

**ANALISIS SISTEM PEMASARAN JASA PEGADAIAN
TERHADAP PENJUALAN PADA PERUM PEGADAIAN
CABANG UJUNG PANDANG
(STUDI KASUS)**



BOSUWA

MUHAMMAD HAMZAH

STB/NIRM 45 93 012 039 / 9931100410101

**FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN KEUANGAN UNIVERSITAS
UJUNG PANDANG**

1997

HALAMAN PENGESAHAN

Pada hari/tanggal : Kamis, 5 Februari 1998


Skripsi atas nama : MUHAMMAD HAMZAH


Nomor Stambuk/Nirm : 4593012039 / 9931100410101

Telah diterima oleh panitia ujian skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas "45" Ujung Pandang untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada jurusan manajemen.

PANITIA UJIAN SKRIPSI

Pengawas Umum ;

1. Dr. Andi Jaya Sose, SE, MBA ()
(Rektor Universitas "45" Ujung Pandang)

2. Dr. H. Djabir Hamzah, MA ()
(Dekan Fakultas Ekonomi Unhas)

Ketua :

Ramli Manrapi, SE, MSi ()
(Dekan Fakultas Ekonomi Univ. "45" Ujung Pandang)

Sekretaris :

Irwan, SE ()

Anggota Penguji :

1. Dr. H. Djabir Hamzah, MA ()

2. Drs. Muh. Toaha, MBA ()

3. Ramli Manrapi, SE, MSi ()

4. Drs. H.M. Said Zakaria ()

HALAMAN PENGESAHAN

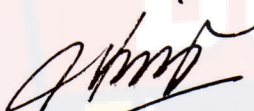
Judul Skripsi : ANALISIS SISTEM PEMASARAN JASA
PEGADAIAN TERHADAP PENJUALAN PADA
PERUM PEGADAIAN CABANG UJUNG PANDANG
(STUDI KASUS)


Nama Mahasiswa : MUHAMMAD HAMZAH
Stb / Nirm : 4593012039 / 9931100410101
Jurusan : MANAJEMEN KEUANGAN
Fakultas : EKONOMI

Menyetujui :

Pembimbing I

Pembimbing II


HASANUDDIN REMMANG, SE,MSi


Hj. A. SIMPURSI AH, SE


Mengetahui dan Mengesahkan :

Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Universitas "45" Ujung Pandang

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen


RAMLI MANRAPI, SE,MSi


AZIS ANDAWI, SE

Tanggal Pengesahan :

KATA PENGANTAR

Dengan segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Subhana Wataala, atas segala rahmatnya dan taupiknya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu persyaratan guna mencapai gelar kesarjaan pada Fakultas Ekonomi Universitas "45".

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan dan kekurangan yang dialami, namun berkat bantuan dari berbagai yang penulis dapat, baik berupa pikiran, dorongan maupun petunjuk-petunjuk sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan.

Oleh sebab itu, wajar kiranya jika pada kesempatan ini penulis menyampaikan banyak terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Hasanuddin Remmang, SE. Msi. Selaku Pembimbing I dan Ibu Hj. Simpursiah, SE selaku pembimbing II, dalam penulisan skripsi ini, yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk membimbing dan mengarahkan penulis hingga skripsi ini selesai.
2. Bapak Ramli Manrapi, SE.MSi. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi . Bapak Ketua Jurusan Manajemen, serta segenap Bapak/Ibu Dosen fakultas Ekonomi Universitas "45" yang telah membimbing penulis selama dibangku kuliah.
3. Bapak Tri Subgabyo, SE. Selaku Kepala Perum Pengadaan Cabang Ujung Pandang beserta seluruh staf dan karyawan yang telah memberi izin kepada penulis untuk melakukan penelitian dan telah membantu penulis dalam pengadaan data hingga skripsi ini dapat terwujud.
4. Semua rekan dan sahabat penulis yang telah memberikan dorongan dan petunjuk dalam penulisan skripsi ini.

Secara khusus, penulis mempersembahkan rasa terimah kasih kepada kedua orang tua tercinta, serta seluruh keluarga yang senantiasa mencurahkan perhatian dan memberikan bantuan materil maupun dorongan moril yang disertai dengan harapan dan Doa yang tiada hentinya.

Sebagai manusia biasa, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu, dengan hati terbuka dan ikhlas penulis menerima saran dan kritikan yang sifatnya membangun demi sempurnanya skripsi ini.

Akhirnya semoga Allah Subhana Wataala senantiasa melimpahkan rahmatnya taufiknya kepada kita semua. Amin.

Ujung Pandang, Desember 1997

Penulis,



DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	v
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Masalah Pokok	3
1.3. Hipotesis	4
1.4. Tujuan dan Kegunaan Penulisan	4
BAB II. METODOLOGI	6
2.1. Metode Penelitian	6
2.2. Daerah Penelitian	6
2.3. Jenis dan Sumber Data	6
2.4. Metode Analisis	7
BAB III. TINJAUAN PUSTAKA	9
3.1. Pengertian Sistem	9
3.2. Pengertian Pemasaran	10
3.3. Fungsi Pemasaran	12
3.4. Marketing Mix dan Produk	13
3.5. Jasa Sebagai Produk Pemasaran	15
3.6. Pengertian Penjualan	17

BAB	IV. ANALISIS SISTEM PEMASARAN JASA PEGADAIAN TERHADAP PENJUALAN PADA PERUM PEGADAIAN CABANG UJUNG PANDANG	19
	4.1. Analisis Sistem Pemasaran Jasa Pegadaian Terhadap Penjualan	19
	4.2. Perhitungan Empirik Pengaruh Jumlah Pinjaman Penyaluran Kredit Serta Biaya Asuransi (biaya Pemeliharaan)	27
	4.3. Uji Statistik Uji F	32
	4.4. Analisis Nilai-nilai Korelasi dan Regresi	34
	4.5. Koefisien Korelasi	35
	4.6. Penyesuaian Koefisien Determinasi	37
	4.7. Uji Statistik Uji F	37
	4.8. Analisis Perkembangan Penjualan	40
BAB	V. SIMPULAN DAN SARAN	42
	5.1. Simpulan	42
	5.2. Saran-saran	43
DAFTAR PUSTAKA	44

DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Perkembangan Nilai Penyaluran Kredit Biaya Asuransi Pada Perum Pegadaian 1992-1996	3
2. Penggolongan Uang Pinjaman 1992-1996	20
3. Penggolongan Kredit Gadai dan Besarnya Pinjaman	28
4. Perhitungan Data Penelitian 1992-1996	30
5. Perhitungan Komputer Untuk Koefisien Regresi Pengaruh Besarnya Pinjaman dan Biaya Asuransi Terhadap Penyaluran Kredit 1992-1996	31
6. Kredit Dan Hasil Penjualan Produk Jasa pada Perum Pegadaian Cabang Ujung Pandang 1992-1996	34
7. Perhitungan Nilai-nilai Korelasi dan Koefisien 1992-1996	35
8. Trend Penjualan Produk Jasa Pada Perum Pegadaian Cabang Ujung Pandang 1992-1996	39
9. Estimasi Jumlah Penjualan 1992-1996	40

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi yang begitu pesat dewasa ini yang ditandai oleh ketidakpastian, dengan persaingan pasar yang semakin tajam, tampaknya sangat mempengaruhi dunia usaha dalam menjalankan aktivitasnya. Apalagi dengan diterapkannya ribelisasi perdagangan dunia, maka dunia usaha harus siap dalam menghadapi tantangan tersebut.

Sehubungan dengan itu, dalam mengupayakan pertumbuhan perekonomian Indonesia, peran dunia usaha tidak bisa dikesampingkan. Karena dunia usaha sangat diharapkan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi, dengan jalan memanfaatkan sumber daya secara optimal. Oleh karena itu, mereka dituntut untuk bekerja lebih efisien dengan menerapkan sistem yang tepat didalam menghadapi berbagai macam tantangan. Di samping itu mereka harus jeli melihat dan memanfaatkan peluang yang ada, sehingga dapat mewujudkan potensi usaha dengan sukses, serta mampu mempertahankan kelangsungan suatu usaha yang dapat menopang perekonomian nasional dalam jangka panjang. Namun disisi lain kita dituntut harus mengentas masyarakat miskin sesuai dengan program pemerintah.

Demikian pula dengan adanya Perum Pegadaian dalam hal mengentas kemiskinan benar-benar mempunyai potensi yang sangat penting artinya bagi masyarakat yang minta bantuan dari pegadaian dalam hal membantu memberikan kredit.

Pemanfaatan jasa pegadaian untuk meningkatkan pembangunan ekonomi nasional dapat terwujud bila makin banyak masyarakat yang mengetahui dan memanfaatkannya, oleh sebab itu usaha-usaha pemasyarakatan jasa gadai baik oleh pihak Pegadaian sendiri maupun oleh aparat daerah setempat akan sangat menentukan keberhasilannya. Pegadaian merupakan salah satu lembaga yang bisa dimanfaatkannya terutama oleh masyarakat yang memerlukannya bantuan untuk dijadikan sumber pembayaran bagi pengembangan usaha mereka.

Untuk dapat berkiprah sebagai suatu lembaga yang menjadi sumber pembiayaan

bagi usaha masyarakat khususnya bagi masyarakat yang memerlukannya dalam hal memberikan kredit, nampaknya Pegadaian masih menganeka ragamkan produknya dan membenahi bidang pemasarannya. pemberian peluang dan kesempatan pengusaha golongan ekonomi lemah antara lain diwujudkan dalam program-program penyediaan kredit, seperti bimas, Kredit Investasi Kecil (KIK) dan Kredit Canda Kulak (KCK) serta melalui lembaga-lembaga perkreditan memegang peranannya. Selain itu Pegadaian memberikan kemudahan sebagai satu-satunya lembaga pemerintah yang memberikan pinjaman dengan jaminan barang bergerak. barang bergerak dapat digadaikan untuk memenuhi kebutuhan dana masyarakat. Kredit yang disalurkan oleh Pegadaian tidak saja meningkat secara relatif dari tahun ketahun, namun jumlah masyarakat semakin bertambah untuk masing-masing sektor penggunaan jasa.

Untuk memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat, baik dari segi kualitas maupun kuantitas pelayanan yang semakin meningkat, manajemen telah mengambil kebijaksanaan yang strategi seperti membuka cabang-cabang baru yang potensial di daerah perkotaan termasuk dikawasan Indonesia bagian Timur.

Dengan membuka cabang-cabang baru diharapkan agar kebutuhan dana masyarakat dapat lebih cepat teratasi.

Hingga akhir Juli 1996 tercatat banyaknya Kantor Perum Pegadaian diseluruh Indonesia berjumlah 568 cabang, dengan komposisi 58 cabang (10,21%) berada dikota propinsi 225 (39,61%) berada dikota kabupaten sisanya dikota kecamatan sebanyak 285 cabang (50,18%) sesuai sifat usaha Pegadaian samapai sekarang ini belum dimungkinkan pemberian kredit atas dasar kelayakan usaha, kredit atas dasar kepercayaan ataupun sertipikat tanah. Usaha kearah tersebut sedang dirintis untuk mendapatkan persetujuan untuk departemen keuangan.

Adapun kegiatan usaha dari Perum Pegadaian dalam melakukan penjualan produk jasa sejak tahun 1992-1996 seperti tertera pada tabel berikut ini.

TABEL 1
NILAI PENJUALAN, PENYALURAN KREDIT DAN BIAYA
ASURANSI PADA PERUM PEGADAIAN CABANG UJUNG PANDANG
1992-1996

TAHUN	NILAI PENJUALAN	PENYALUR KREDIT	BIAYA ASURANSI
1992	5,000	11,975,351,500	100
1993	40,000	12,387,243,000	500
1994	151,000	14,286,814,000	1.000
1995	505,000	18,619,918,600	2.500
1996	2,505,000	23,239,490,000	0,1 % x UP

Sumber : Kantor Perum Pegadaian cabang Ujung Pandang

Dari tabel I diatas, terlihat bahwa volume penjualan penyaluran kredit setiap tahunnya meningkat dari tahun ketahun, dimana pada tahun 1992 Penyaluran kredit sebesar 11.975.351.500 dan pada tahun 1993 dan tahun 1994 masing-masing sebesar 12.387.243.000 dan 14.286.814.000 sedangkan pada tahun 1995 dan 1996 mengalami peningkatan pula masing-masing sebesar 18.619.918.600 dan 23.239.490.000 rupiah.

Bertitik tolak dari data tersebut, maka dalam pembahasan ini penulis mencoba menguraikan didalam penelitian dengan judul : *ANALISIS SISTEM PEMASARAN JASA PEGADIAN TERHADAP PENJUALAN PADA PERUM PENGADAIAN CABANG UJUNG PANDANG.*

1.2. Masalah Pokok Penelitian

Sehubungan dengan pada yang penulis uraikan pada latar belakang masalah, maka dapatlah dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana menerapkan sistem pemasaran jasa pengadaian yang tepat sehingga mampu meningkatkan volume penjualan pada Perum Pegadaian Cabang Ujung Pandang.

2. Bagaimana menetapkan prosedur dan pelayanan jasa yang tepat sehingga mempunyai pengaruh terhadap volume penjualan jasa.

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penulisan

Adapun tujuan dan kegunaan penulisan skripsi ini akan diuraikan masing-masing sebagai berikut :

A. Tujuan Penulisan

Tujuan penulisan skripsi ini akan meliputi hal-hal sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana sistem dalam pemasaran jasa pegadaian yang paling tepat untuk mencapai sasaran sehingga mampu meningkatkan volume penjualan pada Perum Pegadaian Cabang Ujung Pandang.
2. Untuk memenuhi salah satu syarat guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas "45" Ujung Pandang.

B. Kegunaan Penulisan

Adapun kegunaan penulisan skripsi ini pada prinsip mencakup hal - hal sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan, sebagai bahan masukan untuk perusahaan dalam menerapkan analisis sistem pemasaran jasa pegadaian terhadap penjualan.
2. Bagi penulis sebagai latihan dalam menganalisa dan memecahkan masalah secara ilmiah yang kelak akan di jumlah dimasa yang akan datang.
3. Sebagai bahan perbandingan antara teori yang selama ini didapatkan dibandingkan dengan kenyataan di lapangan atau perusahaan .

1.4. Hipotesis Kerja:

Adapun hipotesis yang penulis akan kemukakan didalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Diduga dengan sistem prosedur pelayanan jasa yang tepat dan sesuai dengan prosedur, maka perusahaan dapat menarik nasabah lebih banyak dan meningkat protabilitas perusahaan.

2. Diduga pula bahwa, dengan sistem pemasaran jasa penjualan yang baik yaitu pelayanan terhadap nasabah yang memuaskan akan dapat mempengaruhi banyaknya penggunaan jasa tersebut.



BAB II

METODOLOGI

2.1. Metode Penelitian

Didalam penulisan skripsi ini, penulis melakukan penelitian studi kasus dengan jalan pengumpulan data yang relepan dengan persamaan lahan. Untuk itu akan ditentukan dua macam penelitian yakni.

1. Penelitian Lapangan (Field Research), yaitu cara pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan peninjauan langsung pada perusahaan yang diteliti.
Disini penulis mengadakan penelitian dengan melakukan wawancara langsung baik kepada pimpinan maupun dengan karyawan yang membidani obyek penelitian ini.
2. Penelitian Kepustakaan (Librari Resert), yaitu penelitian yang dilakukan dengan menggunakan teori yang ada pada literatur, yaitu buku-buku serta tulisan ilmiah yang relevan dengan pembahasan skripsi ini, yang akan digunakan sebagai landasan teori untuk pengujian hipotesis ataupun digunakan sebagai penunjang akan melengkapi sebagai peralatan ilmiah.

2.2. Daerah Penelitian

Daerah atau lokasi penelitian adalah kotamadya Ujung Pandang propinsi Sulawesi Selatan.

2.3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang penulis peroleh dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Data Primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari perusahaan berupa wawancara dengan pimpinan perusahaan, bagi pemasaran dan karyawan yang mempunyai kaitan langsung dengan masalah yang akan dibahas penulis.
2. Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dari pencatatan dokumen-dokumen perusahaan baik yang telah dibukukan maupun masih lembaran-lembaran terpisah yang mempunyai hubungan langsung dengan pokok bahasan, yaitu berupa:
 - Data Gambaran Umum Perusahaan

- Data penjualan tahun sebelumnya
- Data Operasional perusahaan, serta bahan-bahan lain yang erat hubungannya dengan penulisan skripsi ini.

2.4. Metode Analisis

Peralatan analisa yang penulis gunakan untuk membahas skripsi ini adalah :

1. Analisis Kuantitatif, yaitu analisis data dalam bentuk statistik atau dalam bentuk angka-angka.

Untuk mengukur keseluruhan variabel bebas yang mempengaruhi volume penjualan perusahaan maka penulis menggunakan rumus Regresi Linear Berganda sebagai berikut :

$$Y = b_0 + b_1 x_1 + b_2 x_2 \text{ (Ronald E. Walpole, Edisi ke-3), tahun 1998 : 364)}$$

Dimana :

Y = Trend yang ditaksir

b = Pertambahan dan penurunan penyaluran kredit

x_1 = Penyaluran kredit

x_2 = Biaya pemeliharaan (biaya asuransi)

Sedangkan untuk menentukan nilai b, maka penulis mengutip buku "pengantar Metode Statistik" (Anto Dajan, Jilid II, tahun 1973 :295) dengan rumus persamaan sebagai berikut :

$$tb_1 = \frac{b_1}{sb_1}$$

$$tb_2 = \frac{b_2}{sb_2}$$

Untuk membuktikan hipotesis trend perkembangan penjualan penyaluran kredit, diperlukan model analisis Regresi Linear Sederhana dengan rumus $Y = a + bx$ (Anto Dajan, Jilid II, tahun 1973 : 283).

Dimana :

Y = Nilai trend yang ditaksir

X = Periode tahunan

a = Nilai trend penyaluran kredit pada tahun dasar.

b = Pertimbangan/penurunan penyaluran Kredit.

2. Analisis kualitatif, yaitu berdasarkan analisis kuantitatif tersebut diatas, maka selanjutnya dianalisa secara kualitatif yakni melihat perkembangan penjualan produk jasa sebagai akibat adanya sistem pemasaran jasa Pengadaian



BAB III

TINJAUAN PUSTAKA

3.1. Beberapa Pengertian Sistem

Dalam pendekatan sistem memberikan banyak manfaat dalam memahami lingkungan kita. Pendekatan memahami lingkungan kita. Pendekatan sistem berusaha menjelaskan sesuatu menemukan struktur elemen yang membentuk sistem tersebut. Dengan memahami struktur sistem dan proses sistem, seseorang dapat menjelaskan mengapa tujuan suatu sistem tidak tercapai. Sebagai contoh sebuah keputusan yang sangat terstruktur dapat direncanakan sebelumnya atau diprelikasikan sebelumnya didalam sistem yang dapat dipakai sebagai keputusan yang dapat diprogramkan. Tetapi istilah tersebut bukanlah berarti bahwa keputusan yang banyak diprogramkan diotomasisa yang cenderung yang bersifat PUN yang sering kali diulangi, keputusan terstruktur yaitu suatu sistem untuk memasuki kembali persediaan persediaan, sebuah keputusan yang tidak terstruktur tidaklah demikian halnya seperti keputusan yang sangat terstruktur dimana keputusan ini tidak dapat diprogramkan.

Sebuah sistem keputusan tidak terstruktur yaitu peraturan yang berlaku secara tiba-tiba akibat pengaruh lingkungan eksteren perusahaan yang tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan tersebut. Pengambilan keputusan yang tidak terstruktur memerlukan analisis untuk mencapai data, mana analisis dna prosedur yang cepat diterapkan dalam rangka memecahkan problem yang bersangkutan.

Untuk mempertahankan kelangsungan sistem informasi menunjang aktivitas manajemen dimana sebuah struktur sistem informasi manajemen yang merupakan perencanaan manajemen.

Untuk lebih jelasnya mengenai pengertian dari pada sistem, maka berikut ini penulis ingin mengemukakan beberapa pendapat para ahli ekonomi mengenai sistem yang ditulus dalam berbagai literatur, seperti yang diuraikan pada bagian berikut ini :

Menurut Mulyadi dalam bukunya Sistem Akuntansi mengemukakan bahwa :

“ Sistem pada dasarnya adalah sekelompok elemen yang erat berhubungan satu dengan yang lainnya yang berfungsi sama-sama dengan yang lainnya untuk mencapai tujuan tertentu. (Mulyadi, 1989:5).

Selanjutnya setelah kita memahami sistem secara umum, kemudian Mulyadi mengemukakan sebagai berikut :

“Sistem Akuntansi adalah organisasi formulir, catatan dan laporan yang dikordinasi sedemikian rupa untuk menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh manajemen guna memudahkan pengelolaan perusahaan.

Dari defenisi sistem akuntansi tersebut, elemen suatu sistem akuntansi pokok adalah formulir, catatan yang terdiri dari jurnal, buku besar dan buku pembantu serta laporan.

Perbedaan Pengertian Sistem Dan Prosedur.

Diatas telah dikemukakan defenisi sistem secara umum dan defenisi sistem akuntansi. Dalam defenisi sistem akuntansi, formulir merupakan salah satu elemen sistem akuntansi.

Sistem lain yang menghasilkan formulir ini terdiri dari sub-sub sistem yang diberi nama prosedur. Oleh karena itu dalam membahas sistem akuntansi perlu dibedakan pengertian sistem dan prosedur, untuk dapat memperoleh gambaran yang jelas dalam sistem yang berbagai macam formulir yang diolah dalam sistem akuntansi.

“Sistem adalah suatu jaringan prosedur yang dibuat menurut pola yang perpadu didalam melaksanakan kegiatan pokok perusahaan .”

Sedangkan prosedur adalah sebagai berikut :

“Prosedur adalah suatu ukuran kegiatan klerikal biasanya melibatkan beberapa orang dalam suatu departemen atau yang lebih, yang dibuat untuk menjamin penanganan secara seragam transaksi perusahaan yang terjadi berulang-ulang “Mulyadi, Edisis-2 1989:8)

Dari beberapa pengertian tersebut diatas, maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan suatu sistem dari jaringan prosedur, sedangkan prosedur merupakan suatu kegiatan klerikal. Untuk dilakukan mencatat informasi dalam formulir, buku jurnal, dan buku besar : menulis, menghitung mendaftar, memilih, memberi kode, memindah dan membandingkan.

3.2. Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan-kegiatan yang menghasilkan transaksi, perdagangan atau tempat dimana orang-orang mengadakan suatu transaksi yang semata-

mata mendambahkan suatu keuntungan/labab. Arti pemasaran sering dikacaukan dengan pengertian-pengertian : Penjualan, perdagangan, distribusi.

Sehingga sejak orang mengenal kegiatan pemasaran, telah banyak defenisi-defenisi yang dikemukakan. Defenisi-defenisi tersebut mula-mula menitik beratkan pada barang, kemudian pada lembaga-lembaga yang diperlukan untuk melaksanakan penjualan, dan kemudian pada tugas-tugas yang akan dioperasikan didalam transaksi-transaksi pemasaran.

Defenisi yang paling luas yang dapat menerangkan secara jelas didalam pemasaran yang dikemukakan oleh Basu Swastha dan T. Hani Handoko sebagai berikut :

“Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik barang dan jasa kepada pembeli potensial.” Basu Swastha dan T.Hani Handoko, Penerbit Liberti, Yogyakarta, hal :3).

Dari Defenisi diatas dapat diterangkan bahwa arti pemasaran adalah jauh lebih luas dari pada penjualan. Pemasaran mencakup usaha perusahaan yang dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang perlu dipuaskan, menentukan produk yang hendak diproduksi, menentukan produk yang hendak sesuai, menentukan cara-cara promosi dan penyaluran penjualan produk tersebut. Jadi kegiatan pemasaran adalah kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan sebagai sautu sistem.

Konsep pasar akhirnya membawa konsep pemasaran. Pemasaran mengandung arti kegiatan manusia yang berlangsung dengan hubungannya dengan pasar. Pemasaran berarti bekerja dengan pasar untuk mewujudkan pertukaran potensi dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia.

Jadi defenisi pemasaran adalah kegiatan manusia melalui proses pertukaran.

Walaupun biasanya kita menganggap bahwa pemasaran dilakukan oleh penjualan, akan tetapi pembeli juga melakukan kegiatan pemasaran. Para konsumen melakukan “Pemasaran” tatkala mereka mencari barang yang dibutuhkan dengan mereka yang bersedia membayar.

Sedangkan pengertian pemasaran menurut Alex S.Nitisemito sebagai berikut :

“ Pemasaran adalah semua kegiatan yang bertujuan untuk memperlancar arus barang/jasa dari produsen kekonsumen secara paling efisien dengan maksid untuk menciptakan permintaan efektif.

Dari pengertian tersebut terlihat bahwa perusahaan melakukan kegiatan untuk menjual barang dan jasa sebab kegiatan sebelumnya merupakan kegiatan pemasaran.

Sedangkan pengertian pemasaran menurut E. Jeramo McCarthy dan William D.P. sebagai berikut :

“Pemasaran berarti sejumlah kegiatan yang dilakukan oleh organisasi dan sekaligus merupakan proses sosial.

Dengan kata lain, pemasaran ada pada tingkat mikro dan makro. Setelah kita melihat beberapa definisi diatas maka penulis mengutip definisi pemasaran yang dikemukakan oleh Philip Kotler sebagai berikut :

“Manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian atas program yang dirancang untuk menciptakan, membentuk dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi.”

Pemasaran merupakan salah satu tugas pimpinan dalam mengambil keputusan untuk mencapai tujuan bagi suatu perusahaan.

Untuk mencapai tujuan yang ditetapkan itu dimana aktivitas perusahaan itu hampir selalu dengan variabel marketing mix, untuk suatu perusahaan marketing ini sangat penting dan merupakan suatu perangkat yang dapat digunakan oleh manajemen didalam memasarkan barang-barang dan jasa-jasa.

Proses manajemen pemasaran menurut philip Kotler sebagai berikut :

“Proses manajemen pemasaran dikasipikasikan sebagai berikut : mengorganisasi proses perencanaan pemasaran, menganalisis kesempatan pasar, memilih pasar sasaran, dan mengembangkan marketing mix, mengelola usaha pemasaran.”

3.3. Fungsi Pemasaran

Sebagaimana telah dijelaskan pada bahagian terdahulu bahwa pemasaran tersebut mempunyai fungsi untuk menghindari kemungkinan terjadinya kekuarangan atau kehabisan barang dimana hal ini pemasaran dapat dikemukakan pada bahagian berikut ini :

1. Penjualan

Penjualan ini merupakan fungsi yang paling penting didalam mengelolah suatu kegiatan pemasaran. Dan merupakan sumber pendapatan yang diperlukan untuk menutup ongkos-ongkos dengan tujuan utama untuk mendapatkan laba.

2. Pembelian

Fungsi pembelian memilih barang-barang yang dibeli untuk dijual atau untuk digunakan dalam suatu pemasaran perusahaan dengan harga, pelayanan dari pelayanan dari penjualan dan kualitas produk tertentu. Pembelian ditentukan oleh ahli-ahli tertentu didalam menganalisa pasar.

3. Pembelanjaan

Pembelanjaan adalah fungsi mendapatkan modal dari sumber eksteren didalam menyelenggarakan kegiatan pemasaran. Sumber eksteren itu dari kredit pinjaman dan penjual dari pihak bank.

3.4. Marketing Mix dan Produk

Dalam memperluas pasar ataupun mengelompokkan pasar bagi sautu produk maupun jasa secara umum yang diperlukan marketing mix. Adapun unsur-unsur dari pada marketing mix yang umumnya dikenal dengan 4 P yaitu :

1. Kebijakanaksanaan produk
2. Kebijakanaksanaan Harga
3. Kebijakanaksanaan Produksi
4. Kebijakanaksanaan Distribusi

ad. 1. Kebijakanaksanaan Produk

Produk adalah merupakan aktivitas untuk menghasilkan barang dan jasa yang dapat memenuhi dari kebutuhan konsumen.

Sedangkan menurut Philip Kotler istilah mengenai produk mempunyai aneka macam arti yaitu :

“ Produk adalah selagala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dibeli digunakan atau dikonsumsi. Istilah produk mencakup fisik, jasa, kepribadian, tempat, organisasi, dan ide”.

ad. 2. Kebijakanaksanaan Harga

Suatu produk dan jasa yang telah dihasilkan oleh suatu perusahaan yang sangat perlu diperhatikan adalah mengenai harga.

Untuk menetapkan harga ada beberapa kebijaksanaan peserti yang dikemukakan oleh Alex. S. Nitesimito sebagai berikut :

“Kebijaksanaan penetapan harga didasarkan atas orientasi pada harga singan.”

Orientasi pada biaya penetapan harga untuk sebagian besar atau sepenuhnya berdasarkan sosial budaya. Lasinunya segala macam biaya turut dihitung, pada tingkat kegiatan yang diperkirakan.

Menghendaki perusahaan-perusahaan menetapkan harga-harga terutama yang ditetapkan harga pesaing, kebijaksanaan ini diistilakan berioorientasi terhadap pesaing.

ad. 3. Kebijakan Promosi

Promosi dan publikasi mempunyai peranan penting dalam pemasaran dewasa ini. karena promosi dan publisitas dapat memberikan sumbangannya yang cukup besar terhadap pemasaran barang-barang dan jasa.

Dengan adanya promosi dan publitas yang dilakukan oleh suatu perusahaan itu dapat merangsang konsumen untuk melakukan pembelian barang dan jasa yang dipromosikan tersebut. Untuk melaksanakan promosi yang dijalankan oleh suatu perusahaan, perusahaan harus memilih dan menyusun kebijaksanaan promosi yang tepat dan sesuai dengan tujuan yaitu menarik konsumen.

Menurut Basu Swasta dan Irawan, Op. Cit. hal. 49. tentang kebijaksanaan promosi adalah :

1. Arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan penciptaan peraturan dalam pemasaran.”
2. Promosi adalah semua jenis kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan.”

ad. 4. Kebijakan Distribusi

Kegiatan pemasaran tidak terlepas dari kegiatan untuk menyalurkan barang dari produsen ke konsumen.

Menurut William J. Stanton adalah :

“Saluran distribusi sebuah produk adalah jalur yang dipakai untuk perpindahan barang dari produsen ke konsumen. “(William J. Stanton, 1986. Jilid. hal.6).

Dari kebijaksanaan-kebijaksanaan tersebut diatas dapat pula dikemukakan mengenai pengertian pemasaran yang lebih luas. Untuk itu sebenarnya pemasaran merupakan hal yang telah lama dikenal oleh masyarakat dan hanya ditunjukkan kepada orang-orang tertentu saja, nanti yang lebih penting setelah menjadi revolusi industri waktu persediaan barang-barang bertambah, yang makin majunya produksi serta cara-cara distribusi dan organisasi ekonomi sosial.

3.5. Jasa Sebagai Produk Pemasaran

Keterlibatan antara produk manupakturing dan jasa cukup erat, tidak berarti bahwa aspek jasa selamanya berfungsi sebagai pelengkap aspek manupakturing. Memang produk jasa-jasa tertentu, seperti pelayanan penjualan produk konsumen, benar-benar berfungsi sebagai pelengkap untuk meningkatkan penjualan produk fisik.

Menurut Willam J. Stanton mendefenisikan jasa sebagai berikut :

“ Jasa adalah suatu kegiatan yang dapat didefenisikan secara tersendiri, yang pada hakekatnya bersifat tak terabah, yang merupakan pemenuhan kebutuhan, dan tidak hanya terikat pada penjualan produk atau jasa lain. Untuk menghasilkan jasa mungkin perlu mungkin juga tidak diperlukan benda nyata. Akan tetapi sekalipun penggunaan benda itu perlu, namun tidak terdapat adanya pemindahan hak milik atas benda tersebut.” (William J. Stanton, edisi ketujuh, jilid 2, 1993).

Untuk lebih jelasnya maka penulis membahas defenisi tersebut diatas sebagai berikut

:

- Pembeli jasa hanya memperoleh pemilikan sementara atau penggunaan untuk sementara dari barang-barang yang diperlukan untuk menghasilkan jasa, umpamanya kamar hotel atau mobil sewaan, tujuan utama organisasi jasa bukannya produksi benda-benda riil yang dimiliki pembeli secara permanen.

Pentingnya Jasa-Jasa

Sebahagian besar negara-negara yang ada didunia ini, menggunakan sistem campuran didalam mengatur kegiatan ekonominya. Apabila diperhatikan corak ekonomi dinegara-negara maju seperti Amerika Serikat, Jepang, Jerman, dan Inggris, maka akan jelas dapat dilihat bahwa keinginan hendaknya masyarakat merupakan faktor pertama didalam menentukan corak ekonomi dinegara-negara tersebut. Akan tetapi itu pula bidang jasa akan menarik kegiatan makin besar dari pembelanjaan konsumen dan kesempatan kerja.

Sifat khas jasa-jasa bersumber dari beberapa yang membedakan produk, ciri tersebut juga menimbulkan tantangan-tantangan dan kesempatan-kesempatan khusus dalam pemasarannya. Maka hal ini juga menghasilkan program pemasaran strategis yang secara sub-stansial berbeda dari pemasaran produk. Adapun ciri-ciri jasa menurut William J, Stanton dalam buku "Prinsip Pemasaran" sebagai berikut :

- Heterogenitas. industri jasa, bahkan penjual individual jasa, tidak mungkin mengadakan standarisasi dari output. Setiap "Unit" jasa agak berbeda dari "Unit-unit" lain jasa yang sama itu.
- Tak terpisahkan. jasa kerap sekali tak terpisahkan dari jasa penjualan. Tambahan pula, jasa tertentu harus diciptakan habis pada saat bersamaan.

Penilaian atau perlakuan produk jasa sama dengan menggunakan sama terhadap produk fisik kurang relepan. Kesulitan antara lain terlihat pada pengukuran produktifitas kegiatan jasa sangat utama dalam kegiatan pemasaran. Kedua paktor ini sangat bisa ditingkatkan jika produsen tidak bisa mengapaluasi kegiatan operasi sekaligus pemasaran produk jasa. Philip Kotler menunjukkan lima pendekatan untuk meningkatkan produktivitas yaitu :

1. Meningkatkan volume kegiatan jasa dengan mengurangi tingkat mutu tertentu.
2. Mengurangi atau menghilangkan kebutuhan akan jasa tertentu dengan menciptakan produk pengganti yang lebih efisien. Misalnya pidio tepe atau televisi menggnati bantuk hiburan diluar rumah.
3. Pemberi jasa harus bekerja lebih keras atau lebih trampil dengan ketetapan harga yang sama.
4. Mendesain jasa secara lebih efektif.
5. Menambah peralatan untuk meningkatkan volume penjualan jasa.

Faktor "Perishability" dari produk jasa menempatkan waktu sebagai unsur strategis dalam pemasaran jasa, disamping dari pada itu kebosanan konsumen untuk menunggu terlalu lama bisa mengurangi mutu pelayanan atau jasa.

3.6. Pengertian Penjualan

Tingkat Volume penjualan yang menguntungkan merupakan tujuan dari konsep pemasaran, artinya laba itu dapat diperoleh dengan melalui pemuasan konsumen. Dengan laba ini perusahaan dapat tumbuh dan berkembang serta dapat menggunakan kemampuan yang lebih besar atau dengan kata lain perusahaan memperkuat posisinya dalam membina kelangsungan hidupnya, sehingga lebih leluasa menyediakan barang dan jasa yang dapat memberi tingkat kepuasan yang lebih besar kepada konsumennya, serta dapat memperkuat kondisi perekonomian secara keseluruhan.

Dapat juga dikatakan, bahwa sebenarnya laba yang dicapai oleh suatu perusahaan merupakan pencerminan dari usaha-usaha perusahaan yang memberikan kepuasan konsumen untuk mencapai hal itu, perusahaan harus dapat menyediakan serta menjual barang dan jasa yang paling sesuai menurut konsumen dengan harga yang dapat dijangkau tetapi juga tidak merugikan produsen, artinya dengan harga yang layak serta masing-masing mendapatkan manfaat.

Dengan demikian sasaran perusahaan didalam menjalankan tugas pokok tersebut serta untuk mendapatkan tujuan sebagai unit usaha adalah meningkatkan volume penjualan. Untuk itu penjualan merupakan sumber pendapatan bagi Indonesia adalah sebagai berikut :

"Penjualan (Pendapatan) adalah peningkatan jumlah aktiva atau penurunan kewajiban suatu badan yang timbul dari penyerahan barang dagang/jasa atau aktivitas usaha lainnya didalam pengertian pendapatan adalah peningkatan aktiva perusahaan yang timbul dari pembelian serta, investasi oleh pemilik, pinjaman ataupun koreksi rugi laba periode lalu. "33")

(Prinsipnya Akuntansi Indonesia, 1984, hal 19)

Pendapatan lain telah dikemukakan oleh seorang ahli yaitu S. Hadibroto :

"Jumlah yang dibebankan pada langganan dalam penjualan barang atau jasa dalam suatu periode akuntansi disebut penjualan."

(Hadibroto S.et.al., Op cit., hal. 28)

Dengan memperhatikan kutipan-kutipan di ataslah dapatlah ditarik suatu kesimpulan bahwa penjualan adalah penyerahan barang dan jasa atau aktivitas lainnya didalam suatu periode dengan membebankan suatu jumlah tertentu pada langganan atau konsumen atau juga penerima jasa.



BAB IV

ANALISIS SISTEM PEMASARAN JASA PENGADAIAN TERHADAP PENJULAN PADA PERUM PENGADAIAN CABANG UJUNG PANDANG

4.1. Analisis Sistem Pemasaran Jasa Pengadaan Terhadap Penjualan

Pelaksanaan pelayanan perkreditan yang dilaksanakan oleh Kantor Perum Pengadaan Cabang Ujung Pandang dilakukan dalam suatu prosedur operasional yang meliputi kredit, perluasan kredit dan pelelangan barang jaminan yang telah habis masa kreditnya dan tidak dapat ditebus oleh kredibitur yang bersangkutan.

Adapun prosedur operasional dan sistem pencatatannya dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Pemberian kredit dan sistem pencatatannya.

Dalam pemberian kredit ini, seorang calon debitur diisaratkan untuk membawa barang-barang yang bergerak yang akan digadaikan (barang yang digunakan sebagai barang jaminan). Adapun yang dimaksud barang-barang bergerak adalah ; emas, sepeda, arloji, televisi, radio lemari es, sepeda motor, dan lain-lain (yang pemakaiannya tidak boleh dari 5 tahun).

Dalam pemberian pemberian kredit barang-barang yang tidak dapat digadaikan yaitu :

- a. Barang milik negara
- b. Surat hutang, surat efek
- c. Hewan yang hidup dan tanaman.
- d. Segala makanan dan benda yang mudah busuk
- e. Benda-benda yang kotor
- f. Benda-benda yang mengusai dan memindahkan dari suatu tempat ketempat lain memerlukan izin.
- g. Barang yang berbau busuk dan mudah merusakkan barang lain jika disimpan bersama-sama.

h. Barang yang digadaikan oleh seseorang yang mabuk atau kurang ingatan atau tidak dapat memberikan keterangan-keterangan yang cukup terang barang yang akan digadaikan.

Bagi nasabah (literatur) yang akan mengambil kredit baik untuk pertama kali sebagai dibitur maupun telah berulang kali, berlakukan suatu ketentuan untuk memperlihatkan tanpa mengenal (bukti) diri, yang merupakan suatu ketentuan dari Perum pengadaian.

Tanda pengenal (KTP) atau SIM (Surat Izin Mengemudi) atau bentuk lainnya, maksud dan tujuan dari permintaan ini dari dibitur adalah petugas penapsir dapat mengetahui nama alamat jelas dari nasabah dan mencatatnya dalam buku administrasi nasabah dan mencatatnya dalam buku administrasi nasabah yang berlaku selama satu tahun anggaran (pencatatan hanya sekali untuk nasabah baru).

Adapun besarnya uang pinjaman yang dapat diperoleh setiap nasabah adalah tergantung dari nilai taksiran barang yang akan dijadikan sebagai jaminan sebagai jaminan yang penetapannya berdasarkan peraturan-peraturan yang telah ditetapkan oleh Perum Pengadaian.

Jumlah uang pinjaman yang diberikan kepada nasabah di bagi menjadi empat golongan, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

TABEL II
PENGKOLONGAN UANG PINJAMAN

GOLONGAN	BESARNYA PINJAMAN (Rp.)	MASA KREDIT (HARI)	SEWA MODAL (%)
A	5.000 - 40.000	4 BULAN	1,25 %
B	40.500 - 150.000	4 BULAN	1,75 %
C	151.000 - 500.000	4 BULAN	1,75 %
D	505.000 - 2.500.000	4 BULAN	1,75 %

Sumber : Kantor Perum Pengadaian Cabang Ujung Pandang 1997.

Perjanjian ditulis dalam suatu perjanjian pinjaman yang dikenal dengan Surat Bukti Kredit (SBK). SBK ini bersifat konsensual obligator.

Didalam SBK dimaksud tercantum nama nasabah, besarnya taksiran benda yang digadai, jaminan uang pinjaman, suku bunga dan uang kelebihan jika barang dilelang termasuk jangka waktu pinjaman. Perjanjian ini termasuk perjanjian standar, dimana dicetak dalam bentuk formulir yang telah disediakan oleh Kantor Perum pengadaian.

Setelah uang pinjaman ditetapkan oleh penaksir, dan nasabah yang bersangkutan setuju dengan jumlah yang ditetapkan oleh penaksir, maka SBK diisi sesuai dengan data yang diperlukan. Khusus untuk SBK golongan C dan D, penerimaan barang jaminan ditandatangani oleh kepala cabang, untuk selanjutnya penaksir memberikan SBK dimaksud kepada nasabah yang akan memberikan kepada kasir untuk menyelesaikan lebih lanjut. Setelah kasir menerima SBK dan membubuhi Cap "Bebas Ongkos Administrasi", nasabah diminta membubuhi tanda tangan pada SBK dimaksud bersama uang pinjaman. Ketentuan "BOA" ini mulai berlaku sejak tahun 1977 dengan tujuan untuk menghindari pungutan liar kepada nasabah.

Untuk sistem pencatatan pemberian kredit ini, pertama-tama yang disiapkan adalah blanko SBK yang terdiri dari dua macam, yaitu untuk golongan A dan B dalam bentuk kertas folio dengan dua rangkap, masing-masing lembar asli dan dwilipat yang setiap lembarnya terdiri dari empat SBK, sedangkan untuk golongan C dan D dalam bentuk buku kredit, termasuk lembar dwilipatnya.

Blanko-blanko SBK tersebut diberikan kepada petugas untuk diberi nomor satuurut ini, untuk golongan A berlangsung setiap akhir bulan dan pada bulan berikutnya diberi nomor urut pertama kembali. Sedangkan untuk golongan B, C dan D pemberian nomor urut berlangsung selama satu tahun anggaran, yaitu dimulai dari rsup dr.wahidin April sampai dengan 31 Maret tahun berikutnya. Untuk keempat golongan SBK tersebut juga dibutuhkan cap tanggal jatuh tempo kredit. Setelah blanco-blanko tersebut selesai dicap, maka kepala cabang menyerahkan kepada para penaksir dengan menggunakan daftar penyerahan dan penerimaan dengan menggunakan daftar penyerahan dan penerimaan kembali blanco-blanko SBK.

Setiap permintaan kredit, oleh penaksir, dicatat dengan jelas dalam SBK tentang ciri-ciri dari barang jaminan kemudian setelah dicatat oleh pegawai penaksir, menyerahkan SBK kitir dwilipat sebelah luar yang akan digunakan oleh nasabah untuk mengambil uang pinjaman oleh kasir, sedangkan kitir dwilipat sebelah dalam oleh pegawai penaksir ditempelkan pada barang jaminan berikut catatan taksirannya yang akan diambil oleh nasabah bersama-sama dengan menggunakan matriks dari pegawai penaksir dan kitir tersebut ditempatkan pada sebelah luar kantor apabila barang jaminan tersebut emas, permata atau arloji, sedangkan untuk barang jaminan lainnya cukup ditempelkan/digantungkan pada barang jaminan itu.

Sebagaimana dikemukakan pada bagian depan, bahwa sebelum uang pinjaman diberikan kepada nasabah, terlebih dahulu SBK dibubuhi "BOA", bersama uang pinjaman, SBK diserahkan kembali kepada nasabah dan kitirnya disimpan oleh kasir digunakan mengisi buku kredit menurut nomor urutnya yang terdiri dari lima macam, yang dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Buku kredit A. kain, yaitu untuk mengisi uang pinjaman yang barang jaminannya dari kain, pinjaman ini umumnya tidak lebih dari Rp. 20.000.
2. Buku kredit A lain, yaitu untuk mengisi uang pinjaman yang barang jaminannya berupa; emas, permata kepada motor dan barang berharga lainnya yang pinjamannya tidak lebih dari Rp.40.000,- termasuk golongan A gudang, tetapi pembukuannya disatukan dengan buku kredit ini, maka setiap barang jaminan golongan A gudang diberi huruf kepada SBK.
3. Buku kredit B, yaitu untuk mengisi uang pinjaman yang lebih dari Rp. 40.000,- tetapi tidak lebih dari Rp. 150.000,- dan pencatatannya sama dengan buku A.
4. Buku kredit C, yaitu untuk mengisi uang pinjaman yang lebih dari Rp. 151.000,- tetapi lebih dari Rp. 500.000,- dan cara pencatatannya sama dengan buku kredit A, B.
5. Buku kredit D, yaitu untuk mengisi uang pinjaman yang lebih dari Rp. 500.000,- tetapi tidak lebih dari Rp.200.000,- dan cara pencatatannya sama dengan kredit A,B,C.

Buku-buku kredit tersebut diatas, setiap hari setelah semua loket ditutup, oleh kasir dihitung jumlahnya masing-masing sehingga jumlah kredit yang dikeluarkan pada hari itu dapat diketahui, juga untuk clearing yang kemudian oleh kasir dan kepala cabang membubuhkan tanda tangan pada kredit tersebut setelah jumlahnya disegel terlebih dahulu.

2. Pelunasan Kredit

Apabila uang nasabah akan melunasi uang pinjamannya maka SBK yang ada pada nasabah diserahkan kepada pembantu kasir untuk menghitung jumlah bunga pinjaman bunga pinjaman dibayar berdasarkan hari kredit, yaitu jumlah hari bunga terhitung sejak tanggal pengambilan kredit sampai hari nasabah melunasi pinjaman kreditnya.

Bagi SBK golongan A dihitung setiap 15 hari samapi dengan 4 bulan dengan prosentase 1,25 % dalam 15 hari.

Sedangkan bagi SBK golongan B, C dan D dihitung setiap 15 hari dengan 4 bulan dengan prosentase 1,75 % dalam 15 hari. Setelah jumlah bungah yang dibayar sudah dihitung oleh penibantu kasir, nasabah membawah SBK tersebut keloket kasir dengan membayar jumlah uang pinjaman beserta bungahnya. Kemudian setelah kasir membubuhi cap "lunas" pada SBK, maka kedua kitir dilepaskan dari SBK dan menyerahkan kitir sebelah dalam kepada nasabah untuk mengambil barang jaminannya pada loket yang mengeluarkan barang jaminan dan kitir sebelah luar dan kitir induk, ditusuk pada liaspen yang telah disediakan, dimana kedua kitir ini akan diambil oleh penjaga gudang/penyimpan barang jaminan untuk mengmabil barang jaminan sesuai yang tercantum pada kitir dan selanjutnya petugas loket menyerahkan kepada nasabah dengan terlebih dahulu dengan meminta dan mecocokkan kitir yang ada pada jaminan tersebut. Dan jika kedua kitir cocok, maka barang jaminan.

diserahkan kepada nasabah dan nasabah membubuhkan tanda tangannya di SBK tersebut ditusuk pada liaspen yang akan diambil oleh petugas pengisi buku pelunasan kredit ini, setelah melewati prosedur diatas, dimana SBK yang ditusukkan pada liaspen dimeja kasir yang telah dilepas dari kitir-kitirnya dan telah terdapat cap "lunas" yang disertai parap kasir, diambil oleh petugas gudang dan ditusukkan pada liaspen yang ada

digudang, yang akan dipakai sebagai perhitungan jumlah barang jaminan yang telah dikeluarkan dari gudang pada hari itu serta petugas pengisi buku pelunasan yang sesuai dengan bulan kredit dan golongan dari barang itu.

Adapun pembagian buku pelunasan kredit dibagi menurut bulan kredit dan disediakan buku pelunasan yang jumlahnya sama dengan penggolongan kredit, sebagaimana yang telah diuraikan pada bagian depan. Setiap buku pelunasan A lain dari masing-masing bulan dibuatkan rekapitulasi tentang perincian pelunasan yang terdiri dari jumlah potongan, uang pinjaman dan bunga dari tiap-tiap golongan menurut bulan kredit yang bersangkutan dan akan digunakan untuk mengisi buku yang memuat tentang pelunasan tunggakan kredit pada tiap awal bulan.

3. Pelelangan barang Jaminan.

Barang-barang jaminan yang telah jatuh tempo atau telah habis dari kreditnya dan tidak ditebus oleh nasabah, maka barang jaminan tersebut akan dilelang pada waktu yang akan ditentukan oleh kepala cabang.

Adapun barang-barang jaminan itu dilelang oleh kantor Perum Pengadaian Cabang Ujung Pandang sendiri, bukan balai lelang. Pertimbangan untuk hal ini adalah karena nilai barang-barang jaminan lebih diketahui oleh Kantor Perum Pengadaian dari pada Balai Lelang.

Dalam jangka waktu seminggu sebelum pelaksanaan lelang, kantor perum pengadaian mengumumkan kepada masyarakat melalui media cetak atau BRI dan pada papan pengumuman melalui ruang Kantor Perum Pengadaian.

Pada hari pelaksanaan lelang, pembeli yang berhak mendapatkan barang lelangan adalah pembeli yang menawarkan dengan harga yang tertinggi, setelah kepada umum ditanyakan penawaran sampai dua kali penawaran dari terakhir.

Lelang barang jaminan yang termasuk golongan A dan B dilakukan pada bulan kedelapan (bulan Kelender) terhitung mulai saat barang digadaikan/dijaminan. Misalnya, barang digadaikan pada bulan Agustus 1997, maka akan dilelang pada bulan Maret 1998. Lelang barang jaminan yang termasuk golongan C dan D, dilakukan pada awal bulan kelima terhitung mulai saat barang digadaikan. Misalnya barang digadaikan. Misalnya barang digadaikan pada bulan Agustus 1996., maka akan dibelang pada

bulan Desember 1997. Suatu barang yang akan dilelang dengan harga yang cukup tinggi, sehingga kemungkinan adanya uang kelebihan dari jumlah uang tebusan yang merupakan hak dari nasabah, maka uang kelebihan tersebut dapat diambil dengan menyerahkan SBK dari barang jaminan yang telah dilelang.

Khusus bagi pinjaman golongan A dan B setelah jangka waktu pinjaman (4 bulan/120 hari) terakhir, maka pada bulan ketujuh diberikan pembebasan atas bunga dan peminjam masih berhak mempertimbangkan apakah barang jaminan tersebut akan ditebus atau tidak sebelum akan dilelang.

Untuk sistem pencatatan pelelangan barang jaminan, maka barang jaminan yang telah sampai masa waktunya untuk dilelang, oleh Cabang paling lambat tiga hari sebelum lelang, yaitu penitia yang bertugas memeriksa dan manaksir kembali barang jaminan yang akan dilelang, apakah terdapat kecocokan dengan keterangan-keterangan yang tercantum dalam dwilipat SBK. Kemudian barang jaminan itu ditaksir kembali nilainya menurut peraturan berlaku pada saat pelelangan dan untuk menentukan harga jual minimum. Sedangkan untuk menentukan barang jaminan mana yang akan dilelang, hal ini dapat diketahui pada buku kredit bulan yang bersangkutan pada nomor-nomor dari SBK yang masih lowong (belum dibubuhi cap tanggal pelunasan dibelakang uang pinjaman dari SBK itu).

Setelah pemeriksaan dan penaksiran kembali nilai barang jaminan selesai, maka penitia lelang menyerahkan barang jaminan itu kembali kepada kepala Cabang selaku pimpinan lelang dibantu oleh seorang kasir untuk menerima uang dari hasil penjualan pelelangan dan seorang yang mencatat harga jual dari barang jaminan pada harga jual dari barang jaminan itu kembali kepada kepala Cabang selain melelangkan barang-barang yang terjual pada lelang dan juga nama serta alamat pembeli lelang.

Adapun prosedur pemeriksaan pada Kantor Perum Pengadaian Cabang Ujung Pandang terdiri dari :

1. Pemeriksaan pencatatan penyaluran kredit
2. Pemeriksaan pencatatan pelunasan kredit
3. Pemeriksaan pencatatan pelelangan barang jaminan

ad.1. Pemeriksaan pencatatan penyaluran kredit, yaitu meneliti uang pinjaman dan jumlah potongan barang jaminan digadaikan pada dari itu. Untuk uang pinjaman. Pemeriksaan dilakukan oleh kasir dan pegawai penaksir, yaitu hasil rekapitulasi uang pinjaman menurut golongan nasabah; pedagang, nelayan, industri yang mana hasilnya untuk memeriksa kredit menurut buku kredit yang diisi oleh kasir.

Sedangkan pemeriksaaan barang jaminan yang akan digadaikan pada hari itu, dilakukan oleh barang penaksir dengan kepala Cabang dengan disaksikan oleh penjaga gudang yang bersangkutan. barang-barang yang ada pada penaksir, diambil oleh kepala cabang dan dihitung didepan para penaksir dan penjaga gudang yang bersangkutan. Setelah itu barang-barang jaminan diserahkan kepada pemegang gudang dan pemegang gudang memberi tanda tangan yang menyatakan telah terima barang-barang tersebut.

ad.2. Pemeriksaan Pencatatan Pelunasan Kredit

Pemeriksaan pada pencatatan pelunasan kredit, dalam hal ini juga meliputi uang pinjaman dan jumlah potongan di tambah dengan jumlah uang bunga. Untuk memeriksa jumlah keseluruhan ini, maka hasil pencatatan pada buku pelunasan dicocokkan dengan perincian jumlahkan pada asli SBK yang ditebus pada hari itu, yang dilaksanakan oleh pegawai yang tidak mengisi buku pelunasa.

ad.3. Pemeriksaan Pencatatan Pelelangan Barang Jaminan

Pemeriksaan pada pencatatan pelelangan barang jaminan hanya terdiri dari jumlah potongan barang jaminan yang dilelangkan. Demikian pula dengan harga jual barang jaminan yang akan dilelang, pencatatan dilakukan oleh pegawai yang mengisi buku daftar laku barang lelang, dan kepada cabang yang mencatat pada dwilipat SBK dengan terlebih dahulu masing-masing dijumlahkan potongan dan harga penjualannya pada lelang.

Dalam melaksanakan analisis sistem gadai pemasaran jasa terhadap penjualan, maka penulis mengaplikasikan dengan unsur-unsur yang terdapat pada marketing mix atau "4P" yaitu Produk, price, distribusi dan promosi dalam memasarkan jasa terhadap penjualan didalam perum pengadaian.

a. Produk

Produk layanan sangat penting bagi pemasaran karena produk inilah yang sebenarnya memungkinkan terjadinya transaksi yang diinginkan. Oleh karena itu untuk meningkatkan penjualannya, Perum Pengadaian menyempurnakan yang merubah produknya kearah yang lebih baik lagi.

Perum Pengadain menawarkan berbagai macam produk lauanan yang mempunyai manfaat sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah. Produk-produk yang ditawarkan Perum Pengadain terbagi dalam mata uang rupiah dan mata uang asing yaitu standar dollar.

b. Price

Sebelum suatu produk dipasarkan terlebih dahulu harus diberikan standar harga untuk memudahkan penjualannya. Produk-produk layanan yang ditawarkan Perum Pengadaian tersedia bermacam produk dimana nasabah dapat memilih diantara produk-produk yang tersedia. pada prinsipnya perum pengadaian memberi kelonggaran kepada nasabahnya, yaitu : dalam bulanan, triwulan, semesteran, dan tahunan.

c. Distribusi

Keberhasilan perusahaan dalam memasarkan atau menyalurkan suatu produk kekonsumen didalam pemasaran jasa, dalam distribusi yang dapat terwujud. Sehingga dengan adanya kantor-kantor cabang pembantu pada tempat-tempat yang strategis dan pada waktu wayng tepat juga sangat mendukung palayanan terhadap nasabah.

d. Promosi

Promodi merupakan salah satu unsur marketing mix yang sangat penting, baik bagi perusahaan yang menghasilkan barang atau jasa. Ada empat variabel dalam promotional mix yaitu : periklanan, personal selling, publisitas, promosi penjualan.

4.2. Perhitungan Empirik Pengaruh Jumlah Pinjaman, Penyaluran Kredit Serta Biaya Asuransi (biaya pemeliharaan)

Berikut ini disajikan tabel besarnya pinjaman, jumlah penyaluran kredit serta biaya asuransi (biaya pemeliharaan) yang dikeluarkan oleh Perum Pegadaian sebagai dasar dari alat analisis.

TABEL III
PENGGOLONGAN KREDIT GADAI DAN
BESARNYA PINJAMAN

GOLONGAN	BESARNYA UANG PINJAMAN (Rp.)
A	5.000- 40.000
B	40.500- 150.000
C	15.000- 500.000
D	505.000- 2.500.000
	2.505.000- 5.000.000
	5.005.000-10.000.000
	10.005.000-20.000.000

Sumber : Kantor Perum Pegadaian Cabang Ujung Pandang 1997.

Untuk tabel berikut disajikan mengenai perkembangan nilai penyaluran kredit sebagai berikut :

TABEL IV
PERKEMBANGAN NILAI PENYALURAN KEREDIT DAN
BIAYA ASURANSI PADA PERUM PEGADAIAN
1992-1996

TAHUN	Y	X1	X2
1992	5,000	11,975,351,500	100
1993	40,000	12,387,243,000	500
1994	151,000	14,286,814,000	1.000
1995	505,000	18,619,918,600	2.500
1996	2,505,000	23,239,490,000	0,1 % x UP

Sumber : Kantor Perum Pegadaian Cabang Ujung Pandang

Metode kuadrat terkecil biasa (ordinary least square) adalah suatu analisis kuantitatif yang digunakan untuk menghitung koefisien regresi, keeratan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, untuk mengetahui tingkat signifikan antara variabel independen dan variabel dependen secara keseluruhan.

Dalam pengujian ini penulis menggunakan data tahun 1992-1996 dari setiap variabel batas besarnya pinjaman dan biaya asuransi, sehingga data yang diperoleh adalah 5 tahun.

Sebaiknya variabel terikat dalam hal ini adalah hasil penyaluran kredit atau realisasi nilai penjualan. Sehingga data tersebut memperlihatkan perubahan dalam pertahun menggambarkan elastisitas variabel batas terhadap variabel terikat.

TABEL V
 PERHITUNGAN DATA PENELITIAN
 1992-1996

TAHUN	Y	X1	X2
1992	5,000	11,975,351,500	100
1993	40,000	12,387,243,000	500
1994	151,000	14,286,814,000	1.000
1995	505,000	18,619,918,600	2.500
1996	2,505,000	23,239,490,000	0,1 % x UP

Sumber : Kantor Perum Pegadaian Cabang Ujung Pandang

Keterangan :

Y = Nilai Penjualan/Besarnya uang pinjaman

X₁ = Penyaluran Kredit

X₂ = Biaya pemeliharaan (biaya asuransi)

Dari perhitungan regresi berganda dengan menggunakan komputer diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = 7.264,9405 + 6.7399 + 87.168.00306$$

Berdasarkan persamaan diatas dapat kita lihat bahwa variabel bebas dalam hal ini besarnya pinjaman dan biaya asuransi mempunyai nilai positif dengan nilai penyaluran kredit sebagai variabel terikat. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien masing-masing variabel tersebut yang betanda positif.

TABEL VI
PERHITUNGAN KOMPUTER UNTUK KOEFISIEN REGRESI,
PENGARUH BESARNYA PINJAMAN DAN
BIAYA ASURANSI TERHADAP
PENYALURAN KREDIT
1992-1996

VAR	REG.COEFF	STD.ERROR	T.(DF-2)	PROB.	PART.(r2)
X1	7.26494105	3.46376106	20.974	.00227	.9955
X2	6.7399	.1484	45.415	.00048	.9990
Const	-871680.0306				

Sumber : Kantor Perum Pegadaian Cabang Ujung Pandang

Nilai Koefisien tersebut diatas memberikan indikasi bahwa :

$b_1 = 7.26494105$: Menunjukkan elastisitas atau naik turunnya jumlah kredit yang disalurkan yang dipengaruhi oleh besarnya pinjaman dengan asumsi variabel lain konstant, maka jumlah penyaluran kredit akan meningkat sebesar 72.649.415 unit.

$b_2 = 6.7399$: Menunjukkan pengaruh biaya asuransi terhadap elastisitas atau naik turunnya nilai penyaluran kredit dengan asumsi variabel lain konstan, maka nilai penyaluran kredit akan meningkat sebesar Rp.6.7399.

Konstanta = -871680.0306, menunjukkan jika kedua segmen adalah nol, maka perusahaan dalam jangka waktu setahun akan mengalami kerugian sebesar Rp. 871.680.0306.

4.3. Uji Statistik Uji t

untuk mengetahui tingkat signifikasikan apakah masing-masing variabel bebas mempunyai pengaruh yang berarti terhadap variabel-variabel terikat secara sendiri-sendiri, maka dilakukan uji t. Untuk lebih jelasnya langkah-langka dalam pengujian tersebut adalah :

a. Uji t pada tingkat signifikan 5 %

1. $H_0 : B_0 = 0$

$H_0 : B_2 = 0$

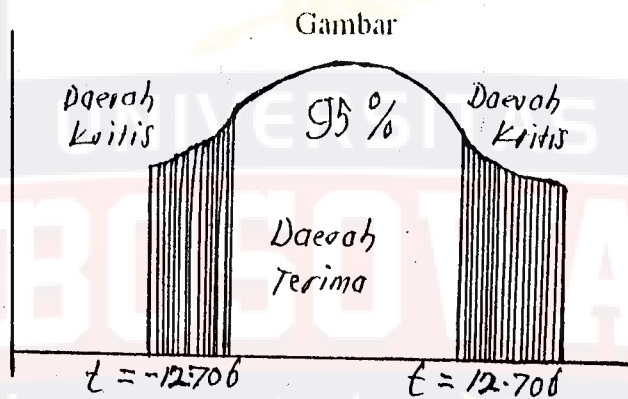
$H_1 : B_1 = 0$

$H_1 : B_1 = 0$

2. $\alpha = 0,05 = 5 \%$

3. t hitung diperoleh : $t_{b1} = 20.974$ $t_{b2} = 45.415$

4. Dengan derajat kebebasan (df) = / dan $\alpha / 2$ atau $0,05 / 2 = 0,025 = 12.706$ dengan mempetunakan uji 2 arah.



Interaksi keyakinan 95 % untuk t (df) = 2 berdasarkan langkah tersebut diatas maka :

$t_{b1} = 20.974$: Dari pengujian statistik uji t terhadap koefisien penyaluran kredit diperoleh t terhitung sebesar 20.974 sedangkan t tabel pada tingkat signifikan 0,05 atau 5 % dengan df (Derajat bebas+ = 2 sebesar 9,7070 terlihat bahwa t hitung lebih besar dari pada t tabel atau $t = 20.974$) to, $0,025 (4) = 12,706$ sehingga menolak H_0 . Berarti bahwa penyaluran kredit mempunyai pengaruh terhadap penjumlahan produk jasa.

$t_{b2} = 45.415$: Dari pengujian statistik uji t terhadap koefisien regresi asuransi diperoleh terhitung sebesar 45.415 sedangkan nilai t tabel pada tingkat signifikan 0,05 atau 5 % dengan df = 2 sebesar dari t tabel atau $t =$

45.415) $t_{(0,025)(2)} = 12.7706$ sehingga menolak H_0 dan menerima H_1 yang berarti biaya asuransi mempunyai pengaruh terhadap nilai penjualan produk jasa.

b. Uji t pada tingkat signifikan 10 %

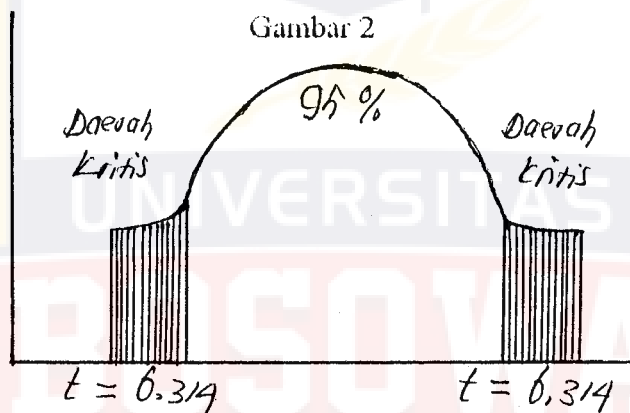
$$1. H_0 : B_0 = 0 \quad H_0 : B_2 = 0$$

$$H_1 : B_1 = 0 \quad H_1 : B_1 = 0$$

$$2. \alpha = 0,1 = 10\%$$

3. t hitung diperoleh : $t_{b_1} = 20.974$ $t_{b_2} = 45.415$

4. Dengan derajat kebebasan (df) = 2 dan $\alpha/2 = 0,1/2 = 0,05$ 6,314 dengan menggunakan uji t 2 arah.



Interaksi keyakinan 95 % untuk t (df) berdasarkan langkah diatas maka :

$t_{b_1} = 20.974$: Dari pengujian statistik uji t terhadap koefisien penyaluran kredit diperoleh t hitung sebesar 20.974 sedangkan t tabel pada tingkat signifikan 0,1 atau 10 % dengan (derajat beban) = 2 sebesar 6.314 terlihat bahwa t hitung lebih besar daripada tabel atau $20,974 > t_{0,05(2)} = 12.706$ sehingga menolak H_0 . Berarti bahwa penyaluran kredit tidak mempengaruhi nilai penjualan produk jasa, tidak dapat dibenarkan. Karena H_0 ditolak berarti bahwa penyaluran kredit tidak mempengaruhi nilai penjualan produk dan jasa, tidak dapat dibenarkan . Karena H_0 ditolak berarti H_1 diterima Dengan demikian maka dapatlah disimpulkan bahwa penyaluran kredit mempunyai pengaruh terhadap nilai penjualan jasa .

tb2 = 45.415

:Dari pengujian statistik uji t terhadap koefisien regresi asuransi diperoleh t hitung sebesar 45.415 sedangkan nilai t tabel pada

TABEL VII
KREDIT DAN HASIL PENJUALAN PRODUK JASA
PADA PERUM PENGADAIAN CABANG UJUNG PANDANG
1992-1996

TAHUN	KREDIT (RUPIAH)	PENJUALAN (RUPIAH)
1992	11,975,351,500	199,272,030
1993	12,387,243,000	294,787,140
1994	14,286,814,000	256,655,390
1995	18,619,918,600	345,105,180
1996	23,239,490,000	547,911,190

Sumber : Kantor Perum Pengadaian Caba Ujung Pandang

Selanjutnya dapat dilihat perhitungan penjualan produk jasa untuk tahun mendatang seperti terlihat pada tabel berikut ini :

4.4. Analisis Nilai-nilai Korelasi Dan Regresi

Dalam analisis regresi dan korelasi ini akan dilihat berapa besar pengaruh dari semua variabel terhadap nilai penjualan produk jasa dengan hasil penjualan yang telah dicapai oleh Perum Pegadaian dalam lima tahun terakhir yaitu 1992-1996.

TABEL VIII
 PERHITUNGAN NILAI-NILAI
 KORELASI DAN REGRESI

TAHUN	Y	X	Y ²	X ²	XY
1992	11,975,351,500	199,272,030	143.340,10	3.970.10	238,635.10
1993	12,387,243,000	294,787,140	153,443.10	8.690.10	365.162.10
1994	14,286,814,000	256,655,390	204,113.10	6.587.10	366.678.10
1995	18,619,918,600	345,105,180	346,701.10	11.909.10	642.583.10
1996	23,239,490,000	547,911,190	540.073.10	30.020.10	1.273.331.10
Jumlah	80.508.817.10	1.643.732.930	1.387.739.10	61.176.10	2.886.389.10

Sumber : Kantor Perum Pengadaan Cabang Ujung Pandang (data di olah)

$$a. = \frac{Y\sum X^2 - \sum XY}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$= \frac{(80.508.817.10)(61.176.10) - (1.643.732.930 \times 2.886.389.10)}{5(61.176.10) - (1.643.732.930)^2}$$

$$= \frac{5.20.535.394.909.10 - 4.744.452.648.080.10}{305,88.10 - 270,185.10}$$

$$= \frac{-4.223.917.153.071}{25,695}$$

$$= -164.386.738.784$$

$$b. = \frac{n^2 \sum cy - (\sum X)(\sum Y)^2}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$= \frac{5(2.886,389.10) - (643.743.732.930)(80.508.817.10)}{5(61,176.10) - (1.643.732.930)^2}$$

$$= \frac{14431,945.10 - 13233,499.10}{305,8.10 - 220,185.10}$$

$$= \frac{1198,446.10}{25,695.10}$$

$$= 46,641$$

$$= 46,641$$

$$= 46,641$$

Dengan nilai a dan b dari angka diatas maka dapat diperoleh persamaan garis regresi linear yang dapat dinyatakan sebagai berikut :

$$Y = -164.386.738.784 X_1 + 46,641 X_2.$$

4.5. Untuk mencari berapa besarnya sumbangan X terhadap Y terlebih dahulu ditentukan Kofisien korelasi yang akan menunjukkan salah satu sasaran atau tujuan perusahaan yaitu meningkatkan volume penjualan, maka Perum Pegadaian dalam penyaluran kredit dan biaya asuransi dan variabel terikat di dalam nilai penjualan jasa, dengan menyelesaikan sebagai berikut :

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

$$= \frac{5 (2886,389.10) - (1643.732.930)(8058.817.100)}{\sqrt{5 (61,176.10) - (1643.732.732.930)^2 \cdot 5(1387,739.10 - (80.508817100))}}$$

$$= \frac{14431,945.10 - 13233,499.10}{\sqrt{305,88.10 - 220,185.10 \cdot 6938,695.10 - 6481,669.10}}$$

$$= \frac{1198,446.10}{\sqrt{25,695.10 \cdot 457,026.10}}$$

$$= \frac{1198,446.10}{5,069,10 \cdot 21,378.10}$$

$$= \frac{1198,446}{1286,659}$$

$$r = 0,125925$$

Dengan r = 0,125925 berarti antara variabel bebas (Penyaluran kredir dan biaya asuransi) dengan variabel terikat (nilai penjualan produk jasa) terdapat hubungan yang kuat.

4.6. Penyesuaian Kofisien Determinasi (R^2)

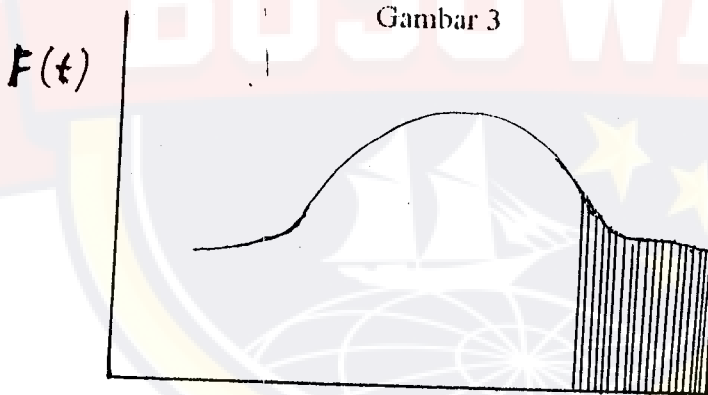
Yaitu untuk melihat semua pengaruh variabel bebas terhadap nilai penjualan produk jasa dimana derajat bebas diperhitungkan, dengan perhitungan komputer diperoleh hasil sebesar 1,99925.

4.7. Uji Statistik Uji F

Tingkat signifikansi antara variabel bebas secara keseluruhan dengan variabel terikat dapat digunakan Uji F. langkah-langkah dalam pengujian adalah sebagai berikut :

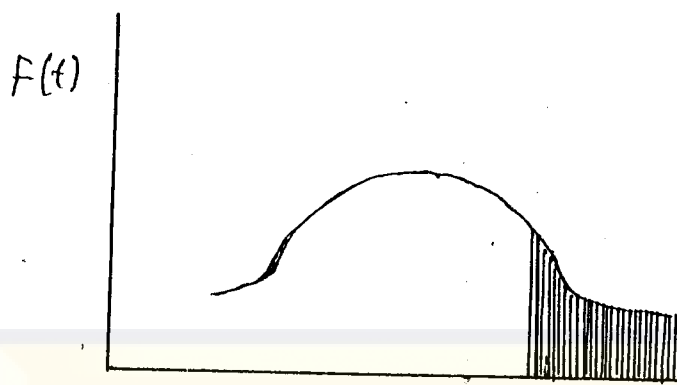
1. H_0 : $B_0 = B_2 = 0$
1. H_1 : $B_1 = B_2 = 0$
2. a. $\alpha = 0,01 \% = 1\%$
b. $\beta = 0,05 = 5\%$
3. F hitung diperoleh 2,161
4. Derajat kebebasan (df) = 2, kita pergunakan uji satu arah karena hasil uji F selalu positif.
5. a. Gambar Uji F dengan interval keyakinan 1 %

Gambar 3



- b. Gambar Uji F dengan Interval Keyakinan 5 %

Gambar 4



Oleh sebab karena F hitung lebih besar dari F tabel atau $F = 3,161 F_{0,01/12} = 99,0$ maka H_0 dan H_1 diterima pada tingkat keberartian (α) $0,01 = 1\%$. Demikian pula pada tingkat keberartian (α) $0,05 = 5\%$ nilai F hitungan tetap lebih besar dari F tabel t yakin $F = 3,161 F_{0,05} (2/2) = 19,0$ sehingga dapat disimpulkan persamaan regresi linear berganda :

$$Y = 7.264,9405 + 6.7399 X_1 + -87.168,003306 X_2$$

Dapat dipergunakan untuk tingkat nilai penjualan produk jasa apabila penyaluran kredit dan biaya asuransi diketahui.

4.8. Analisis Perkembangan Penjualan

Untuk melihat perkembangan penjualan pada Perum Pengadaian Cabang Ujung Pandang pada waktu selanjutnya maka digunakan analisa metode least square, yang dalam perhitungan memakai persamaan fungsi linear :

$$Y = a + bX$$

Dimana :

Y = adalah trend yang ditaksir dari persamaan indeks tahunan untuk perkembangan penjualan berikutnya.

X = adalah periode tahunan

a = adalah nilai trend dari periode dasar dengan sumbu X

b = adalah slope dari garis trend

Sedangkan untuk menentukan nilai a dan b maka digunakan dua persamaan yaitu :

1. $Y_i = na + b X_{i1}$ atau a

2. $Y_i X_i = a X_i + b X_i^2$ $Y_i = b X_{i2}$

atau

$$b = \frac{\sum Y_i X_i}{\sum X_i^2}$$

Dengan bantuan kedua rumus persamaan diatas dan dengan berdasarkan dari hasil penjualan produk jasa untuk tiap-tiap produk, maka dapatlah dihitung perkembangan penjualan produk jasa pada Perum Pegadaian Cabang Ujung Pandang sebagai berikut :

TABEL IX
TREND PENJULAN PRODUK JASA
PADA PERUM PENGADAIAN CABANG UJUNG PANDANG
1992-1996

TAHUN X_i	HASIL PENJUALAN	$X_i Y_i$	X_i^2
1992 -2	119,272,030	-398.544.060	4
1993 -1	294,789,140	-294.787.140	1
1994 0	256,655,390	0	0
1995 1	345,105,180	345.105.180	1
1996 2	547,911,190	1.095.822.380	4
Jumlah 0	1,643,732,930	747.594.360	10

Sumber : Perum Pegadaian Cabang Ujung Pandang (Data diolah)

Dari data diatas maka dapat dimasukkan kedalam persamaan sebagai berikut :

$$\sum Y_i = na + b \sum X_i \quad \text{atau} \quad a = \frac{\sum Y_i - b \sum X_i}{n}$$

$$= \frac{1643\ 732\ 930}{5}$$

$$= 328\ 746\ 586$$

$$a = \text{Rp.}328\ 746\ 586$$

$$\sum (Y_i X_i) = a \sum X_i + b \sum X_i^2 \quad b = \frac{\sum (Y_i X_i) - a \sum X_i}{\sum X_i^2}$$

$$= \frac{747.594\ 360}{10}$$

$$= 747\ 594\ 360 = b = \text{Rp.} 747\ 59436$$

TABEL X
ETIMASI JUMLAH PENJULAN
1997-2001

TAHUN	PENJUALAN JASA (RUPIAH)
1997	553,024,894
1998	627,784,330
1999	702,543,766
2000	777,303,202
2001	852,062,638

Sumber : Data setelah diolah

Dari tabel VII, nampak bahwa proyeksi penjualan produk jasa layanan pada Perum Pengadaan Mengalami peningkatan dari tahun ketahun.

Dengan berpatokan pada tahun $X = 0$ yaitu tahun 1994 ramalan hasil penjualan misalnya tahun 1997 (tiga tahun) dari tahun patokan).

$$\begin{aligned}
 Y &= a + bX & X &= 3 \\
 &= 328.746.585 + 74759,436 (3) \\
 &= 553.024 894
 \end{aligned}$$

Perkembangan hasil penjualan tahun 1997 adalah Rp. 553.023 894 untuk mengetahui etimasi penjualan produk jasa layanan untuk tahun-tahun berikut, maka kita mensubtisisikan nilai X pada persamaan $Y = 328 746 586 + 74 759 936 X$.

Untuk tahun 1998 ($X = 4$)

$$\begin{aligned}
 Y &= 328 746 + 74759 936 (4) \\
 &= 627 784 330
 \end{aligned}$$

Untuk tahun 1999 ($X = 5$)

$$\begin{aligned}
 Y &= 328 746 586 + 74 759 436 (5) \\
 &= 702,543.766
 \end{aligned}$$

Untuk tahun 2000 ($X = 6$)

$$\begin{aligned}
 Y &= 328 746 586 + 74.759 436 (6) \\
 &= 777 303 202.
 \end{aligned}$$

Untuk tahun 2001 ($X = 7$)

$$Y = 328\,746 + 74\,759\,436(7)$$

$$= 852\,062\,638.$$



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Dari uraian bab terdahulu, penulis mengetengahkan simpulan, sebagai berikut :

1. Hasil analisa regresi linear berganda antara penyaluran kredit dan trend yang ditaksir pada Perum Pegadaian Cabang Ujung Pandang tahun 1992 - 1996 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 7.22,9405 + 6.7399 X_1 + - 87.168,00306 X_2$$

ini berarti bahwa variabel penyaluran kredit dan variabel trend yang ditaksir keduanya bersama-sama berpengaruh meningkatnya volume penjualan yang telah dicapai perusahaan selama periode tahun 1992-1996. Koefisien regresi b_1 adalah positif dan b_2 adalah negatif, ini berarti bahwa bila penyaluran kredit (X_1) dinaikkan, maka kenaikan tersebut diikuti oleh kenaikan volume penjualan, dan bila mana trend yang ditaksir (X_2) naik, maka otomatis akan meningkat pula.

2. Korelasi biaya penyaluran kredit terhadap volume penjualan apabila trend yang ditaksir 99,47% dan korelasi trend yang ditaksir terhadap volume penjualan apabila penyaluran kredit adalah 90,50%. Dari hasil korelasi tersebut dapat diketahui bahwa penyaluran terhadap volume penjualan pada Perum Pegadaian Cabang Ujung Pandang.

3. Dari hasil uji hipotesa menggunakan tingkat kepercayaan 95 % atau $\alpha = 0,05$ dengan uji statistik lewat terbukti bahwa nilai t . Dengan demikian hipotesis yang penulis ajukan ternyata diterima. Jadi pada tingkat kepercayaan 95% dapat diketahui sistem Pemasaran pengaduan terhadap penjualan pada Perum Pegadaian Cabang Ujung Pandang.

5.2. Saran-saran

Dalam usaha meningkatkan penjualan dan market share dengan masalah-masalah yang ditemui dalam pemasaran jasa terhadap penjualan penulis mencoba memberikan saran dan masukan yang kiranya dapat bermanfaat bagi perusahaan dalam mencapai tujuan, adapun saran-saran tersebut :

1. Bahwa perusahaan Perum Pegadaian Cabang Ujung Pandang harus terus berupaya untuk meningkatkan pelayanannya terhadap masyarakat sehingga dengan sendirinya masyarakat dapat terlayani dengan memuaskan terhadap pemasaran jasa pegadaian tersebut.
2. Untuk memenuhi kebutuhan para layanan nasabah setiap tahunnya yang terus meningkat pada perusahaan ini, maka perlu ditempu suatu metode atau sistem dengan demikian perusahaan tersebut akan mampu meningkatkan volume penjualan dan sekaligus dapat memperoleh keuntungan yang lebih besar dibandingkan apa yang dicapai selama ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anto Dajan, Pengantar Metode Statistik, Jilid II tahun 1993.
- Kotler Philip, Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi Ketiga, Intermedia, Tahun 1987.
- Kotler Philip, Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan dan Pengendalian, Jilid I, Edisi Kelima, 1987.
- Mulyadi, Sistem Akutansi, Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi YKPN Yogyakarta , Eidis Kedua, Tahun 1987.
- Mc Charty E. Jerome dan D. Pereault William. Menejemen Dasar-Dasar Pemasaran Penerbit Erlangga, Edisi Kelima Tahun 1993.
- Nitisemito, Alaex, S. Marketing, Edisi Keempat, Jakarta Chalia Indonesia, Tahun 1982.
- Swasta, Basu DH Handoko Hani T, Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen, Penerbit Liberti, Yogyakarta, 1987.
- Swasta, Basu DH. Dan Irawan. Manajemen Pemasaran Modern, Cetakan Kedua, Yogyakarta : Liberty, 1985.
- Walpole E. Ronald, Pengantar Statistik, Edisi Ketiga, Penerbit PT. Gramedia, Jakarta, Tahun 1988.
- William J. Stanton, Prinsip Pemasaran, Jilid 2, Edisi ke 7 Tahun 1993, Penerbit Erlangga.

REGRESSION ANALYSIS

ORDER DATA FOR: C: HANZAH LABEL: 70041513 REGRESI MERKANDA
 NUMBER OF CASES: 5 NUMBER OF VARIABLES: 3

INDEX	NAME	MEAN	STD. DEV.
1	X1	16101783420.0000	4780356207.0000
2	X2	50920.0000	111572.3174
3	VAR. Y	541500.0000	1050448.5805

DEPENDENT VARIABLE: Y

	REGRESSION COEFFICIENT	STD. ERROR	T (DF= 2)	PROB.	PARTIAL R ²
CONSTANT	7.28494E-05	3.46376E-06	20.734	.00227	.9955
	5.7399	.1484	45.415	.00048	.9990
	-871890.0305				

ERROR OF EST. = 18013.0100

ADJUSTED R SQUARED = .9997

R SQUARED = .9999

MULTIPLE R = .9999

ANALYSIS OF VARIANCE TABLE

SOURCE	SUM OF SQUARES	D.F.	MEAN SQUARE	F RATIO	PROB.
REGRESSION	4497538852907.3000	2	2.24877E+12	8930.624	1.443E-04
RESIDUAL	598937092.7000	2	329468546.3500		
TOTAL	4498137800000.0000	4			

OBSERVED	CALCULATED	RESIDUAL	STANDARDIZED RESIDUALS
5000.000	-1003.733	8003.7325	0
40500.000	31515.910	8004.0905	*
151000.000	172988.591	-21988.5914	*
505000.000	497395.983	2104.0173	*
2.5030E+06	1062.5050E+06	-3.2490	*

MIN-WATSON TEST = 2.9835

Lampiran 5. Distribusi t pada Beberapa Level Probabilitas

df	Level signifikan, Uji satu ekor					
	.10	.05	.025	.01	.005	.0005
	Level signifikan, Uji dua ekor					
	.20	.10	.05	.02	.01	.001
1	3.078	6.314	12.706	31.821	63.657	636.619
2	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925	31.590
3	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841	12.941
4	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604	8.610
5	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032	6.850
6	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707	5.959
7	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499	5.406
8	1.397	1.850	2.306	2.895	3.355	5.041
9	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250	4.781
10	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169	4.587
11	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106	4.437
12	1.356	1.782	2.179	2.631	3.055	4.318
13	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012	4.221
14	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977	4.140
15	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947	4.073
16	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921	4.015
17	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898	3.965
18	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878	3.922
19	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861	3.883
20	1.325	1.725	2.086	2.525	2.845	3.850
21	1.323	1.721	2.080	2.518	2.831	3.819
22	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819	3.792
23	1.321	1.714	2.069	2.500	2.807	3.767
24	1.319	1.711	2.064	2.492	2.797	3.745
25	1.318	1.708	2.060	2.485	2.787	3.725
26	1.315	1.706	2.056	2.479	2.779	3.707
27	1.314	1.703	2.052	2.473	2.771	3.690
28	1.313	1.701	2.048	2.467	2.763	3.674
29	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756	3.659
30	1.310	1.697	2.042	2.457	2.750	3.646
40	1.303	1.684	2.021	2.423	2.704	3.551
60	1.296	1.671	2.000	2.390	2.660	3.460
120	1.289	1.658	1.980	2.358	2.617	3.373
∞	1.282	1.645	1.960	2.328	2.576	3.291

Sumber: A Fisher and F. Yates. Statistical Tables for Biological, Agricultural and Medical Research. Oliver and Boyd, LTD., Edinburgh.

DAFTAR D

Nilai Persentil Untuk Distribusi χ^2
(Menganalisis Dalam Daftar Murni)
Miris Atas Untuk $p = 0,05$ dan
Miris Bawah Untuk $p = 0,01$

$\chi^2 = \frac{Y_i - dk}{p \cdot n}$	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	181	200	216	225	230	234	237	239	241	242	243
2	4032	4999	5803	6425	6767	6959	7091	7176	7228	7263	7284
3	15,51	19,00	19,16	19,25	19,30	19,33	19,36	19,37	19,38	19,39	19,40
4	99,49	99,01	98,17	97,25	96,33	95,41	94,50	93,58	92,66	91,74	90,82
5	10,12	9,55	9,26	9,12	9,01	8,94	8,88	8,86	8,81	8,78	8,76
6	7,71	6,94	6,59	6,39	6,26	6,16	6,09	6,04	6,00	5,96	5,93
7	21,20	16,00	16,69	15,98	15,52	15,21	14,99	14,80	14,66	14,54	14,45
8	6,61	5,79	5,41	5,19	5,05	4,95	4,88	4,82	4,78	4,74	4,70
9	10,26	13,27	15,06	16,39	17,59	18,67	19,67	20,61	21,51	22,38	23,23
10	5,99	5,14	4,76	4,53	4,39	4,28	4,21	4,15	4,10	4,06	4,03
11	13,76	10,92	9,78	9,15	8,75	8,47	8,26	8,10	7,98	7,87	7,79
12	3,59	4,74	4,35	4,12	3,97	3,87	3,79	3,73	3,68	3,63	3,60
13	12,25	9,55	8,45	7,85	7,46	7,19	7,00	6,86	6,71	6,62	6,54
14	11,26	8,65	7,59	7,01	6,63	6,37	6,19	6,03	5,91	5,82	5,74
15	5,42	4,76	4,38	4,15	3,98	3,87	3,79	3,73	3,68	3,63	3,60
16	10,56	8,02	6,99	6,42	6,06	5,80	5,62	5,47	5,35	5,26	5,18
17	4,96	4,10	3,71	3,48	3,33	3,23	3,14	3,07	3,02	2,97	2,94
18	10,04	7,36	6,35	5,79	5,44	5,19	5,01	4,86	4,73	4,64	4,56
19	4,84	3,98	3,59	3,36	3,20	3,09	3,01	2,95	2,90	2,84	2,82
20	9,45	7,20	6,23	5,67	5,32	5,07	4,88	4,74	4,63	4,54	4,46
21	4,75	3,88	3,49	3,26	3,11	3,00	2,92	2,85	2,80	2,74	2,72
22	9,32	6,93	5,95	5,41	5,06	4,82	4,64	4,50	4,39	4,30	4,22
23	4,67	3,80	3,41	3,18	3,02	2,92	2,84	2,77	2,72	2,67	2,63
24	9,07	6,70	5,74	5,20	4,86	4,62	4,44	4,30	4,19	4,10	4,02
25	4,60	3,74	3,34	3,11	2,96	2,85	2,77	2,70	2,65	2,60	2,56
26	8,88	6,51	5,56	5,03	4,69	4,46	4,28	4,14	4,03	3,94	3,86
27	5,36	4,68	4,28	4,06	3,90	3,79	3,72	3,66	3,59	3,55	3,51
28	8,48	6,36	5,42	4,89	4,56	4,32	4,14	4,00	3,89	3,80	3,73
29	4,49	3,63	3,24	3,01	2,85	2,74	2,66	2,59	2,54	2,49	2,45
30	8,33	6,23	5,30	4,77	4,44	4,20	4,03	3,89	3,78	3,69	3,61
31	4,43	3,59	3,20	2,96	2,81	2,70	2,62	2,55	2,50	2,45	2,41
32	8,10	6,11	5,18	4,67	4,35	4,10	3,93	3,79	3,68	3,59	3,53
33	4,41	3,55	3,16	2,93	2,77	2,66	2,58	2,51	2,46	2,41	2,37
34	8,04	6,01	5,09	4,53	4,21	4,01	3,83	3,71	3,60	3,51	3,44
35	4,35	3,52	3,13	2,90	2,74	2,63	2,55	2,48	2,43	2,38	2,34
36	8,18	5,93	5,01	4,50	4,17	3,94	3,77	3,63	3,53	3,43	3,36
37	4,35	3,49	3,10	2,87	2,71	2,60	2,52	2,45	2,40	2,35	2,31
38	8,10	5,95	4,94	4,43	4,10	3,87	3,71	3,54	3,45	3,37	3,30
39	4,32	3,45	3,07	2,84	2,68	2,57	2,49	2,42	2,37	2,32	2,28
40	8,02	5,78	4,87	4,37	4,04	3,81	3,65	3,51	3,40	3,31	3,24

Selanjutnya



bilangan

	12	14	16	20	24	30	40	50	75	100	200	500	60
244	245	246	248	249	250	252	253	253	253	253	254	254	256
6104	6162	6169	6208	6234	6238	6286	6302	6302	6323	6334	6332	6341	6364
19,41	19,42	19,43	19,44	19,45	19,46	19,47	19,47	19,47	19,48	19,48	19,49	19,49	19,50
99,42	99,43	99,44	99,45	99,46	99,47	99,48	99,48	99,49	99,49	99,49	99,49	99,50	99,50
8,74	8,71	8,69	8,66	8,64	8,62	8,60	8,58	8,57	8,56	8,56	8,54	8,54	8,53
27,05	26,92	26,83	26,69	26,60	26,50	26,41	26,30	26,27	26,23	26,18	26,14	26,12	
5,91	5,87	5,84	5,80	5,77	5,74	5,71	5,70	5,68	5,66	5,65	5,64	5,63	
14,37	14,24	14,15	14,02	13,93	13,83	13,74	13,69	13,61	13,57	13,52	13,48	13,44	
4,68	4,64	4,60	4,56	4,53	4,50	4,46	4,44	4,42	4,40	4,38	4,37	4,36	
9,89	9,77	9,68	9,55	9,47	9,38	9,29	9,24	9,17	9,13	9,07	9,06	9,02	
4,00	3,96	3,92	3,87	3,84	3,81	3,77	3,75	3,72	3,71	3,69	3,68	3,67	
7,72	7,60	7,52	7,39	7,31	7,23	7,14	7,06	7,02	6,99	6,94	6,90	6,88	
3,37	3,32	3,29	3,24	3,21	3,18	3,14	3,12	3,09	3,08	3,06	3,05	3,04	
6,47	6,35	6,27	6,13	6,07	6,01	5,96	5,90	5,85	5,78	5,75	5,70	5,67	
3,28	3,23	3,20	3,15	3,12	3,08	3,05	3,03	3,00	2,98	2,94	2,91	2,89	
5,67	5,56	5,48	5,36	5,28	5,20	5,11	5,06	5,00	4,96	4,91	4,88	4,85	
3,07	3,02	2,98	2,93	2,90	2,86	2,82	2,80	2,77	2,74	2,73	2,72	2,71	
5,11	5,00	4,92	4,80	4,73	4,64	4,56	4,51	4,45	4,41	4,36	4,33	4,31	
2,91	2,86	2,82	2,77	2,74	2,70	2,67	2,64	2,61	2,59	2,56	2,55	2,54	
4,71	4,60	4,53	4,41	4,33	4,25	4,17	4,13	4,08	4,01	3,94	3,93	3,91	
2,79	2,74	2,70	2,65	2,61	2,57	2,53	2,50	2,47	2,45	2,43	2,41	2,40	
4,40	4,29	4,21	4,10	4,03	3,94	3,86	3,80	3,74	3,70	3,66	3,62	3,60	
2,69	2,64	2,60	2,54	2,50	2,44	2,42	2,40	2,36	2,33	2,32	2,31	2,30	
4,16	4,05	3,98	3,84	3,78	3,70	3,61	3,56	3,49	3,46	3,41	3,38	3,35	
2,60	2,55	2,51	2,44	2,42	2,38	2,34	2,32	2,28	2,26	2,24	2,22	2,21	
3,96	3,85	3,78	3,67	3,59	3,51	3,43	3,37	3,30	3,27	3,24	3,21	3,18	
2,53	2,48	2,44	2,39	2,35	2,31	2,27	2,24	2,21	2,19	2,16	2,14	2,13	
3,80	3,70	3,62	3,51	3,43	3,36	3,28	3,21	3,18	3,15	3,11	3,06	3,02	
2,48	2,43	2,39	2,33	2,29	2,25	2,21	2,18	2,15	2,12	2,10	2,08	2,07	
3,67	3,56	3,48	3,36	3,29	3,20	3,12	3,07	3,00	2,97	2,92	2,88	2,87	
2,42	2,37	2,33	2,28	2,24	2,20	2,16	2,13	2,09	2,07	2,04	2,02	2,01	
3,55	3,45	3,37	3,25	3,18	3,10	3,01	2,95	2,89	2,84	2,80	2,77	2,75	
2,34	2,33	2,29	2,23	2,19	2,15	2,11	2,08	2,04	2,02	1,99	1,97	1,95	
3,45	3,35	3,27	3,16	3,08	3,00	2,92	2,86	2,79	2,74	2,70	2,67	2,65	
2,34	2,29	2,25	2,19	2,15	2,11	2,07	2,04	2,00	1,98	1,95	1,93	1,92	
3,37	3,27	3,19	3,07	2,99	2,91	2,83	2,78	2,71	2,68	2,63	2,59	2,57	
2,31	2,26	2,21	2,15	2,11	2,07	2,02	2,00	1,94	1,94	1,91	1,89	1,88	
3,30	3,19	3,13	3,00	2,92	2,84	2,74	2,70	2,63	2,60	2,54	2,51	2,49	
2,25	2,23	2,18	2,12	2,08	2,04	1,99	1,96	1,92	1,89	1,85	1,82	1,81	
3,25	3,15	3,05	2,94	2,86	2,77	2,69	2,63	2,56	2,53	2,47	2,42	2,42	
2,25	2,20	2,15	2,09	2,03	2,00	1,94	1,93	1,87	1,84	1,77	1,74	1,72	
3,17	3,07	2,99	2,88	2,80	2,72	2,63	2,58	2,51	2,47	2,42	2,38	2,36	

DAFTAR D (Lanjutan)

Penyakit	J = 0 m p m											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
22	4,30	3,44	3,05	2,62	2,46	2,55	2,47	2,40	2,35	2,30	2,24	
23	7,94	5,72	4,82	4,31	3,99	3,74	3,59	3,45	3,35	3,24	3,18	
24	4,28	3,45	3,02	2,60	2,44	2,53	2,45	2,38	2,32	2,28	2,24	
25	7,88	5,68	4,78	4,26	3,94	3,71	3,54	3,41	3,30	3,21	3,14	
26	4,26	3,40	3,01	2,78	2,62	2,71	2,63	2,54	2,50	2,46	2,42	
27	7,82	5,61	4,72	4,23	3,90	3,67	3,50	3,36	3,25	3,17	3,09	
28	4,24	3,38	2,99	2,74	2,60	2,69	2,61	2,54	2,48	2,44	2,40	
29	7,72	5,57	4,68	4,18	3,86	3,63	3,46	3,32	3,21	3,13	3,05	
30	4,22	3,37	2,89	2,74	2,59	2,67	2,59	2,52	2,47	2,42	2,38	
31	7,72	5,53	4,64	4,14	3,82	3,59	3,42	3,29	3,17	3,09	3,02	
32	4,21	3,35	2,84	2,73	2,57	2,64	2,57	2,50	2,45	2,40	2,36	
33	7,88	5,65	4,80	4,31	3,79	3,56	3,39	3,26	3,14	3,06	2,98	
34	4,20	3,34	2,95	2,71	2,56	2,64	2,56	2,49	2,44	2,39	2,35	
35	7,64	5,45	4,57	4,07	3,74	3,53	3,36	3,23	3,11	3,03	2,95	
36	4,18	3,33	2,93	2,70	2,54	2,63	2,55	2,48	2,43	2,38	2,34	
37	7,60	5,53	4,54	4,04	3,75	3,50	3,33	3,20	3,08	3,00	2,92	
38	7,56	5,39	4,51	4,02	3,70	3,47	3,30	3,17	3,04	2,96	2,88	
39	4,15	3,30	2,90	2,67	2,51	2,40	2,32	2,25	2,19	2,10	2,07	
40	7,50	5,34	4,46	3,97	3,64	3,42	3,25	3,09	2,94	2,86	2,78	
41	4,13	3,28	2,88	2,65	2,49	2,38	2,30	2,23	2,17	2,12	2,08	
42	7,44	5,23	4,42	3,93	3,61	3,38	3,21	3,08	2,97	2,89	2,82	
43	4,11	3,24	2,80	2,43	2,48	2,36	2,28	2,21	2,15	2,10	2,06	
44	7,39	5,25	4,23	3,89	3,58	3,35	3,18	3,04	2,94	2,86	2,78	
45	4,10	3,25	2,85	2,62	2,46	2,35	2,26	2,19	2,14	2,09	2,05	
46	7,35	5,21	4,24	3,84	3,54	3,31	3,14	3,01	2,91	2,82	2,75	
47	4,08	3,16	2,74	2,51	2,35	2,34	2,25	2,18	2,12	2,07	2,04	
48	7,31	5,18	4,21	3,83	3,51	3,29	3,12	2,99	2,88	2,80	2,73	
49	4,07	3,22	2,82	2,59	2,44	2,32	2,24	2,17	2,11	2,06	2,03	
50	7,27	5,15	4,29	3,80	3,49	3,26	3,10	2,96	2,86	2,77	2,70	
51	4,05	3,22	2,82	2,58	2,43	2,31	2,23	2,14	2,10	2,05	2,01	
52	7,24	5,22	4,26	3,78	3,46	3,24	3,07	2,94	2,84	2,75	2,68	
53	4,03	3,20	2,81	2,57	2,42	2,30	2,22	2,14	2,09	2,04	2,00	
54	7,21	5,10	4,24	3,74	3,44	3,22	3,05	2,92	2,82	2,73	2,66	
55	4,01	3,17	2,80	2,54	2,41	2,30	2,21	2,14	2,08	2,03	1,99	
56	7,19	5,08	4,23	3,74	3,43	3,20	3,04	2,90	2,80	2,71	2,64	
57	4,03	3,18	2,79	2,54	2,40	2,29	2,20	2,13	2,07	2,02	1,98	
58	7,17	5,04	4,20	3,72	3,41	3,18	3,02	2,88	2,78	2,70	2,62	
59	4,03	3,17	2,78	2,54	2,38	2,27	2,18	2,11	2,05	2,00	1,97	
60	7,12	5,01	4,16	3,66	3,37	3,15	2,98	2,85	2,75	2,66	2,59	
61	4,03	3,13	2,74	2,52	2,37	2,25	2,17	2,10	2,04	1,99	1,95	
62	7,08	4,96	4,13	3,63	3,34	3,12	2,95	2,82	2,72	2,63	2,56	
63	3,99	3,14	2,75	2,51	2,36	2,24	2,15	2,08	2,02	1,98	1,94	
64	7,04	4,93	4,10	3,62	3,31	3,09	2,92	2,79	2,70	2,61	2,54	
65	3,98	3,13	2,74	2,50	2,35	2,22	2,14	2,07	2,01	1,97	1,93	
66	7,01	4,92	4,06	3,60	3,29	3,07	2,91	2,77	2,67	2,59	2,51	

LISTA NO

	12	14	16	20	24	30	40	50	75	100	200	SEC
	2,23	2,18	2,13	2,07	2,03	1,98	1,93	1,91	1,87	1,84	1,81	1,82
	3,12	3,02	2,94	2,83	2,75	2,67	2,58	2,53	2,46	2,42	2,37	2,33
	2,20	2,14	2,10	2,04	2,00	1,94	1,91	1,83	1,84	1,82	1,79	1,77
	3,07	2,97	2,89	2,78	2,70	2,62	2,53	2,48	2,41	2,37	2,32	2,28
	2,18	2,13	2,09	2,03	1,98	1,94	1,89	1,84	1,82	1,80	1,78	1,74
	3,03	2,93	2,85	2,74	2,66	2,58	2,49	2,44	2,36	2,32	2,27	2,23
	2,16	2,11	2,08	2,00	1,94	1,92	1,87	1,84	1,80	1,77	1,74	1,72
	2,99	2,89	2,81	2,70	2,62	2,54	2,45	2,40	2,32	2,28	2,23	2,19
	2,15	2,10	2,05	1,99	1,95	1,90	1,85	1,82	1,78	1,76	1,72	1,70
	2,94	2,84	2,76	2,66	2,58	2,50	2,41	2,36	2,28	2,25	2,19	2,15
	2,13	2,08	2,03	1,97	1,93	1,88	1,84	1,80	1,74	1,74	1,71	1,68
	2,93	2,83	2,74	2,64	2,55	2,47	2,38	2,33	2,25	2,21	2,16	2,12
	2,12	2,06	2,02	1,94	1,91	1,87	1,81	1,78	1,73	1,72	1,69	1,67
	2,90	2,80	2,71	2,60	2,52	2,44	2,35	2,30	2,22	2,18	2,13	2,09
	2,10	2,05	2,00	1,94	1,90	1,85	1,80	1,77	1,72	1,71	1,68	1,65
	2,87	2,77	2,68	2,57	2,49	2,41	2,32	2,27	2,19	2,15	2,10	2,08
	2,09	2,04	1,99	1,93	1,89	1,84	1,81	1,79	1,74	1,73	1,69	1,64
	2,84	2,74	2,66	2,55	2,47	2,38	2,29	2,24	2,16	2,13	2,07	2,02
	2,02	1,97	1,91	1,84	1,81	1,77	1,74	1,74	1,69	1,67	1,64	1,61
	2,80	2,70	2,62	2,51	2,42	2,34	2,25	2,20	2,12	2,08	2,03	1,99
	2,05	2,00	1,95	1,89	1,84	1,80	1,74	1,71	1,67	1,64	1,61	1,58
	2,76	2,66	2,58	2,47	2,38	2,30	2,21	2,15	2,08	2,04	1,98	1,94
	2,03	1,93	1,89	1,87	1,82	1,78	1,72	1,69	1,65	1,62	1,59	1,55
	2,72	2,62	2,54	2,43	2,35	2,26	2,17	2,12	2,04	1,99	1,95	1,91
	2,02	1,96	1,92	1,85	1,80	1,76	1,71	1,67	1,63	1,60	1,57	1,54
	2,69	2,59	2,51	2,40	2,32	2,22	2,14	2,08	2,00	1,97	1,90	1,86
	2,00	1,95	1,90	1,84	1,79	1,74	1,69	1,66	1,61	1,59	1,55	1,53
	2,66	2,56	2,49	2,37	2,29	2,20	2,11	2,03	1,97	1,94	1,88	1,84
	1,99	1,94	1,89	1,82	1,78	1,73	1,68	1,64	1,60	1,57	1,54	1,51
	2,64	2,54	2,46	2,35	2,26	2,17	2,08	2,02	1,94	1,91	1,85	1,81
	1,98	1,93	1,88	1,81	1,76	1,72	1,64	1,63	1,58	1,56	1,52	1,48
	2,62	2,52	2,44	2,32	2,24	2,15	2,06	2,00	1,92	1,88	1,82	1,78
	1,97	1,90	1,87	1,80	1,75	1,71	1,65	1,62	1,57	1,54	1,51	1,48
	2,60	2,50	2,42	2,30	2,22	2,13	2,04	1,98	1,90	1,86	1,80	1,74
	1,96	1,90	1,86	1,79	1,74	1,70	1,64	1,61	1,56	1,53	1,50	1,47
	2,58	2,48	2,40	2,28	2,20	2,10	2,02	1,95	1,88	1,84	1,78	1,73
	1,93	1,90	1,83	1,78	1,74	1,69	1,63	1,60	1,55	1,52	1,48	1,45
	2,53	2,46	2,39	2,26	2,18	2,10	2,00	1,94	1,86	1,82	1,76	1,71
	1,92	1,88	1,83	1,76	1,72	1,67	1,61	1,58	1,52	1,50	1,46	1,43
	2,52	2,43	2,35	2,23	2,15	2,06	1,96	1,90	1,82	1,78	1,72	1,68
	1,88	1,80	1,81	1,75	1,70	1,65	1,59	1,55	1,50	1,48	1,44	1,41
	2,50	2,40	2,32	2,20	2,12	2,03	1,93	1,87	1,79	1,74	1,68	1,64
	1,90	1,85	1,80	1,73	1,68	1,63	1,57	1,52	1,49	1,46	1,42	1,39
	2,47	2,37	2,30	2,18	2,09	2,00	1,90	1,84	1,76	1,71	1,64	1,60
	1,89	1,84	1,79	1,72	1,67	1,62	1,56	1,53	1,47	1,45	1,40	1,37
	2,45	2,35	2,28	2,15	2,07	1,98	1,88	1,82	1,74	1,69	1,62	1,56

DAFTAR D (Lanjutan)

Penyebut	$\chi^2 = dk$												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
60	3,94	3,31	2,72	2,48	2,33	2,21	2,12	2,05	1,99	1,95	1,91	1,88	
100	4,94	4,04	3,38	3,25	3,04	2,87	2,74	2,64	2,56	2,53	2,48	2,41	
125	4,90	4,02	3,35	3,21	3,00	2,83	2,70	2,60	2,52	2,48	2,43	2,36	
150	3,91	3,04	2,47	2,43	2,27	2,16	2,07	2,00	1,94	1,89	1,85	1,82	
200	3,89	3,06	2,45	2,41	2,24	2,14	2,05	1,98	1,92	1,87	1,83	1,80	
400	3,86	3,02	2,42	2,39	2,23	2,13	2,03	1,96	1,90	1,85	1,81	1,78	
1000	3,85	3,00	2,41	2,38	2,22	2,10	2,02	1,95	1,89	1,84	1,80	1,77	
∞	3,84	2,92	2,40	2,37	2,21	2,09	2,01	1,94	1,88	1,83	1,79	1,75	
	4,64	4,60	3,78	3,73	3,62	3,50	3,41	3,31	3,21	3,11	3,01	2,91	

Sumber : Metode Statistika, DR. Sudjana, M.A., N.Ger., Tarbitte, Bandung, 1982.

Jan 9.

	14	16	20	24	30	40	50	75	100	200	500	∞
1,82	1,77	1,70	1,65	1,60	1,55	1,49	1,45	1,36	1,31	1,27	1,23	1,20
2,22	2,24	2,11	2,03	1,94	1,86	1,78	1,70	1,65	1,57	1,52	1,48	1,45
1,79	1,73	1,68	1,63	1,57	1,51	1,48	1,42	1,39	1,34	1,30	1,28	1,25
2,26	2,19	2,08	1,99	1,89	1,79	1,73	1,64	1,59	1,51	1,46	1,42	1,39
1,77	1,72	1,65	1,60	1,55	1,49	1,45	1,36	1,31	1,27	1,23	1,20	1,17
2,23	2,15	2,03	1,94	1,85	1,75	1,68	1,59	1,54	1,48	1,40	1,37	1,33
1,76	1,71	1,64	1,59	1,53	1,47	1,44	1,37	1,34	1,29	1,25	1,22	1,19
2,20	2,12	2,00	1,91	1,83	1,72	1,66	1,56	1,51	1,43	1,37	1,33	1,29
1,74	1,69	1,62	1,57	1,52	1,46	1,43	1,35	1,32	1,26	1,22	1,19	1,16
2,17	2,05	1,97	1,88	1,79	1,69	1,63	1,53	1,48	1,39	1,33	1,29	1,25
1,72	1,67	1,60	1,54	1,49	1,42	1,38	1,32	1,28	1,22	1,16	1,13	1,10
2,12	2,04	1,92	1,84	1,74	1,64	1,57	1,47	1,42	1,32	1,24	1,19	1,15
1,70	1,65	1,58	1,53	1,47	1,41	1,36	1,32	1,26	1,19	1,13	1,09	1,06
2,09	2,01	1,89	1,81	1,71	1,61	1,54	1,44	1,38	1,28	1,19	1,11	1,07
1,69	1,64	1,57	1,52	1,46	1,40	1,35	1,28	1,24	1,17	1,11	1,07	1,00
2,07	1,99	1,87	1,79	1,69	1,59	1,52	1,41	1,36	1,25	1,15	1,07	1,00