dagang dan persediaan.

c) Rasio Likuiditas

Rasio likuiditas mengukur kemampuan perusahaan calon nasabah untuk memenuhi kewajiwannya jangka pendeknya dengan menggunakan sebagian dari aktiva lancar.

d) Leverage Ratio

Leverage ratio menunjukkan penggunaan hutang oleh perusahaan. Penilaian terhadap hutang penting karena hutang adalah kewajiban yang berdasarkan suatu kontrak untuk membayar bunga tetap dan angsuran pokok yang apabila tidak mampu memenuhi kewajiban dapat menyebabkan eksekusi jaminan oleh kreditor.

2. Analisis Cash Flow. Yang perlu diperhatikan dalam analisis cash flow adalah sebagai berikut :

a) Laba Kas

Laba kas adalah laba bersih perusahaan setelah disesuaikan dengan biaya non kas. Kreditor memandang laba kas sebagai kemungkinan sumber kas yang pertama untuk membayar kembali kredit dan mempertahankan kelangsungan operasi perusahaan calon debitur.

b) Keseimbangan Pertumbuhan Aktiva

Pertumbuhan aktiva dipengaruhi oleh sifat-sifat dari industri dan kebijakan manajemen. Aktiva lancar normalnya berubah searah dengan penjualan. Bagian operasional dari laporan cash flow menekankan pertumbuhan pada piutang dagang, persediaan dan aktiva lancar lainnya. Kreditor akan melihat apakah perubahan tersebut sesuai dengan pertumbuhan penjualan.

c) Pola Kebutuhan Dana

Pertumbuhan aktiva yang terlihat pada laporan cash flow menunjukkan jenis kebutuhan dana perusahaan calon debitur. Apabila penggunaan dana untuk

kebutuhan operasional maka kebutuhan dananya untuk mendukung operasional dan penjualan. Apabila penggunaannya untuk kegiatan non operasional, maka mungkin perusahaan memusatkan alokasi dana untuk pabrik dan kegiatan restrukturisasi modal.

d) Keseimbangan Pada Sumber Dana

Kreditur dapat mengetahui apakah sebuah perusahaan telah mencapai keseimbangan pada sumber dana melalui laporan cash flow. Pada umumnya akan terdapat keseimbangan dalam dua cara. Yang pertama adalah kebutuhan operasional akan imbang dengan sumber operasional. Yang kedua adalah tidak akan terlalu percaya hanya pada satu sumber dana dalam hal ini adalah hutang.

Di dalam menganalisis cash flow tentu senantiasa memperhatikan keterbatasan laporan cash flow. Keterbatasan Laporan cash flow antara lain :

1. Laporan cash flow adalah suatu alat untuk mengetahui kelemahan-kelemahan yang umum sifatnya, paling cocok untuk mengetahui pola suatu industri dan sifat-sifat perusahaan serta kebijakan manajemen keuangan perusahaan.
2. Laporan cash flow hanya memandang pada saldo akhir tahun laporan keuangan saldo tersebut kemungkinan sifatnya tidak tetap dan tidak mewakili periode tersebut.
3. Pada umumnya pemutus kredit tidak dapat membuat persyaratan kredit yang khusus dengan sumber dana yang khusus pula. Dalam dunia usaha, dana biasanya ditampung dan tidak dipisahkan untuk penggunaan tertentu.

2.1.8 Kebijakan Kredit

Usaha perkreditan dalam meningkatkan pendapatan sangat ditentukan oleh strategi pemasaran yang diterapkan dalam mempengaruhi pasar. Strategi pemasaran tersebut "...merupakan penetapan langkah kebijakan yang disebut kebijakan kredit" Lukman Syamsuddin (2002).

Standar kredit. Standar kredit jika diperlunak maka akan mempengaruhi peningkatan volume penjualan dan meningkatkan investasi dalam piutang serta menambah kerugian piutang akan tetapi jika standar kredit diperketat maka volume penjualan akan turun dan investasi dalam piutang akan turun serta kerugian piutang akan turun. Pengaruh standar kredit jika diperketat terhadap pendapatan dapat digambarkan pada tabel sebagai berikut :

TABEL 2.1 PENGARUH STANDAR KREDIT DIPERKETAT

Keterangan	Naik (N) atau Turun (T)	Pengaruh atas Pendapatan
Volume Penjualan	(N)	Positif
Rata-rata Pengumpulan Piutang	(N)	Negatif
Kerugian Piutang	(N)	Negatif

Sumber : Lukman Syamsuddin

Persyaratan Kredit (credit Term). Credit term menunjuk kepada termyn pembayaran kredit, misalnya dinyatakan 2/10 net 30 berarti pembayaran yang dilakukan paling lambat 10 hari sesudah awal periode kredit akan mendapatkan potongan sebesar 2% namun jika dalam 10 hari itu tidak dilakukan pembayaran maka

$\pi = TR - T$

+

diharuskan membayar dalam 30 hari sesudah awal periode kredit. Credit term ini meliputi tiga hal yaitu sebagai berikut:

a) Potongan tunai

Dengan adanya pemberian potongan tunai maka tingkat pendapatan suatu badan usaha perkreditan akan terpengaruh sebagai mana yang dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

TABEL.2.2 PENGARUH POTONGAN TUNAI

Keterangan	Naik(N) atau Turun(T)	Pengaruh atas Pendapatan
Volume Penjualan	(N)	Positif
Rata-rata Pengumpulan Piutang	(T)	Positif
Kerugian Piutang	(T)	Positif

Sumber: Lukman Syamsuddin

b) Periode potongan tunai

Dengan adanya perubahan periode potongan tunai maka tingkat pendapatan mengalami perubahan seperti pada tabel berikut :

TABEL.2.3 PENGARUH PERUBAHAN POTONGAN TUNAI

Keterangan	Naik(N) atau Turun(T)	Pengaruh atas Pendapatan
Volume Penjualan	(N)	Positif
Rata-rata Pengumpulan Piutang	(T)	Positif
Kerugian Piutang	(T)	Negatif

Sumber: Lukman Syamsuddin

c) Periode kredit

perubahan periode kredit akan berpengaruh seperti yang tertera pada tabel ini :

TABEL.2.4 PENGARUH PERIODE KREDIT

Keterangan	Naik(N) atau Turun(T)	Pengaruh atas Pendapatan
Volume Penjualan	(N)	Positif
Rata-rata Pengumpulan Piutang	(N)	Negatif
Kerugian Piutang	(N)	Negatif

Sumber: Lukman Syamsuddin

Kebijakan Pengumpulan Piutang. Kebijakan pengumpulan piutang suatu perusahaan adalah merupakan prosedur yang harus diikuti dalam pengumpulan piutang-piutang yang sudah jatuh tempo. Pengumpulan piutang jika diintensifkan maka akan timbul akibat-akibat seperti yang terlihat pada tabel pengaruh pengumpulan piutang diperketat sebagai berikut :

TABEL.2.5 PENGARUH PENGUMPULAN PIUTANG DIPERKETAT

Keterangan	Naik(N) atau Turun(T)	Pengaruh atas Pendapatan
Kerugian Piutang	(T)	Positif
Rata-rata Pengumpulan Piutang	(T)	Positif
Volume Penjualan	0 atau (T)	Tetap atau Negatif
Pengeluaran Untuk Pengumpulan Piutang	(N)	Negatif

Sumber: Lukman Syamsuddin

Dengan bertambahnya pengeluaran untuk melakukan pengumpulan piutang maka akan menurunkan tingkat kerugian piutang serta menurunkan rata-rata pengumpulan piutang. Keadaan demikian menyebabkan tingkat pendapatan akan bertambah namun menurunkan volume penjualan karena bertambahnya beban yang akan ditanggung oleh calon nasabah.

2.1.9. *Monitoring Kredit*

Untuk menjamin tercapainya sasaran pemberian kredit berupa *profitabilitas* maka tahapan pemberian kredit tidak hanya sampai tahap realisasi dan dokumentasi, tetapi harus diikuti dengan pemantauan secara menyeluruh terhadap kredit yang diberikan.

Monitoring kredit adalah “suatu upaya untuk melakukan penilaian atas kesehatan pinjaman dari peminjam yang tidak terbatas hanya pada kinerja kredit tetapi juga terhadap kinerja usaha, yang dilanjutkan dengan rencana tindak lanjut untuk penyelesaian permasalahan” |A| (1994).

Jenis monitoring. Kegiatan *monitoring* dapat dibedakan ke dalam dua jenis *monitoring* antara lain :

1. *Monitoring Portopolio*

Monitoring portopolio merupakan kegiatan pemantauan yang bersifat menyeluruh terhadap kredit yang diberikan, maka pendekatan yang digunakan berupa pendekatan statistik yang juga bersifat menyeluruh terutama untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan berapa jumlah pinjaman, jumlah nasabah,

Jumlah tunggakan pokok, jumlah tunggakan bunga, jumlah pinjaman bermasalah, jumlah pinjaman masing-masing segmen bisnis, jumlah pinjaman per sektor ekonomi, jumlah pinjaman berdasarkan kolektibilitas, berapa produktivitas pinjaman dll. *Monitoring portopolio* dibutuhkan untuk mengambil keputusan yang bersifat umum terhadap pengembangan atau penyelesaian masalah kredit.

2. *Monitoring Individual*

Monitoring individual merupakan kegiatan pemantauan kredit yang bersifat individual untuk menilai kualitas dari masing-masing debitur dan mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk mengantisipasi resiko. *Monitoring kredit* biasanya menyangkut analisis kondisi usaha debitur, kualitas pinjaman saat ini, penyebab timbulnya kredit bermasalah, serta analisis terhadap prospek kualitas pinjaman dimasa akan datang. *Monitoring individual* ini dibutuhkan untuk pengambilan keputusan mengenai bagaimana perlakuan terhadap masing-masing debitur.

Hal-hal yang dimonitor di dalam melakukan *monitoring* dapat diklasifikasikan ke dalam tiga hal yaitu sebagai berikut :

1. Kualitas Usaha Debitur

Monitoring kualitas usaha dilakukan untuk mengetahui sejauh mana perkembangan usaha debitur saat ini dan bagaimana prospek dimasa yang akan datang. *Monitoring* ini akan menilai kemampuan membayar ditinjau dari

Kualitas internal perusahaan. Lingkungan usaha, produk yang dihasilkan, pemasaran, dan kondisi keuangan perusahaan debitur.

2. Kualitas Kredit

Monitoring kualitas kredit menyangkut aktivitas mutasi rekening Koran, pinjaman, tertib pembayaran pokok dan bunga kredit, keluhan-keluhan debitur atas struktur kredit, kondisi fisik agunan, nilai dan prospek agunan, dan kekuatan hukum agunan.

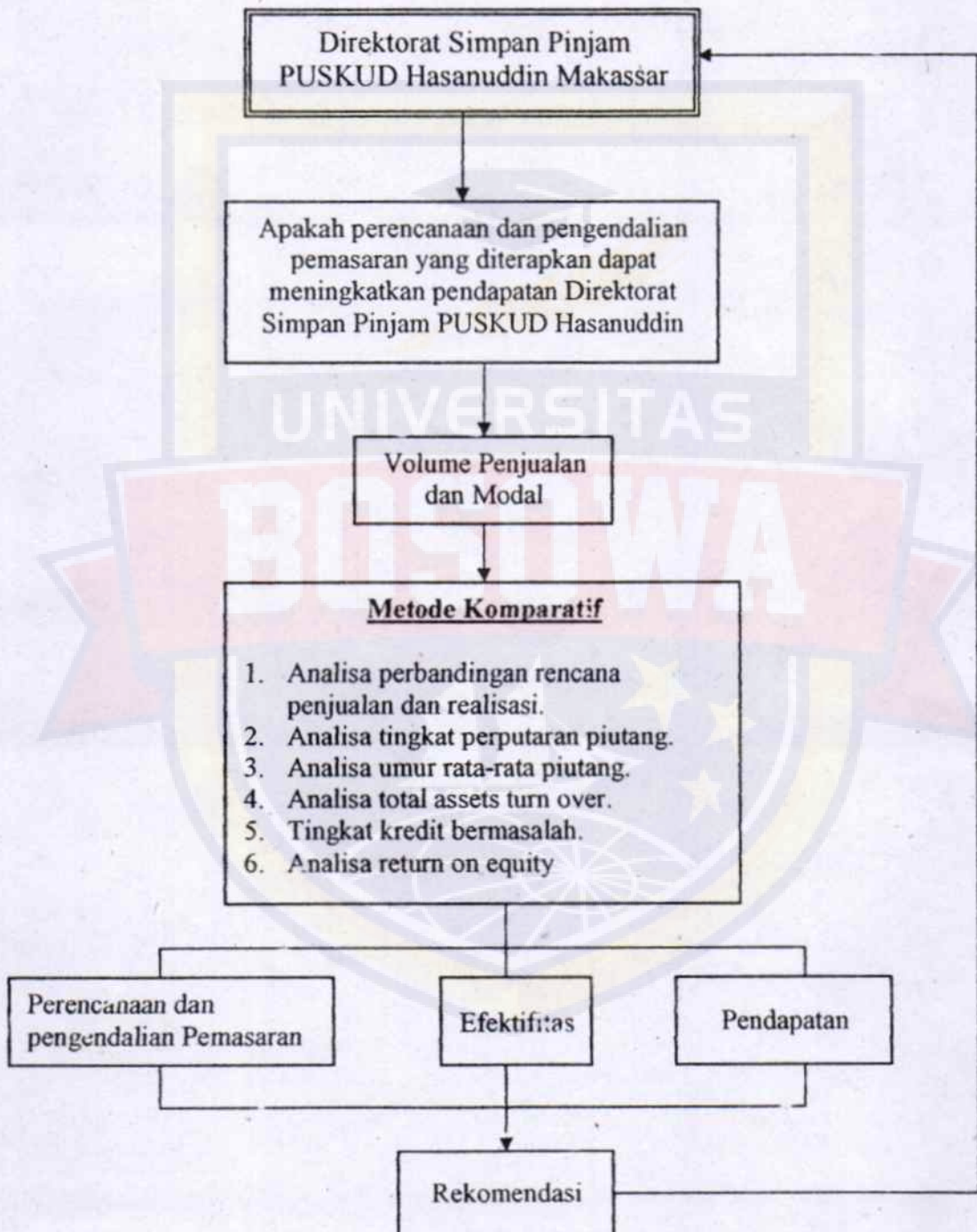
3. Kualitas Dokumentasi

Monitoring kualitas dokumentasi bertujuan untuk memastikan kelengkapan dan keabsahan dokumen yang berkaitan dengan dokumentasi pinjaman, dokumentasi agunan, dan dokumentasi asuransi.

2.2. KERANGKA PIKIR

Efektitas dan efisiensi suatu perencanaan dan pengendalian pemasaran terhadap pendapatan dapat diukur dengan menganalisis realisasi rencana pemasaran yang menunjukkan volume penjualan dan hal-hal yang mempengaruhi penjualan serta menganalisis hal-hal yang berkaitan dengan perencanaan dan pengendalian pemasaran yang berdampak pada pendapatan.

KERANGKA PIKIR



2.3. HIPOTESIS

Adapun hipotesis yang penulisan tarik berdasarkan data yang diperoleh adalah sebagai berikut :

“ Diduga sistem perencanaan dan pengendalian pemasaran yang dijalankan tidak efektif dan efisien dalam meningkatkan pendapatan Direktorat Simpan Pinjam Pusat Koperasi Unit Desa Hasanuddin “.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. DAERAH PENELITIAN

Penulis dalam melakukan penelitian memilih daerah Kota Madya Makassar tepatnya di Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin Jalan Pengayoman Komp. Mirah II No. 14 Tlp. (0411) 435 769 Makassar.

3.2. METODE PENGUMPULAN DATA

Dalam memperoleh data sebagai bahan penunjang utama dalam penyusunan skripsi ini ,penulis menggunakan beberapa cara sebagai berikut :

a. Penelitian Lapangan (Field Research)

Field Research adalah penelitian yang dilakukan secara tidak langsung terhadap objek penelitian melalui Pimpinan dan Staf. Selain itu penulis juga melakukan observasi pada perusahaan sehingga dapat melihat langsung keadaan perusahaan yang sebenarnya.

b. Penelitian Perpustakaan (Library Research)

Library Research adalah penelitian yang dilakukan dengan maksud memperoleh pengetahuan dan landasan teori dari berbagai buku yang mempunyai hubungan dengan penulisan skripsi ini.

3.3. JENIS DAN SUMBER DATA

Adapun dalam penulisan skripsi ini, jenis data yang digunakan oleh penulis adalah :

a. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung dengan Pemimpin dan Karyawan Perusahaan.

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari perusahaan yang merupakan data yang sudah diolah.

3.4. METODE ANALISIS

Berdasarkan dari masalah pokok dan hipotesis, penulis melakukan penganalisisan dengan bantuan analisis sebagai berikut :

Analisi Perbandingan rencana pemasaran dan realisasi pemasaran(1)

Analisis tingkat perputaran piutang(2)

$$\text{Tingkat perputaran piutang} = \frac{\text{Penjualan kredit per tahun}}{\text{Rata-rata piutang}}$$

Analisis umur rata-rata piutang(3)

$$\text{Umur rata-rata piutang} = \frac{\text{Rata-rata piutang}}{\text{Penjualan kredit per tahun}} \times 360$$

Analisis Total assets turn over(4)

$$\text{Total assets turn over} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aktiva}}$$

Analisis Return On Equity(5)

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba bersih sesudah pajak}}{\text{Modal sendiri}}$$

3.5. DEFINISI OPERASIONAL

Untuk mempermudah dan memperjelas penulisan skripsi ini seraf mencegah terjadinya penyebaran fokus tulisan ke mana-mana, maka penulis membatasi diri dalam satu definisi operasional sebagai berikut :

- a). Manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan tertentu. Atau dengan kata lain manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian.
- b). Manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, penerapan dan pengendalian terhadap program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran dan hubungan yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi.

- c) Perencanaan pemasaran adalah suatu fungsi dalam manajemen yang dinamis guna menghadapi perubahan-perubahan menerus yang terjadi di dalam lingkungan perusahaan.
- d) Pengendalian pemasaran adalah suatu fungsi dalam manajemen berguna untuk memahami dan memperbaiki tingkat efektifitas efisiensi perusahaan.
- e) Pendapatan adalah jumlah balas jasa yang diterima oleh faktor-faktor produksi yang turut serta dalam proses produksi meliputi upah dan gaji, bunga modal dan keuntungan.
- f) Kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara kreditur dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu dengan jumlah bunga, imbalan atau pembagian hasil keuntungan.
- g) Analisis kredit adalah suatu proses memilah suatau permohonan kredit yang diajukan kepada pihak kreditur sehingga pihak kreditur dapat memberi keyakinan akan kelayakan proyek yang dibiayai.
- h) Monitoring kredit adalah suatu upaya melakukan penilaian atas kesehatan pinjaman dari kreditur yang tidak terbatas hanya pada kinerja kredit tetapi juga terhadap kinerja usaha, yang dilanjutkan dengan rencana tindak lanjut untuk penyelesaian permasalahan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

4.1. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Direktorat Simpan Pinjam Pusat KUD Hasanuddin Sulawesi Selatan dibentuk berdasarkan Surat Keputusan Pengurus nomor : SKEP -- F/32/PKUD-HN/II/1995, tentang pengesahan Bagan Struktur Pusat KUD Hasanuddin Sulawesi Selatan tanggal 22 Februari 1995.

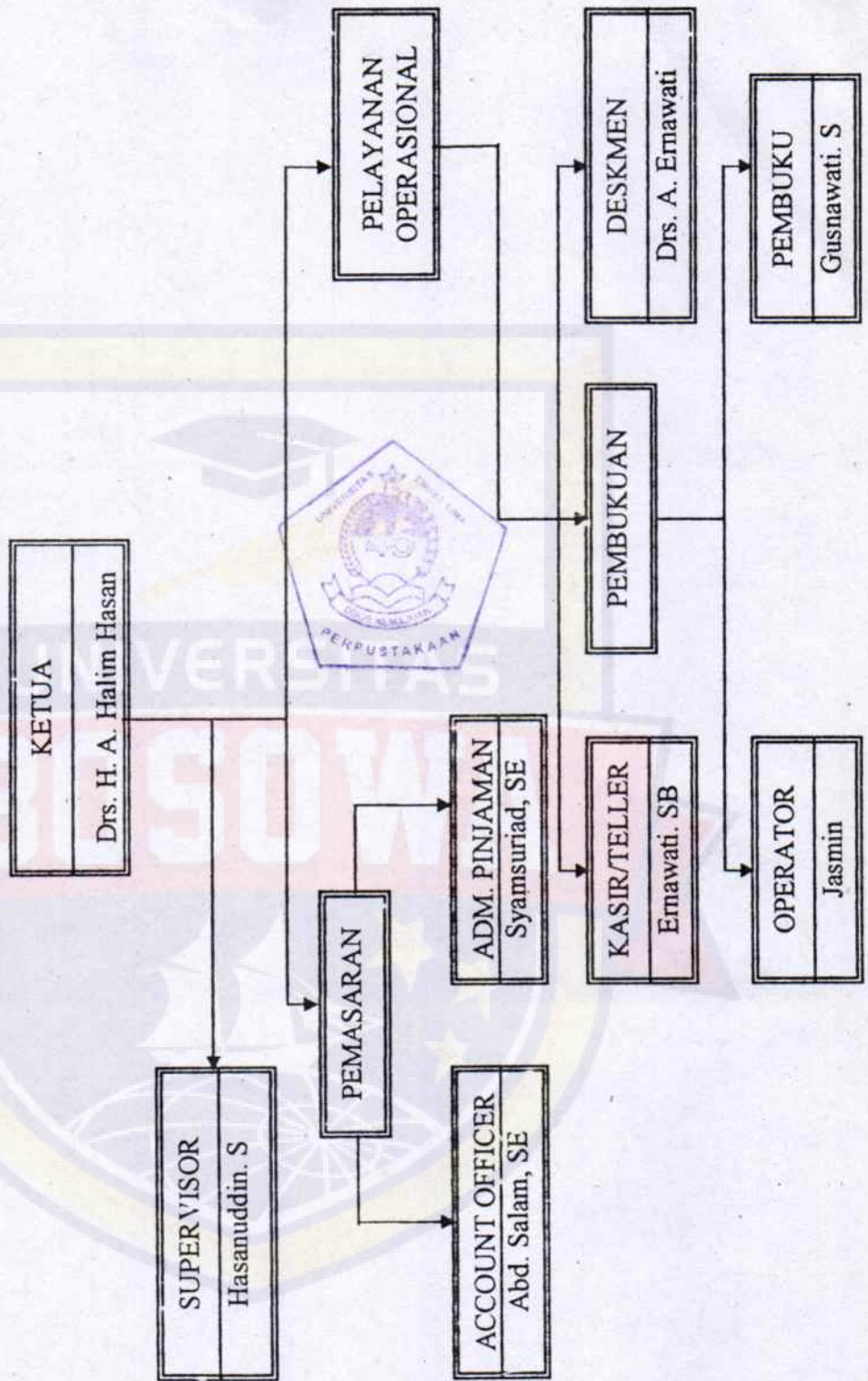
Direktorat Simpan Pinjam Pusat KUD Hasanuddin sebagai jawaban atas tuntutan kebutuhan anggotanya dalam hal pelayanan sector pembiayaan usaha yang dikelola oleh para anggota KUD dan badan usaha lainnya yang berbadan hukum.

Kegiatan Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin mulai beroperasi pada tanggal 17 Juli 1995 (diresmikan oleh Bapak menteri Koperasi & PPK RI) dan sekaligus dijadikan sebagai pilot project untuk pembentukan Direktorat Simpan Pinjam lainnya di Indonesia. Hal ini cukup beralasan karena sistem operasi usaha mengarah pada Banking System serta sejalan dengan peraturan pemerintah nomor: 9/1995 tentang pelaksanaan kegiatan Usaha Simpan Pinjam.

4.1.2 Struktur Organisasi Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin

Struktur organisasi direktorat simpan pinjam ini dapat dilihat pada skema dibawah ini :

Struktur Organisasi Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin



Surat Keputusan Direksi Nomor : 552 / PKUD - HN / VII / 1995, tertanggal 12 Juli 1995 tentang Komposisi Personalia Direktorat Simpan Pinjam Pusat KUD Hasanuddin menetapkan :

1. Direktur : Drs.H.A.HALIM HASAN
Tugas : - Pengambil keputusan
- Pengatur jalannya perusahaan
2. Supervisor : HASANUDDIN, SE.
Tugas : Mengawasi pelaksanaan segala kebijakan perusahaan
3. Pemasaran
I. Account Officer : ABD. SALAM, SE.
Tugas : Menganalisis kelayakan pinjaman calon debitur.
II. Administrasi Pinjaman : SYAMSURIAD, SE.
Tugas : Menerima dan menyeleksi berkas calon debitur.
4. Pelayanan Operasional
I. Deskmen : Dra. A.ERNAWATI
Tugas : Pengarsipan data base.
II. Pembukuan : GUSNAWATI, SE.
Tugas : Menjurnal kegiatan simpan pinjam
III. Kasir /Teller : ERNAWATI. SB.
Tugas : Menerima dan mencatat angsuran debitur.

IV. Administrasi Umum : FAHYUNI, Bsc.

Tugas : - Menangani kepersonalian
- Menangani keperluan aktifitas perusahaan.

4.1.3. Jenis Usaha Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin

Direktorat Simpan Pinjam Puskud Hasanuddin dalam melaksanakan kegiatan usaha yang memberikan pelayanan sektor pembiayaan, memiliki jenis-jenis usaha sebagai berikut :

- a) Kreditur tetap bagi seluruh unit-unit usaha PUSKUD Hasanuddin yang bergerak pada pengadaan cengkeh, gapplek, rotan, Waserda, investasi, telur ikan dan tambak serta perdagangan.
- b) Simpan Pinjam yang memberikan pelayanan pembiayaan kepada koperasi yang merupakan anggota PUSKUD Hasanuddin dan badan usaha yang berbadan hukum.

4.1.4 Prosedur Pelayanan Kredit Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin

Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin dalam memberikan pelayanan kepada nasabah yang berbentuk koperasi terlebih dahulu harus menjadi

anggota PUSKUD Hasanuddin sedang nasabah yang berbentuk non koperasi harus berbadan hukum.

Calon debitur yang memenuhi persyaratan diatas, mengajukan permohonan pemberian pinjaman atau biasa disebut **prakarsa kredit** pada Administrai Pinjaman dengan mengisi formulir dan memberikan data-data kegiatan usaha calon debitur yang dibutuhkan oleh kreditur untuk dijadikan informasi awal.

Selanjutnya Account Officer menganalisis secara cermat peluang dan ancaman yang akan mempengaruhi usaha serta kelancaran pembayaran kredit serta dianalisis perkiraan riil kebutuhan calon peminjam. Untuk memperoleh keyakinan atas kemampuan dan kesanggupan peminjam untuk melunasi seluruh kewajibannya sesuai dengan perjanjian nantinya maka digunakan **analisis kredit** baik analisis kualitatif maupun dengan analisis kuantitatif

Setelah proses analisis kredit selesai maka pihak kreditur dan pihak peminjam malakukan **negosiasi kredit** untuk mempersamakan persepsi dan persetujuan terhadap struktur dan syarat yang akan ditentukan dalam pemberian kredit. Negosiasi kredit meliputi tindakan penyesuaian kebutuhan calon peminjam dengan kemampuan membayar kembali oleh calon peminjam ke dalam struktur kredit yang sesuai dengan item koperasi, serta menjabarkan identifikasi resiko yang diperoleh dari analisis ke dalam suatu syarat yang harus dipenuhi calon peminjam sebelum dan sesudah realisasi guna meminimalkan timbulnya resiko kredit.

Langkah berikutnya **proses putusan kredit** yaitu persetujuan secara tertulis dari pimpinan direktorat simpan pinjam Puskud Hasanuddin, tentang besarnya kredit yang yang diberikan, struktur kredit yang telah disusun, serta jenis, jumlah dan nilai agunan kredit tersebut. Putusan kredit harus disetujui peminjam secara tertulis.

Dan akhirnya adalah **realisasi kredit** yaitu perintah dikeluarkannya dana bagi peminjam setelah syarat realisasi kredit dipenuhi oleh peminjam di bagian Deskmen. Syarat-syarat kredit dan syarat-syarat realisasi kredit dalam bentuk **dokumentasi kredit** sangat penting dalam menjaga keamanan kredit terutama apabila kredit tersebut bermasalah.

Setelah kucurnya dana ke peminjam maka fungsi pengawasan dan pengendalian pembayaran kembali dalam hal ini bagian Supervisor bekerja sama dengan bagian Pelayanan Operasional Unit Pembukuan melakukan **monitoring dan pembinaan kredit**. Monitoring dan pembinaan bersifat administratif yaitu pemantauan melalui informasi dan catatan pembukuan yang tertera dalam angka-angka di Unit Pembukuan dan monitoring dan pembinaan langsung di lapangan yaitu pemantauan kegiatan - kegiatan ekonomi peminjam.

Dari monitoring dan pembinaan dapat dilakukan **review kredit** yaitu reanalisis terhadap analisis kualitatif, lima C, struktur kredit dan syarat kredit yang telah ditetapkan, yang dilakukan minimal pada setiap satu periode usaha dan periode kredit.

4.1.5. *Monitoring Kredit* Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin

Monitoring kredit yang benar akan berfungsi sebagai deteksi dini terhadap masalah-masalah potensial yang akan dialami debitur dan akhirnya memperkecil potensi kerugian yang akan dialami kreditur. Mengingat pentingnya *monitoring kredit* dalam menjaga kelangsungan usaha maka *monitoring kredit* yang dilakukan Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin dalam bentuk *monitoring portopolio* dan *monitoring individual*.

Pelaksanaan *Monitoring Kredit* Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin diawali dengan memantau informasi yang tersedia pada bagian pembukuan yang berupa data laporan tentang ketaatan nasabah dalam menunaikan kewajiban yang dibebankan padanya dan dilanjutkan pemantauan dengan melakukan kunjungan ke lokasi usaha nasabah untuk mendapatkan kepastian tentang kelancaran usaha nasabah dan masalah-masalah yang sedang dihadapi oleh usaha nasabah serta untuk mencocokkan informasi dari nasabah sebelumnya tentang kondisi dan kualitas usaha nasabah juga kondisi dan kualitas agunan nasabah.

Dari data pemantauan diatas terutama setelah mengetahui kondisi usaha debitur dapat ditarik suatu kesimpulan mengenai kualitas dan kesehatan usaha debitur ke dalam salah satu dari empat kategori yaitu lancar, kurang lancar, diragukan atau macet.

Tindak Lanjut Hasil Monitoring Kredit. Setelah pemantauan menghasilkan penilaian baik lancar maupun bermasalah, maka selanjutnya yang akan dilakukan adalah menindaklanjutinya.

Tindakan terhadap pinjaman lancar lazimnya adalah :

- a. Perpanjangan jangka waktu kredit yaitu apabila nasabah mengalami kesulitan dalam melunasi pokok pinjamannya
- b. Suplesi kredit yaitu apabila nasabah kesulitan dana dalam rangka perputaran modal kerja dan ekspansi usahanya
- c. Lainnya, yaitu penyelesaian masalah selain dari hal yang di atas, misalnya terhadap pinjaman yang masih lancar tersebut tidak tertutup kemungkinan dilakukan upaya-upaya untuk mencegah timbulnya masalah kredit yang sebelumnya telah dideteksi, misalnya dengan upaya penyelesaian pinjaman berupa penghentian pinjaman dan penagihan barang agunan.

Tindakan terhadap pinjaman bermasalah lazimnya digunakan penyelesaian pinjaman dan penyelamatan pinjaman. Penyelesaian kredit dapat berupa penagihan atau penjualan agunan baik secara damai maupun melalui saluran hukum. Keduanya bisa disertai atau tidak disertai pemberian keringanan bunga. Sedang penyelamatan pinjaman dapat berupa :

- a. Penjadwalan kembali (*rescheduling*) yaitu upaya berupa melakukan perubahan syarat-syarat perjanjian kredit yang berkenaan dengan jadwal pembayaran

kembali pinjaman atau jangka waktu pinjaman, termasuk grace period baik menyangkut perubahan besarnya jumlah angsuran.

- b. Persyaratan kembali (*reconditioning*) yaitu upaya melakukan perubahan atas sebagian atau seluruh syarat-syarat perjanjian kredit yang tidak terbatas hanya pada perubahan jadwal angsuran dana atau jangka waktu pinjaman saja. Namun perubahan tersebut tanpa memberikan tambahan kredit atau tanpa melakukan konversi seluruh atau sebagian dari kredit menjadi equity.
- c. Penataan kembali (*restructuring*) yaitu upaya melakukan perubahan syarat-syarat perjanjian pinjaman berupa pemberian tambahan kredit, atau melakukan konversi atas seluruh atau sebagian dari pinjaman menjadi equity perusahaan, yang dilakukan dengan atau tanpa rescheduling dan atau reconditioning.

4.1.6. Kebijakan Pemasaran Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin

Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin sebagai pemberi layanan kredit akan bersaing ketat dengan lembaga keuangan yang lain khususnya perbankan. Menghadapi hal Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin menerapkan langkah-langkah khusus berupa kebijakan-kebijakan pemasaran yang bervariasi tergantung dari kondisi yang dihadapi.

Dari awal berdiri hingga sekarang, pihak Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin memberikan tingkat bunga yang rendah dari bunga perbankan

kepada koperasi unit desa. Pada tahun 2001 kebijakan serupa juga diberikan kepada badan usaha non koperasi yang berbadan hukum. Dan pada tahun 2002 periode pertengahan diberlakukan kebijakan berupa pemotongan tunai kepada nasabah yang membayar kewajibannya sebelum sepuluh hari jatuh tempo.

4.2. DESKRIPSI DATA

Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin dalam aktifitasnya sebagai pemberi pinjaman telah meraih hasil berupa pendapatan bersih selama empat tahun terakhir sebagaimana yang terlihat pada table dibawah ini.

TABEL 4.1. SISA HASIL USAHA PUSKUD HASANUDDIN DARI TAHUN 1999 - 2002

Tahun	Sisa Hasil Usaha	Persentase SHU
1999	320.825.600,-	24,5%
2000	284.166.400,-	21,7%
2001	333.721.088,-	25,5%
2002	367.770.912,-	28,1%

Sumber: Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin

Sisa Hasil Usaha ini diperoleh dari pengelolaan modal dengan bentuk pemberian kredit kepada para nasabahnya. Hingga saat ini jumlah nasabah Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin dapat dilihat pada table berikut.

TABEL 4.2 JUMLAH NASABAH PADA DSP PUSKUD HASANUDDIN

Tahun	Nasabah		Total Nasabah
	Koperasi	Non Koperasi	
1999	216	1512	1728
2000	194	1397	1591
2001	205	1935	2140
2002	257	2264	2521

Sumber: DSP PUSKUD Hasanuddin

Kegiatan penjualan kredit yang dilakukan Direktorat simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin membutuhkan biaya berupa biaya operasional dan biaya non operasional. Dalam empat tahun terakhir ini besarnya biaya yang harus di keluarkan dapat dilihat pada tabel berikut ini.

TABEL 4.3 TINGKAT BIAYA PERUSAHAAN

TAHUN	BIAYA OPERASIONAL	BIAYA NON OPERASIONAL	TOTAL BIAYA
1999	275.580.000,-	75.000.000,-	350.580.000,-
2000	280.700.000,-	74.785.000,-	355.485.000,-
2001	310.700.000,-	86.511.000,-	397.211.000,-
2002	327.907.000,-	104.945.000,-	432.852.000,-

Sumber: DSP PUSKUD Hasanuddin

4.3. ANALISIS DATA

4.3.1. Analisis Perbandingan Rencana Penjualan dan Realisasi

Keefektifan suatu perencanaan dan pengendalian pemasaran dalam meningkatkan pendapatan perusahaan dapat kita lihat dari tingkat realisasi rencana penjualan. Dalam kasus ini rencana penjualan dipersamakan dengan rencana pendapatan kotor.

Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin dalam menyusun rencana pendapatan kotor berasumsi bahwa persediaan modal *minimal* akan berputar sebanyak satu setengah kali dengan bunga pengembalian sebesar 18%. Berikut Penulis sajikan data rencana penjualan dan realisasi rencana penjualan Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin.

TABEL 4.4 PERBANDINGAN RENCANA PEMASARAN DAN REALISASI

Tahun	Persediaan Modal	Rencana Pendapatan Kotor	Realisasi Rencana
1999	2.038.300.000,-	733.798.800,-	758.620.000,-
2000	2.342.295.000,-	843.226.200,-	708.905.000,-
2001	2.659.620.688,-	957.463.447,-	980.415.000,-
2002	2.908.970.012,-	1.047.229.204,-	1.110.254.000,-

Sumber : DSP PUSKUD Hasanuddin

Dari data diatas terlihat tingkat keefektifan perencanaan pemasaran Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin yang berfluktuasi.

Pada tahun 1999 dengan strategi pemasaran berupa pemberian tingkat bunga yang rendah dari pihak perbankan, realisasi pendapatan yang dicapai melebihi rencana yang ditarget yang direncanakan sebesar 3.3%. Ini menunjukkan bahwa perencanaan dan pengendalian pemasaran yang diterapkan bekerja dengan efektif, yang berarti bahwa pendapatan meningkat.

Pada tahun 2000 dengan mempertahankan strategi pemasaran sebelumnya, realisasi penjualan yang dicapai kurang dari target rencanakan sebesar 16%. Angka ini menunjukkan kegagalan perencanaan dan pengendalian pemasaran dalam meningkatkan penjualan dan juga berarti tingkat pendapatan mengalami penurunan.

Pada tahun 2001 dengan memberikan kebijakan kredit yang khusus kepada badan usaha non koperasi, realisasi rencana melebihi target dengan mencapai 123% dari yang direncanakan. Angka ini menunjukkan penjualan mengalami peningkatan sebesar 23% dari yang direncanakan. Peningkatan ini juga berarti peningkatan terhadap pendapatan.

Pada tahun 2002 dengan memberlakukan kebijakan kredit berupa pemberian tingkat realisasi rencana hanya mencapai 40% dari yang diharapkan. Angka ini menunjukkan efektifitas perencanaan dan pengendalian pemasaran yang terapkan mengalami peningkatan. Angka ini juga menunjukkan peningkatan pada pendapatan perusahaan.

4.3.2. Analisis Tingkat Perputaran Piutang

Tingkat perputaran piutang untuk menghitung berapa kali dana tertanam dalam piutang dalam setahun. Semakin tinggi tingkat perputaran piutang semakin efektif dan efisien perencanaan dan pengendalian pemasaran terhadap pendapatan.

Tingkat perputaran piutang dapat diukur dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Account receivable turnover} = \frac{\text{Penjualan kredit per tahun}}{\text{Rata-rata piutang}}$$

Tingkat perputaran piutang Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Tingkat perputaran piutang 1999} &= \frac{4.214.555.555,-}{1.368.750.000,-} \\ &= 3,1 \text{ kali} \end{aligned}$$

Angka ini menunjukkan bahwa dalam setahun piutang berputar sebanyak 3,1 kali.

$$\begin{aligned} \text{Tingkat perputaran piutang 2000} &= \frac{3.938.361.110,-}{1.368.750.000,-} \\ &= 2,88 \text{ kali} \end{aligned}$$

Angka ini menunjukkan bahwa dana berputar sebanyak 2,88 kali piutang dalam setahun.

$$\begin{aligned} \text{Tingkat perputaran piutang 2001} &= \frac{5.446.747.999,-}{1.368.750.000,-} \end{aligned}$$

$$= 3,97 \text{ kali}$$

Angka ini menunjukkan bahwa dana berputar sebanyak 3,97 kali piutang dalam setahun.

$$\begin{aligned} \text{Tingkat perputan piutang 2002} &= \frac{6.112.522.221,-}{1.368.750.000,-} \\ &= 4,47 \text{ kali} \end{aligned}$$

Angka ini menunjukkan dana berputar sebanyak 4,47 kali piutang selama setahun.

Semakin tinggi tingkat perputaran piutang semakin bagus pengelolaan piutangnya, semakin rendah tingkat perputaran piutang perusahaan semakin buruk pengelolaan piutang perusahaan.

Dari analisis tingkat perputaran piutang di atas menunjukkan bahwa tingkat pengelolaan dana Direktorat simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin mengalami peningkatan yang berarti khususnya pada dua tahun terakhir yaitu tahun 2001 dan tahun 2002.

4.3.3 Analisis Umur Rata-rata

Umur rata-rata piutang untuk menghitung berapa lama rata-rata dana terikat dalam piutang. Semakin kecil umur rata-rata piutang semakin efektif dan efisien perencanaan dan pengendalian pemasaran terhadap pendapatan. Umur rata-rata piutang dapat diukur dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Umur rata-rata piutang} = \frac{\text{Rata-rata piutang}}{\text{Penjualan kredit per tahun}} \times 360$$

Umur rata-rata piutang Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Umur rata-rata piutang pada tahun 1999} &= \frac{1.368.750.000,-}{4.214.555.555,-} \times 360 \\ &= 116,9 \text{ hari} \end{aligned}$$

Angka ini menunjukkan bahwa dana terikat dalam piutang selama 116,9 hari atau 117 hari.

$$\begin{aligned} \text{Umur rata-rata piutang pada tahun 2000} &= \frac{1.368.750.000,-}{3.938.361.110,-} \times 360 \\ &= 125,12 \text{ hari} \end{aligned}$$

Angka ini menunjukkan bahwa dana terikat dalam piutang selama 125,12 hari atau 125 hari.

$$\begin{aligned} \text{Umur rata-rata piutang pada tahun 2001} &= \frac{1.368.750.000,-}{5.446.747.999,-} \times 360 \\ &= 90,46 \text{ hari} \end{aligned}$$

Angka ini menunjukkan bahwa dana terikat dalam piutang selama 90,46 hari atau 91 hari.

$$\begin{aligned} \text{Umur rata-rata piutang pada tahun 2002} &= \frac{1.368.750.000,-}{6.112.522.221,-} \times 360 \end{aligned}$$

$$= 80,61 \text{ hari}$$

Angka ini menunjukkan angka bahwa dana terikat dalam piutang selama 80,61 hari atau 81 hari.

Dari analisis umur rata-rata piutang diatas menunjukkan tingkat pengelolaan dana Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin semakin efektif dan efisien khususnya pada tahun 2001 dan pada tahun 2002.

4.3.4 ANALISIS TOTAL ASSETS

TURN OVER

Total assets turn over ini untuk mengetahui berapa kali total aktiva perusahaan menghasilkan volume penjualan. Ini dapat dijadikan indikator keefektifan dan keefisiensian perencanaan dan pengendalian pemasaran terhadap pendapatan karena menginformasikan tingkat efisiensi penggunaan keseluruhan aktiva di dalam menghasilkan penjualan. Semakin besar ratio total asset turn over maka semakin efisien penggunaan aktiva di dalam menghasilkan penjualan. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Total asset turn over} &= \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total aktiva}} \\ \text{Total asset turn over pada tahun 1999} &= \frac{4.214.555.555,-}{4.581.933.600,-} \\ &= 0.92 \text{ atau } 92 \% \end{aligned}$$

Angka ini berarti bahwa pada tahun 1999 penjualan yang dihasilkan sebesar 0.92 dari total aktiva.

$$\begin{aligned} \text{Total asset turn over pada tahun 2000} &= \frac{3.938.361.110,-}{4.351.166.400,-} \\ &= 0.91 \text{ atau } 91\% \end{aligned}$$

Angka ini menunjukkan bahwa pada tahun 2000 penjualan yang dihasilkan sebesar 0.91 dari total aktiva. Berarti terjadi penurunan penjualan di banding tahun sebelumnya sebesar 1%.

$$\begin{aligned} \text{Total asset turn over pada tahun 2001} &= \frac{5.446.747.999,-}{4.699.621.088,-} \\ &= 1.16 \text{ atau } 116\% \end{aligned}$$

Angka ini berarti bahwa pada tahun 2001 penjualan yang dihasilkan sebesar 1.16 dari total aktiva. Berarti terjadi kenaikan dari tahun sebelumnya sebesar 25%.

$$\begin{aligned} \text{Total asset turn over pada tahun 2002} &= \frac{6.112.522.221,-}{4.987.225.912,-} \\ &= 1,23 \text{ atau } 123\% \end{aligned}$$

Ini menunjukkan bahwa pada tahun 2002 penjualan yang dihasilkan sebesar 1,23 dari total aktiva. Berarti terjadi kenaikan dari tahun sebelumnya sebesar 7%.

Selama kurang waktu empat tahun terakhir tingkat turn over Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin mengalami kenaikan khususnya pada tahun

pertama tepatnya pada tahun 1999 dan dua tahun terakhir yaitu pada tahun 2001 dan tahun 2002. Ini berarti perencanaan dan pengendalian pemasaran yang diterapkan Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin semakin efektif dalam meningkatkan pendapatan.

4.3.5 Tingkat Kredit Bermasalah

Kredit bermasalah dapat dijadikan indikator keefektifan dan keefisienan perencanaan dan pengendalian pemasaran terhadap tingkat pendapatan, khususnya dalam monitoring. Hal ini disebabkan karena dengan adanya dana yang tertahan pada debitur melewati waktu yang disepakati maka jumlah dana berputar akan menurun. Hal ini menyebabkan jumlah permintaan yang dilayani akan menurun pula, menyebabkan pendapatan tidak meningkat selain itu juga mengurangi jumlah pendapatan berupa bunga pada Direktorat Simpan Pinjam.

Adapun jumlah kredit yang bermasalah dan cara penyelesaiannya dapat kita lihat pada tabel berikut ini :

TABEL 4.5 TINGKAT KREDIT BERMASALAH

Tahun	Kredit Bermasalah	Keterangan
1999	10.000.000,-	Terselesaikan
2000	23.000.000,-	Terselesaikan
2001	20.000.000,-	Terselesaikan
2002	5.000.000,-	Terselesaikan

Sumber : DSP PUSKUD Hasanuddin

Dari data kredit bermasalah ini menunjukkan kebijakan pengumpulan piutang yang dilakukan kurang efektif sebab masih adanya piutang yang melewati batas jatuh tempo walaupun menunjukkan penurunan pada tahun terakhir. Keefektifan suatu perencanaan dan pengendalian pemasaran dalam pengumpulan piutang akan terlihat ketika tidak adanya kredit yang melewati batas jatuh tempo baik karena disebabkan kesanggupan keuangan debitur maupun karena sikap antisipatif pihak pemasaran.

4.3.6 Analisis Return on Equality (ROE)

Return on Equality dapat dijadikan indikator keefektifan dan keefisienan suatu perencanaan dan pengendalian pemasaran terhadap pendapatan karena memberikan informasi tentang besarnya pendapatan yang dapat diterima oleh pemilik modal atas modal yang diinvestasikan.

Semakin besar return yang diperoleh pemilik modal semakin tinggi efektifitas dan efisiensi perencanaan dan pengendalian pemasaran terhadap pendapatan. Rumus return on equality adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{Return On Equality} &= \frac{\text{Laba bersih sesudah pajak}}{\text{Modal Sendiri}} \\
 \text{Return On Equality pada tahun 1997} &= \frac{70.992.000}{1.000.000.000} \\
 &= 0.071 \text{ atau } 7.1 \%
 \end{aligned}$$

Ini berarti bahwa tingkat *return* yang diperoleh oleh pemilik modal pada tahun 1997 sebesar 0.071 atau 7.1 % atas modal yang diinvestasikan.

$$\begin{aligned} \text{Return On Equity pada tahun 1998} &= \frac{253.145.600}{1.000.000.000} \\ &= 0.253 \text{ atau } 25.3 \% \end{aligned}$$

Ini berarti bahwa pemilik modal memperoleh return sebesar 0.253 atau 25.3 % dari modal yang diinvestasikan.

$$\begin{aligned} \text{Return On Equity pada tahun 1999} &= \frac{320.825.000}{950.000.000} \\ &= 0.338 \text{ atau } 33.8 \% \end{aligned}$$

Ini menunjukkan bahwa pemilik modal akan mendapatkan return sebesar 0.338 atau 33.8 % dari modal yang diinvestasikan.

$$\begin{aligned} \text{Return On Equity pada tahun 2000} &= \frac{284.166.400}{950.000.000} \\ &= 0.299 \text{ atau } 29.9 \% \end{aligned}$$

Ini menunjukkan bahwa pemilik modal akan mendapatkan return sebesar 0.299 atau 29.9 % dari modal yang diinvestasikan.

$$\begin{aligned} \text{Return On Equity pada tahun 2001} &= \frac{333.721.088}{950.000.000} \\ &= 0.351 \text{ atau } 35.1 \% \end{aligned}$$

Ini menunjukkan bahwa pemilik modal akan mendapatkan return sebesar 0.351 atau 35.1 % dari modal yang diinvestasikan.

$$\begin{aligned} \text{Return On Equity pada tahun 2002} &= \frac{367.770.912}{950.000.000} \\ &= 0.387 \text{ atau } 38.7\% \end{aligned}$$

Ini menunjukkan bahwa pemilik modal akan mendapatkan return sebesar 0.387 atau 38.7 % dari modal yang diinvestasikan.

Dari analisis diatas dapat digambarkan bahwa dalam kurung waktu empat tahun, pemilik modal memperoleh pendapatan yang meningkat dari tahun pertama yaitu tahun 1999 dan dua tahun terakhir yaitu tahun 2001 dan tahun 2002.

Ini menunjukkan bahwa dunia usaha perkreditan adalah lahan usaha yang memiliki prospek yang cerah dan menjanjikan sekalipun dunia ekonomi porak poranda secara umum.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. SIMPULAN

Adapun simpulan yang dapat ditarik oleh penulis dari penganalisisan yang di atas adalah sebagai berikut :

1. Sistem perencanaan dan pengendalian pemasaran yang dilakukan Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin tidak seefektif dan seefisien yang diharapkan dalam meningkatkan pendapatan.
2. Manajemen pemasaran bekerja kurang efektif dan kreatif dalam memanfaatkan peluang-peluang pasar yang ada untuk meningkatkan pendapatan.
3. Perencanaan dan pengendalian pemasaran kurang efisien dan efektif dalam pengelolaan aktiva perusahaan

5.2. SARAN-SARAN

1. Direktorat Simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin hendaknya melakukan pembenahan manajemen pemasaran khususnya dalam menganalisa dan memanfaatkan peluang pasar yang ada dengan tetap mempertimbangkan kelemahan dan ancaman yang ada.

2. Direktorat simpan Pinjam PUSKUD Hasanuddin sebaiknya memicu semangat kerja manajemen pemasaran dalam mewujudkan rencana-rencana pemasaran yang telah ditetapkan.



DAFTAR PUSTAKA

- Amin Wijaya Tunggal, 1997. Audit Pemasaran, Rineka Cipta, Jakarta.
- _____, 1997. Sistem Pengendalian Manajemen, Rineka Cipta, Jakarta.
- Fandi Tjiptono, 1998. Manajemen Jasa, ANDI, Yogyakarta.
- H. Malayu Hasibuan, 2001. Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah, Edisi revisi, Bumi Aksara, Jakarta.
- J. Supranto, 1995. Teknik Riset Pemasaran dan Peramalan Penjualan, Rineka Cipta, Jakarta.
- Kotler, Philip, 1992, Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi Kelima Erlangga Jakarta.
- _____, 1999. Manajemen Pemasaran, Edisi Keenam, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, Gary Amstrong, 1994. Manajemen Pemasaran, Erlangga, Jakarta
- Lukman Dendawijaya, 2003. Manajemen Keuangan Perusahaan, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Lukman Syamsuddin, 2002. Manajemen Keuangan Perusahaan, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- M. Mursyid, 1997. Manajemen Pemasaran, Bumi Aksara, Jakarta.
- Paul Nugroho, 1997. Dasar Perencanaan, ANDI, Yogyakarta.
- William, M. Luther, Ignatius Hadi Soeprbo, 1995. Rencana Pemasaran Bagaimana Menyusun dan Melaksanakannya, Erlangga, Jakarta.

Neraca 1999 – 2002 (Gabungan)
 Direktorat Simpanan Pinjam
 PUSKUD Hasanuddin



URAIAN	TAHUN			
	1999	2000	2001	2002
AKTIVA				
Kas	1.000.900.000,-	1.311.295.000,-	1.207.620.000,-	1.051.400.000,-
Giro, Tabungan, deposito bank	731.430.000,-	731.000.000,-	752.000.688,-	828.570.012,-
Pinjaman yang diberikan	1.306.000.000,-	1.100.000.000,-	1.340.000.000,-	1.729.000.000,-
Pendapatan masih harus diterima	40.603.600,-	29.861.400,-	50.900.400,-	30.618.900,-
Beban dibayar dimuka	260.000.000,-	296.000.000,-	375.000.000,-	409.637.000,-
Aktiva tetap	1.130.000.000,-	1.130.000.000,-	1.150.000.000,-	1.180.000.000,-
Akumulasi penyusutan aktiva tetap	113.000.000,-	113.000.000,-	115.000.000,-	118.000.000,-
Total Aktiva	4.581.933.600,-	4.351.166.400,-	4.699.621.088,-	4.987.225.912,-
PASSIVA				
Tabungan	1.600.400.000,-	1.520.000.000,-	1.630.900.000,-	1.782.000.000,-
Simpanan berjangka	30.000.000,-	30.000.000,-	227.000.000,-	251.000.000,-
Beban yang harus dibayar	200.000.000,-	186.000.000,-	293.000.000,-	319.864.000,-
Modal tidak tetap	280.708.000,-	230.000.000,-	425.708.000,-	467.591.000,-
Kewajiban-kewajiban	400.000.000,-	351.000.000,-	500.000.000,-	485.394.000,-
Kekayaan bersih :				
Modal sendiri	950.000.000,-	950.000.000,-	950.000.000,-	950.000.000,-
Modal tetap tambahan	50.000.000,-	50.000.000,-	50.000.000,-	50.000.000,-
Cadangan umum	200.000.000,-	200.000.000,-	200.000.000,-	200.000.000,-
Dana-dana lainnya	100.000.000,-	100.000.000,-	100.000.000,-	100.000.000,-
Cadangan resiko	450.000.000,-	450.000.000,-	450.000.000,-	450.000.000,-
SHU tahun berjalan	320.826.600,-	284.166.400,-	333.721.088,-	367.770.912,-
Total Passiva	4.581.933.600,-	4.351.166.400,-	4.699.621.088,-	4.987.225.912,-

Sumber : DSP PUSKUD Hasanuddin

Laporan Rugi Laba (Gabungan)
 Direktorat Simpan Pinjam
 PUSKUD Hasanuddin

URAIAN	TAHUN			
	1999	2000	2001	2002
Pendapatan				
Bunga atas pinjaman yang diberikan	758.620.000,-	708.905.000,-	980.415.000,-	1.100.254.000,-
Bunga tabungan dari bank	73.040.000,-	71.620.000,-	79.860.200,-	85.365.050,-
Pendapatan lainnya	20.200.000,-	18.970.000,-	28.375.000,-	31.875.000,-
Total Pendapatan	851.870.000,-	799.495.000,-	1.018.650.200,-	1.237.485.050,-
Beban				
Beban bunga simpanan tabungan	40.000.000,-	38.760.000,-	46.090.000,-	58.659.000,-
Beban operasional	275.580.000,-	280.700.000,-	480.700.000,-	557.890.000,-
Beban non operasional	35.000.000,-	36.025.000,-	40.421.000,-	46.286.000,-
Total Beban	350.580.000,-	355.485.000,-	567.211.000,-	622.835.000,-
Pendapatan sebelum bunga dan pajak	501.290.000,-	444.010.000,-	521.439.200,-	574.642.000,-
Deviden 20%	100.258.000,-	88.802.000,-	104.287.840,-	114.928.400,-
Pendapatan sebelum pajak	401.032.000,-	355.208.000,-	417.151.360,-	456.713.640,-
Pajak 20%	80.206.400,-	71.041.600,-	83.430.272,-	91.942.728,-
Pendapatan bersih	320.825.600,-	284.166.400,-	333.721.088,-	367.770.912,-

Sumber : DSP PUSKUD Hasanuddin