



**ANALISIS PENGARUH PENJUALAN KREDIT MOBIL MEREK
MITSUBISHI TERHADAP PENDAPATAN PENJUALAN PADA
PT. BOSOWA BERLIAN MOTOR MAKASSAR**

SKRIPSI
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi



PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS HASANUDDIN	
Tgt. Terima	5-12-2006
Asal Dari	Fak. Ekonomi
Sampulnya	1 (satu) eksemplar
Harga	H
No. Inventaris	122/5-12-6
No. Klas	34703

Diajukan oleh
ASWAN
A21102012

Kepada
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2006

**ANALISIS PENGARUH PENJUALAN KREDIT MOBIL MEREK
MITSUBISHI TERHADAP PENDAPATAN PENJUALAN PADA
PT. BOSOWA BERLIAN MOTOR MAKASSAR**

DIAJUKAN OLEH

ASWAN
A21102012

JURUSAN MANAJEMEN

Telah Disetujui Oleh :

Pembimbing I



(Drs. Armayah, M.Si)
Nip. 131487219

Tanggal Persetujuan (.....)

Pembimbing II



(Dra. Hj. Nuraeni Kadir, M.Si)
Nip. 132010709

Tanggal Persetujuan(.....)



**ANALISIS PENGARUH PENJUALAN KREDIT MOBIL MEREK
MITSUBISHI TERHADAP PENDAPATAN PENJUALAN PADA
PT. BOSOWA BERLIAN MOTOR MAKASSAR**

Dipersiapkan dan disusun oleh

ASWAN
A211 02 012

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada Tanggal 15 November 2006
dan dinyatakan LULUS

Dewan Penguji

No	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Drs. Armayah, M.Si	Ketua	1.
2.	Dra. Hj. Nuraeni Kadir, M.Si	Sekretaris	2.
3.	Dr. Haris Maupa, SE., M.Si	Anggota	3.
4.	Dra. Hj. Dian A.S Parawansa, M.Si	Anggota	4.
5.	Dra. Hj. Andi Reni, M.Si	Anggota	5.

Disetujui

Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi
Universitas Hasanuddin
Ketua,

Dr. Muhammad Ali, SE., MS

Tim Penguji
Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi Unhas
Ketua,

Drs. Armayah, M.Si

Abstrak

Aswan, *Analisis Pengaruh Penjualan Kredit Mobil Merek Mitsubishi Terhadap Pendapatan Penjualan Pada PT. Bosowa Berlian Motor Makassar*
(dibimbing oleh Drs. Armayah, M.Si dan Dra. Hj. Nuraeni Kadir, M.Si)

Penelitian ini bertujuan: (1). Untuk mengetahui kebijakan penjualan kredit yang dilakukan oleh perusahaan, (2). Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penjualan kredit terhadap pendapatan perusahaan

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Bosowa Berlian Motor Makassar dengan mengambil data penjualan (*Time Series*) lima tahun terakhir mulai dari tahun 2001-2005. Model penelitian menggunakan Regresi Sederhana yang dikembangkan oleh, Ronald E .Walpole (1992) yang mengukur pengaruh penjualan kredit (variabel X) terhadap pendapatan penjualan (variabel Y) pada PT. Bosowa Bwelian Motor Makassar.

Metode analisis menggunakan metode analisis yang lebih bersifat kuantitatif. Dalam melakukan analisis kuantitatif, peralatan yang digunakan adalah peralatan statistik dan matematik sehingga lebih terjamin dan dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah. Untuk pengujian data-data kuantitatif dan hipotesis yang diajukan digunakan uji t (t test) dengan uji f (f test)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari hasil analisa pengaruh penjualan kredit terhadap pendapatan perusahaan PT. Bosowa berlian Motor Makassar berdasarkan analisis regresi sederhana, diperoleh persamaan regresi $Y = 475,61 + 13,368 x$. dimana nilai parameter a = 475,61 dan nilai parameter b = 13,368. nilai parameter a menunjukkan bahwa apabila tidak terjadi penjualan kredit, maka pendapatan perusahaan sebesar Rp. 475,61 juta. Nilai parameter b menunjukkan bahwa setiap kenaikan /penurunan 1 unit penjualan kredit mobil mengakibatkan kenaikan/penurunan pendapatan sebesar Rp. 13,368 Juta. Prosentase penjualan kredit produk mobil pada PT.Bosowa Berlian Motor cabang Makassar terhadap total penjualan dalam kurun waktu 5 tahun prosentasenya adalah sebesar 85,31 %.Prosentase yang tinggi tersebut dapat menggambarkan bahwa dari dua macam sistem penjualan yang ditawarkan oleh perusahaan, yakni penjualan tunai dan penjualan kredit, konsumen lebih menyukai sistem penjualan secara kredit.

PRAKATA



Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, atas segala hasil yang telah saya capai yang semuanya tidak lepas dari sebagian limpahan kasih sayang-Nya dan diatas segalanya saya mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga karena tanpa bantuanNya saya takkan berarti apa-apa. Serta Nabi Muhammad SAW yang memberi pencerahan kepada semua umat Manusia dan sumber Inspirasi yang menjadi Panutan. Tugas akhir ini adalah puncak dari segala perjuangan selama beberapa tahun menimbah ilmu. Tahun-tahun yang tidak hanya diwarnai tawa, canda, tetapi juga kesulitan-kesulitan yang selalu ada dalam hidup manusia. *And you know it God ...I couldn't get through it without you..* Skripsi ini merupakan tugas akhir untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Jurusan Manajemen Universitas Hasanuddin.

Tugas akhir ini terilhami dari banyaknya sistem penjualan secara kredit yang ditawarkan oleh perusahaan khususnya kendaraan bermotor dan menjadi titik berat maju tidaknya suatu perusahaan dalam melakukan ekspansi usahanya, karena perusahaan yang menggunakan sistem penjualan secara kredit akan mengarah pada terwujudnya suatu sistem penjualan yang menguntungkan kedua pihak. Salah satu sistem penjualan yang dianggap cukup berhasil dan cukup disenangi oleh konsumen. Tugas akhir ini berjudul "ANALISIS PENGARUH PENJUALAN KREDIT MOBIL MEREK MITSUBISHI TERHADAP PENDAPATAN PENJUALAN PADA PT. BOSOWA BERLIAN MOTOR MAKASSAR"

Terselesainya tugas akhir ini, tidaklah terlepas dari orang-orang yang selama ini telah membantu dan membimbing saya. Untuk itu saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Buat Bapak Drs. Armayah, M.Si, Selaku pembimbing 1, saya mengucapkan banyak terima kasih atas semua jasa-jasa bapak yang dengan sabar membimbing dan mengarahkan kami selama tugas akhir ini dibuat.
2. Buat Ibu Dra. Hj. Nuraeni Kadir, M.Si. Selaku Pembimbing 2, saya mengucapkan banyak terima kasih, atas bantuan perhatian dan dorongannya hingga tugas akhir ini terselesaikan.
3. Buat Dr. Muhammad Ali, SE., MS. Selaku Ketua Jurusan Manajemen FE-UH ,yang telah banyak memberikan kemudahan selama penyusunan tugas akhir ini, terima kasih buat perhatian dan nasehatnya
4. Buat Seluruh Dosen Civitas Akademi UNHAS Khususnya Manajemen FE-UH yang telah memberikan bekal pengetahuan yang sangat bernilai demi menyongsong masa depan yang penuh dengan *Competitor*.
5. Buat para staf di Akademik FE-UH, Ka' Santi, Ka' Haris, Pak Udin, terima kasih banyak atas semua perhatian bantuan dan pengertiannya, serta capek-capeknya, susah-susahnya selama mengurus kami.
6. Pimpinan dan segenap karyawan PT. Boswa Berlian Motor Makassar (Pak Sadikin Aksa Dir. Utama Bosowa Berlian Motor, Kak Zoel Zulqadhafi SE ,Pak Sangkala, Pak Asdar, Pak Nasir, Pak Rachman, Pak Hakim, Kak Amir, Kak Muhiddin, Kak Ulil, Kak Wawan, dan Kak Haeril yang telah memberikan bimbingan serta bantuan selama penulis melaksanakan Penelitian dan KKP di PT. Bosowa Berlian Motor.
7. Special buat rekan seperjuangan Pondok U2, tempat penulis melepas penat dan berbagi dengan diskusi-diskusinya. (Adam, Fadlan, yayan, komaria, Nina Reze, Ka'ima, Jabal, Sufair, Adip, Bang Gani, Om Ucup, pance, samsarti, SH, yusran, SKM, Ade Irawan, S.sos) Serangan 10 November 2006 itu takkan Terlupakan Kawan...!!! juga buat Wahida Rahman Spd, sebagai Motivasi Special yang selalu meluangkan waktunya dan menemani penulis dalam keadaan suka dan duka

8. Buat mereka yang pernah berbagi di FE- UH Kampus tercinta *and special to My Community* : PAST 02 (@phu, Jackpotnya Aslam, Benefit, Ishak, Uchup, Laora, Jufry, Ky2,Dedy),KPA EQUILIBRIUM, tentunya corps IMMAJ 02.
9. Buat Keluargaku yang hebat-hebat om dan tanteku semuanya, serta Alm. Nenek Lapandrung dengan pasangan setianya alm. nenek Dawiah dan Alm. Nenek Samad juga dengan Pasangan Setianya Alm. Nenek Baba atas Ketulusan serta do'a dan kebaikannya selama ini.
10. Terakhir saya mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga buat orang-orang yang paling berharga dan yang paling saya sayangi sedunia. Ayah saya yang tersayang, H. ABU. Lpd , untuk semua bimbingannya dan nasehatnya hingga saya bias jadi seperti sekarang, buat Ibu tersayang Ny. Hj. Hadariah, Smd...*I know you're watching me Mam, thanks for your unconditional love in my life*, buat Brother saya, Awaluddin Dimana saja berada (Pelaut). *Thank you for all your support, I Will Remember all your love in every step I make. I love you more than I can say. More than words could ever say.*

Penulis menyadari bahwa dalam tugas akhir ini tentu masih terdapat kekeliruan, Oleh karena itu, masukan-masukan yang senantiasa penulis harapkan demi kesempurnaan tugas akhir ini sehingga dapat menjadi bahan bacaan yang bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Makassar, November 2006

Aswan

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Abstrak	iv
Prakata	v
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Batasan Masalah	5
1.3. Tujuan Penulisan	5
1.4. Kegunaan Penelitian	6
1.5. Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Pengertian Penjualan	8
2.2. Pengertian Kredit	14
2.3. Penjualan Kredit	21
2.4. Pengertian Pendapatan	31
2.5. Kerangka pikir	34
2.6. Hipotesis Kerja	34

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Daerah Penelitian	35
3.2. Jenis dan Sumber Data	35
3.3. Metode Penelitian	36
3.4. Metode Analisis	37
3.5. Defenisi Operasional	40
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	
4.1 Sejarah Singkat Perusahaan	41
4.2 Struktur Organisasi	43
4.3 Sistem/Prosedural Penjualan Kredit	49
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1 Analisis Penjualan Kredit	53
5.2 Pengaruh Penjualan Kredit Terhadap Pendapatan.....	58
5.3 Pengujian Koefisien Korelasi Linear Sederhana	63
BAB VI PENUTUP	
6.1 Kesimpulan	67
6.2 Saran	68
Daftar Pustaka	70
Lampiran	

DAFTAR TABEL

1.1. Tabel I Total Penjualan Pada PT. Bosowa Berlian Motor Cabang Makassar Periode 2001-2005	3
1.1 Tabel II Total Pendapatan Penjualan Pada PT. Bosowa Berlian Motor Cabang Makassar Periode 2001-2005.....	4
5.1. Tabel III Volume Penjualan Kredit Mobil Pada PT. Bosowa berlian Motor Cabang Makassar Periode 2001-2005.....	56
5.1 Tabel IV Prosentase Penjualan Kredit Mobil Pada PT. Bosowa Berlian Motor Cabang Makassar periode 2001-2005.....	57
5.2. Tabel V Volume Penjualan Kredit Mobil Dan Pendapatan Pada PT. Bosowa Berlian Motor Cabang Makassar.....	59
5.3. Tabel VI Perhitungan F Statistik Pendapatan Atas Dasar Metode Cross Section Penjualan Kredit.....	65

DAFTAR SKEMA

2.1. Proses Pertukaran Dalam Penjualan	11
2.1. Tahap-tahap Penjualan.....	14
5.2. Kerangka Pikir.....	34

DAFTAR LAMPIRAN

- 1 Hasil Analisis Dasar Pembahasan dengan Menggunakan Bantuan Microsoft Office Excel 2003
- 2 Struktur Organisasi PT Bosowa Berlian Motor
- 3 Tabel Nilai Kritik Sebaran F
- 4 Tabel Nilai Kritik Sebaran T

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam menunjang terwujudnya tujuan pembangunan nasional, maka peranan dunia usaha akan semakin penting terutama pembangunan disektor perekonomian. Munculnya berbagai macam industri, yang menciptakan bermacam-macam barang untuk memenuhi kebutuhan konsumen, sehingga para pengusaha makin terlibat dalam persaingan baik mengenai sistem produksi, maupun sistem penjualan yang memudahkan konsumen untuk mendapatkan produk/jasa yang lebih baik.

Salah satu industri yang berkembang terus menerus adalah industri kendaraan bermotor, mulai dari penemuan model-model yang *aerodinamis* hingga penerapan komputer pada panel instrumennya, sehingga jenis kendaraan bermotor yang baru terus bermunculan dipasaran.

Perkembangan industri kendaraan bermotor khususnya industri mobil pada masa kini kondisinya cukup menggembirakan dengan adanya kebijaksanaan baru pemerintah yang memungkinkan industri ini berkembang dan mengarah ke tahapan industri kendaraan bermotor secara penuh (*full manufacturing*), meskipun industri kendaraan bermotor di Indonesia sekarang ini masih berada pada tahap perakitan (*assembling*), namun dianggap telah mampu memenuhi peluang yang ada di pasaran sebagai sarana perhubungan di Indonesia.

Untuk mengantisipasi peluang yang ada tersebut, manajemen industri dari kendaraan bermotor dihadapkan pada tantangan yang penekanannya tentu bukan hanya pada persoalan bagaimana memproduksi dengan teknologi yang dimiliki sekarang, akan tetapi mereka dihadapkan pada persoalan bagaimana kendaraan yang diproduksi dapat bersaing dipasaran agar perusahaan dapat mempertahankan dan mengembangkan dirinya dalam menghadapi persaingan yang ada maupun yang mungkin muncul.

Bilamana perusahaan bersaing dengan perusahaan yang lain, maka untuk memenangkan persaingan tersebut perusahaan haruslah mampu mengantisipasi keinginan dan kebutuhan konsumen sebelum perusahaan lain mendahuluinya, demikian pula dengan ancaman yang ditimbulkan oleh persaingan tersebut. Dalam hal ini sebuah perusahaan harus menyiapkan suatu perencanaan atau strategi yang baik dan tepat, agar tujuan yang diinginkan dapat tercapai. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka perlu merumuskan suatu strategi penjualan yang tepat bagi sebuah perusahaan, yang merupakan hal yang sangat penting terhadap pencapaian sasaran.

Winardi menyatakan tentang penjualan dalam bukunya kamus ekonomi adalah perpindahan hak-hak atas barang dan jasa dari penjual kepada konsumen melalui perantara maupun secara langsung." Penjualan merupakan aktivitas dan sumber penghasilan utama perusahaan, dimana hasil penjualan tersebut dapat digunakan untuk membiayai aktivitas-aktivitas lainnya guna kelangsungan hidup perusahaan. Guna memperlancar arus

barang/jasa, maka diusahakan agar penjualan mengarah pada terwujudnya suatu sistem penjualan yang menguntungkan kedua pihak. Salah satu sistem penjualan yang dianggap cukup berhasil dan cukup disenangi oleh konsumen, yaitu penjualan secara kredit

Atas dasar pertimbangan-pertimbangan diatas penulis tertarik untuk menganalisa pengaruh penjualan kredit produk mobil terhadap pendapatan penjualan secara keseluruhan pada PT. Bosowa Berlian Motor selaku dealer mobil merek Mitsubishi.

Untuk memberikan gambaran tentang total penjualan mobil yang dilakukan perusahaan mulai tahun 2001 sampai tahun 2005 dilihat pada tabel I sebagai berikut :

Tabel I
TOTAL PENJUALAN MOBIL PADA PT. BOSOWA BERLIAN MOTOR
CABANG MAKASSAR
PERIODE 2001-2005

Tahun	Jumlah (unit)	Prosentase (%)
2001	436	-
2002	517	18.58 %
2003	456	-11.8 %
2004	479	4.45 %
2005	498	3.97 %

Sumber : PT. Bosowa Berlian Motor

Dari tabel I dapat dilihat bahwa total penjualan untuk tahun 2002 mengalami peningkatan yang cukup pesat dibandingkan tahun 2001 dan mengalami penurunan pada tahun 2003, akan tetapi penjualan selanjutnya sampai tahun 2005 mengalami peningkatan hingga mencapai 503 unit. Jika dilihat dari prosentasenya penjualan mengalami keadaan yang turun naik hingga tahun 2005.

Untuk memberikan gambaran tentang total pendapatan yang diterima oleh perusahaan dari tahun 2001 sampai dengan 2005, maka dapat dilihat pada tabel II sebagai berikut :

Tabel II

**TOTAL PENDAPATAN PENJUALAN PADA PT. BOSOWA BERLIAN MOTOR
CABANG MAKASSAR
PERIODE 2001-2005**

Tahun	Total Pendapatan (dalam jutaan)	Prosentase
2001	5.554,622	-
2002	6.587,640	18.60 %
2003	5.418,200	-21.58 %
2004	5.817,375	6.86 %
2005	6.231,250	6.64 %

Sumber : PT. Bosowa Berlian Motor

Data Diolah

Dari tabel II dapat dilihat bahwa pendapatan pada tahun 2001-2002 mengalami peningkatan dari Rp 5.554,622 juta menjadi Rp 6.587,640 juta dan pada tahun 2002-2003 mengalami penurunan sebesar 21 % yakni dari Rp 6.587,640 juta menjadi Rp 5.418,200 juta. Pada tahun 2003-2004 mengalami peningkatan sebesar 6.86 % atau dari Rp.5.418,200 juta menjadi Rp 5.817,375 juta begitupula pada tahun 2005 mengalami peningkatan 6,64% dari tahun 2004. Jika dilihat pendapatan secara keseluruhan dari tahun 2001 sampai dengan tahun 2005 nampak berfluktuasi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, telah dijelaskan bahwa sistem penjualan kredit cukup berhasil dan disenangi oleh konsumen/masyarakat. Keadaan ini menguntungkan perusahaan dalam usaha meningkatkan volume penjualan secara keseluruhan. Masalah yang akan dibahas dalam karya ilmiah ini adalah *"apakah penjualan kredit mempunyai pengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan penjualan perusahaan."*

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penulisan karya ilmiah ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui kebijakan penjualan kredit yang dilakukan oleh perusahaan.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penjualan kredit terhadap pendapatan perusahaan

1.4 Manfaat Penelitian

Tulisan ini diharapkan mempunyai manfaat bagi pihak-pihak dibawah ini :

1. Bagi perusahaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan-masukan yang sekiranya dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijaksanaan penjualan dimasa mendatang dan memberikan wawasan yang lebih luas menyangkut masalah penjualan khususnya penjualan kredit pada perusahaan.
2. Bagi penulis penulisan ini diharapkan untuk menjawab rasa penasaran terhadap sistem penjualan kredit yang banyak ditawarkan khususnya dalam bidang Otomotif.
3. Bagi pembaca penulisan ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai pengaruh penjualan kredit terhadap pendapatan perusahaan.

1.5 Sistematika Penulisan.

BAB I, merupakan Bab pendahuluan yang menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penulisan dan sistematika pembahasan.

BAB II, merupakan Bab yang menguraikan beberapa pengertian pokok yang meliputi pengertian penjualan, pengertian kredit, unsur-unsur yang terkandung dalam pemberian fasilitas kredit, penjualan secara kredit, faktor-faktor yang mempengaruhi besar kecilnya investasi dalam piutang, dan pengertian pendapatan. Bab ini juga menguraikan kerangka konseptual dan hipotesis.

BAB III, menguraikan tentang metodologi yang terdiri dari daerah penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, metode analisis, serta defenisi operasional variabel.

BAB IV, merupakan Bab yang menguraikan tentang gambaran umum lokasi penelitian yang terdiri dari sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi dan prosedural dalam penjualan kendaraan secara kredit.

Bab V, merupakan Bab yang menguraikan tentang pembahasan hasil penelitian yang terdiri dari analisis penjualan kredit, pengaruh penjualan kredit terhadap pendapatan dan pengujian koefisien korelasi linear sederhana.

Bab VI, merupakan Bab Penutup yang terdiri dari kesimpulan dari bab sebelumnya dan saran.

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Penjualan

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

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

Dengan demikian sasaran perusahaan dalam menjalankan tugas pokok tersebut dapat tercapai sebagai unit usaha dalam meningkatkan volume penjualannya. Untuk itu penjualan merupakan sumber utama bagi pendapatan perusahaan.

Untuk lebih jelasnya Definisi Penjualan menurut Sigit Winarto, dan Sujana Ismaya, SE (2003 : 380) adalah Transaksi yang melibatkan pengiriman atau penyerahan produk; hak atau jasa dalam pertukaran untuk penerimaan kas, janji pembayaran, atau yang dapat disamakan dengan uang atau kombinasinya.

Dari defenisi di atas menunjukkan bahwa dalam praktek penjualan terdapat dua pihak yang berkepentingan yaitu pihak yang menawarkan barang dan pihak yang memerlukan barang tersebut, dimana pihak yang memerlukan barang memberikan imbalan yang telah ditentukan dan disepakati bersama kepada pihak yang menawarkan barang.

Jadi apabila kegiatan penjualan ini kita teliti maka sasaran terakhir adalah mendapatkan imbalan berupa uang hasil penjualan menurut harga barang. Dilihat dari produsen, harga barang harus ditetapkan setinggi mungkin agar keuntungannya besar. Sebaliknya pihak konsumen menghendaki harga yang serendah mungkin dengan kualitas yang sebaik mungkin.

Kepentingan kedua pihak ini sukar untuk dipertemukan, karena masing-masing terikat pada kondisi tertentu yang belum tentu sesuai. Dalam keadaan demikian itu menurut ahli ekonomi, timbullah apa yang dinamakan mekanisme pasar.

Dalam praktek penjualan yang sehat, keinginan menjual barang terikat pada harga nyata karena faktor pembentukan harga ditentukan oleh

produsen dan konsumen . Dari keadaan ini dapat disimpulkan bahwa kegiatan pemasaran baru menguntungkan jika selisih dari harga yang longgar. Dengan kata lain, selama harga produsen masih lebih kecil dari daya beli konsumen, maka ia sanggup mengeluarkan biaya untuk melakukan penelitian keadaan pasar.

Dari praktek penjualan yang kita lihat dewasa ini nampak tujuan penjualan yang utama adalah mendapatkan keuntungan. Keuntungan itu jatuh pada kaum produsen, grosir, dan lembaga penjual-penjual lainnya. Hal ini terutama terjadi pada produsen besar dan pedagang besar yang berperan dalam memasarkan barang-barang produksi.

Defenisi lainnya mengenai penjualan dikemukakan oleh Winardi, dalam bukunya Pengantar Manajemen Penjualan (1991:3) , sebagai berikut :

"Penjualan adalah proses dimana sang penjual memastikan, mengaktivasi dan memuaskan kebutuhan atau keinginan sang pembeli agar dicapai manfaat, baik bagi sang penjual maupun bagi sang pembeli yang berkelanjutan dan yang menguntungkan kedua belah pihak."

Defenisi yang dikemukakan menekankan bahwa proses penjualan harus memperhatikan dan menyediakan kepuasan bagi masing-masing pihak yang terlibat didalamnya (baik bagi pihak pembeli maupun pihak penjual).

Sebenarnya , defenisi penjualan ini cukup luas. Beberapa ahli menyebutnya sebagai ilmu dan beberapa yang lain menyebutnya sebagai seni. Ada pula yang memasukkan masalah etik dalam penjualan. Pada pokoknya, menurut Basu Swasta (1999 : 9) dalam bukunya Manajemen

Penjualan dapat diartikan sebagai ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang/jasa yang ditawarkannya.

Jadi, adanya penjualan dapat tercipta suatu proses pertukaran barang dan jasa antara penjual dengan pembeli. Di dalam perekonomian kita, seseorang yang menjual sesuatu akan mendapatkan imbalan berupa uang. Dengan alat penukaran berupa uang, orang akan lebih mudah memenuhi segala keinginannya, dan penjualan akan menjadi lebih mudah dilakukan. Secara sederhana, transaksi penjualan yang dilakukan oleh penjual dan pembeli dapat dilihat sebagai proses pertukaran pada gambar 1 :



Gambar 1
Proses Pertukaran

Sumber : Basu Swasta, Manajemen Penjualan (1999 : 9)

Semakin pandai seseorang untuk menjual akan semakin cepat pula mencapai sukses dalam melaksanakan tugas-tugasnya, sehingga tujuan yang diinginkan akan segera terlaksana. Dalam segala bidang dan tindakan, taktik penjualan harus digunakan agar pelayanan yang diberikan kepada orang lain dapat memberikan kepuasan.



Dalam melakukan praktek penjualan, menurut Basu Swastha, terdapat tahap-tahap yang perlu ditempuh oleh pihak penjual yang meliputi :

1. Persiapan Sebelum Penjualan

Tahap pertama dalam penjualan adalah mengadakan persiapan-persiapan sebelum melakukan penjualan. Di sini kegiatan yang dilakukan adalah mempersiapkan tenaga penjualan dengan memberikan pengertian tentang barang yang dijualnya, pasar yang dituju, dan teknik-teknik penjualan yang harus dilakukan. Selain itu mereka harus mengetahui kemungkinan tentang motivasi perilaku dalam segmen pasar yang dituju.

2. Penentuan Lokasi Pembeli Potensial

Dengan menggunakan data pembeli yang lalu maupun sekarang, penjual dapat menentukan karakteristik calon pembeli atau pembeli potensial. Penentuan calon pembeli beserta karakteristiknya dapat dilakukan dengan menentukan lokasi dari segmen pasar yang menjadi sasarannya. Dari lokasi ini dapat dibuat suatu daftar tentang orang-orang atau perusahaan yang secara logis merupakan pembeli potensial dari produk yang ditawarkan. Dari konsumen yang ada pula ditentukan konsumen manakah yang sudah menggunakan produk-produk saingan.

3. pendekatan pendahuluan

sebelum melakukan penjualan, penjual harus mempelajari semua masalah tentang individu atau perusahaan yang dapat diharapkan sebagai pembelinya. Selain itu, perlu juga mengetahui tentang produk

atau merek apa yang sedang mereka gunakan dan bagaimana reaksinya. Berbagai macam informasi perlu dikumpulkan untuk mendukung penawaran produknya kepada pembeli, misalnya tentang kebiasaan pembeli, kesukaan dan sebagainya. Semua kegiatan ini dilakukan sebagai pendekatan pendahuluan terhadap pasarnya.

4. Melakukan penjualan

Penjualan yang dilakukan bermula dari suatu usaha untuk memikat perhatian calon konsumen, kemudian diusahakan untuk mengetahui daya tarik atau minat mereka. Jika minat mereka dapat diikuti dengan munculnya keinginan untuk membeli, maka penjual tinggal merealisasikan penjualan produknya. Pada saat ini penjualan dilakukan.

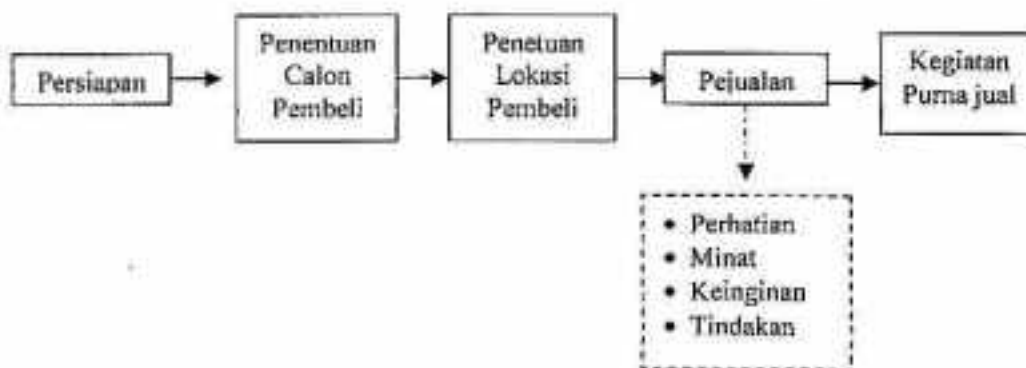
5. Pelayanan Purna Jual

Sebenarnya kegiatan penjualan tidak berakhir pada saat pesanan dari pembeli telah dipenuhi, tetapi masih perlu dilanjutkan dengan memberikan pelayanan atau servis kepada mereka. Biasanya kegiatan ini dilakukan untuk penjualan barang-barang industri seperti instalasi atau barang konsumsi tahan lama. Beberapa pelayanan yang diberikan oleh penjual sesudah penjualan dilakukan antara lain berupa:

- a. Pemberian garansi
- b. Pemberian jasa reparasi
- c. Latihan tenaga-tenaga operasional dan cara penggunaannya
- d. Mengantar barang langsung ketempat konsumen.

Dalam tahap terakhir ini penjual harus berusaha mengatasi berbagai macam keluhan atau tanggapan yang kurang baik dari pembeli. Pelayanan lain yang juga perlu diberikan sesudah penjualan adalah memberikan jaminan kepada pembeli bahwa keputusan yang diambilnya adalah tepat, barang yang dibelinya betul-betul bermanfaat dan hasil kerja produk tersebut memuaskan.

Kelima tahap yang perlu ditempuh oleh pihak penjual dalam melakukan penjualan ini dapat dilihat pada gambar 2 berikut ini :



Gambar 2
Tahap-tahap penjualan

Sumber : Basu Swasta, Manajemen Penjualan (1999 :122).

2.2 Pengertian Kredit.

Istilah kredit berasal dari kata *Credere* dari bahasa Yunani yang berarti kepercayaan (Truth atau Faith). *Credere* berasal dari kata *Credo* yang berarti saya percaya, atau dalam bahasa latin *Creditum* yang berarti kepercayaan

atau kebenaran. Dengan demikian seseorang yang memperoleh kredit pada dasarnya memperoleh kepercayaan.

Kredit dapat diartikan sebagai penundaan pembayaran, artinya uang atau barang yang diterima sekarang, akan dikembalikan pada masa yang akan datang. Dengan demikian dalam hal ini antara pemberik kredit dengan penerima kredit terkait dalam suatu waktu tertentu.

Setelah kita mengetahui arti kredit secara etimologi maka penulis akan mengemukakan pengertian kredit menurut M.Faisal Abdullah (2003:84) di dalam pasal 1 ayat 11 undang-undang No.10 Tahun 1998 tentang perubahan Undang-undang No. 7 tahun 1992 dari sudut perbankan, yakni :

"Kredit adalah pinjaman uang atau tagihan yang dapat disamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan jumlah bunga, imbalan atau pembagian keuntungan."

Dari defenisi diatas menunjukkan hubungan antara kreditur dan debitur dalam suatu transaksi kredit yang berdasarkan atas kepercayaan dimana terdapat suatu persetujuan atau kesepakatan antara kedua pihak tentang kewajiban-kewajiban pihak peminjam untuk melunasi hutangnya dalam jangka waktu yang telah disepakati antara kedua pihak.

Sedangkan Defenisi kredit menurut Sigit Winarto dan Sujana Ismaya (2003 : 128) adalah:

"Penyediaan uang atau tagihan berdasarkan perjanjian pinjam-meminjam antara bank dan pihak lain (peminjam). Peminjam

berkewajiban melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu berikut bunganya yang telah ditetapkan dalam perjanjian.”

Dari pengertian kredit diatas menunjukkan tentang suatu pemberian prestasi yang dapat berarti uang, jasa atau barang dari pihak pemberi kredit kepada pihak penerima kredit yang harus dikembalikan dalam suatu jangka waktu yang telah disepakati oleh kedua belah pihak yang disertai dengan suatu kontra prestasi berupa bunga yang ditetapkan oleh pihak pemberi kredit.

Defenisi serupa juga dikemukakan oleh Amir Darmawan yang mengutip pendapat Reymon dan T.Kent dalam bukunya Perbankan kredit adalah hak menerima pembayaran atau kewajiban untuk melakukan pembayaran pada waktu diminta atau pada yang akan datang karena penyerahan barang-barang sekarang.

Pengertian kredit diatas menitik beratkan pada hak kreditur atau pihak pemberi kredit untuk menerima pembayaran atas transaksi kredit serta kewajiban pihak penerima kredit untuk melakukan pembayaran sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati akibat dari transaksi kredit yang dilakukan oleh kedua belah pihak.

Adapun unsur-unsur kredit yang terkandung dalam pemberian suatu fasilitas kredit menurut Kasmir (2004:103) adalah sebagai berikut :

1. Kepercayaan

Yaitu suatu keyakinan pemberi kredit bahwa prestasi yang diberikannya baik berupa uang, jasa, dan barang benar-benar akan diterimanya kembali dalam jangka waktu tertentu dimasa yang akan datang.

2. Kesepakatan

Disamping unsur percaya di dalam kredit juga mengandung unsur kesepakatan antara si pemberi kredit dengan si penerima kredit. Kesepakatan ini dituangkan dalam suatu perjanjian dimana masing-masing pihak menandatangani hak dan kewajibannya. Kesepakatan ini kemudian dituangkan dalam akad kredit dan ditandatangani kedua belah pihak sebelum kredit dikucurkan.

3. Jangka waktu

Setiap kredit yang diberikan memiliki jangka waktu tertentu, jangka waktu ini mencakup masa pengembalian kredit yang telah disepakati. Jangka waktu merupakan batas waktu pengembalian angsuran kredit yang sudah disepakati kedua belah pihak. Untuk kondisi tertentu jangka waktu ini dapat diperpanjang sesuai kebutuhan.

4. Resiko

Yaitu suatu tingkat resiko sebagai akibat yang dapat timbul karena adanya jangka waktu yang memisahkan antara pemberian kredit dengan pembayaran yang akan diterima di kemudian hari. Semakin lama kredit yang diberikan semakin tinggi pula tingkat resikonya, karena terdapat

unsur ketidakpastian yang tidak dapat diperhitungkan. Inilah yang menyebabkan unsur resiko. Dengan adanya unsur resiko maka timbulah jaminan didalam pemberian kredit.

5. Balas jasa

Bagi bank balas jasa merupakan keuntungan atau pendapatan atas pemberian suatu kredit. Dalam bank jenis konvensional balas jasa kita kenal dengan nama bunga. Disamping balas jasa dalam bentuk bunga bank juga memberikan kepada nasabah biaya administrasi kredit yang juga merupakan keuntungan bank. Bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah balas jasanya ditentukan dengan bagi hasil.

Adapun jenis-jenis kredit yang ada menurut Kasmir, (2004:103) adalah sebagai berikut :

1. Kredit Menurut Sifat Penggunaanya

a. Kredit Konsumtif

Kredit ini dipergunakan oleh nasabah (debitur) untuk keperluan konsumsi yakni keperluan untuk memenuhi tuntutan/kebutuhan hidup.

b. Kredit ini ditujukan untuk keperluan produksi dalam arti luas, atau digunakan untuk perluasan usaha, baik usaha-usaha produksi perdagangan maupun investasi.

2. Kredit menurut keperluannya.

a. Kredit investasi

Kredit yang diberikan oleh bank kepada nasabahnya untuk keperluan investasi atau penanaman modal yang dimaksudkan untuk perbaikan ataupun penambahan barang modal beserta fasilitas yang erat hubungannya dengan itu.

b. Kredit perdagangan

Kredit yang diberikan untuk keperluan perdagangan pada umumnya, dimana dengan kredit ini dapat dilakukan pemindahan barang dari suatu tempat ke tempat lainnya sehingga dapat meningkatkan nilai barang yang bersangkutan.

c. Kredit eksploitasi

Kredit yang diberikan untuk keperluan eksploitasi perusahaan secara luas sehingga perusahaan dapat berjalan dengan lancar. Tujuan kredit ini adalah untuk meningkatkan produktivitas, baik secara kuantitatif maupun kualitatif.

3. Kredit menurut jangka waktunya

a. Kredit jangka pendek, adalah kredit yang berjangka waktu selamamanya satu tahun

b. Kredit jangka menengah, adalah kredit yang berjangka waktu satu tahun sampai dengan tiga tahun

c. Kredit jangka panjang, adalah kredit yang berjangka waktu lebih dari tiga tahun.

4. Kredit menurut cara pemakainya

- a. Kredit dengan uang muka (persekot), yaitu penarikan kreditnya dilakukan sekaligus dalam arti kata maksimum kredit pada waktu penarikan pertama, sepenuhnya dipergunakan oleh nasabah untuk keperluan usahanya
- b. Kredit rekening koran, debitur menerima seluruh kreditnya dalam bentuk rekening koran dan kepadanya diberikan blanko Cheque, nasabah bebas melakukan penarikan kreditnya sesuai yang dibutuhkan untuk usahanya hingga maksimum kredit yang ditetapkan.

5. Kredit menurut Jaminannya

- a. Kredit tanpa jaminan, adalah kredit yang diberikan kepada nasabah tanpa adanya jaminan dalam bentuk fisik. Kredit ini disebut juga kredit koran. Pemberian kredit tanpa jaminan ini tidak berarti tidak ada jaminan sama sekali, melainkan jaminan yang berbentuk bonafiditas dan prospek usaha nasabah yang diperhatikan dan ditekankan dengan sungguh-sungguh dalam pertimbangan kreditnya.
- b. Kredit dengan jaminan, adalah kredit yang diberikan kepada nasabah yang sanggup menyediakan suatu benda tertentu, surat berharga atau orang untuk dikaitkan sebagai jaminan.

Adapun fungsi pokok dari kredit pada dasarnya adalah untuk pemenuhan jasa pelayanan terhadap kebutuhan masyarakat (To Serve the society) dalam rangka mendorong dan melancarkan perdagangan, produksi

dan jasa-jasa bahkan konsumsi, yang kesemuanya itu, ditujukan untuk meningkatkan taraf hidup manusia.

2.3 Pengertian Penjualan Kredit

Jenis penjualan yang lazim dikenal adalah penjualan tunai dan penjualan kredit. Yang mana akan diterapkan tergantung pada kebijaksanaan perusahaan dan kondisi perusahaan tersebut serta pasar yang menjadi sasaran penjualan produk tersebut.

Penjualan tunai terjadi dengan adanya transaksi penyerahan barang dan penerimaan uang pada saat yang bersamaan. Dan terkadang penjualan tunai memberikan beberapa kelonggaran misalnya dengan servis Cuma-Cuma, pemotongan tunai, dan lain-lain.

Dalam rangka usaha untuk memperbesar volume penjualannya kebanyakan perusahaan besar terkadang memberikan kebijaksanaan pemilikan barang secara kredit, misalnya tenggang waktu pembayaran beberapa bulan atau dengan cara cicilan. Penjualan cicilan atau penjualan angsuran pada dasarnya termasuk dalam kategori penjualan kredit, dimana sebagian pembayaran akan diterima secara bertahap sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati oleh kedua belah pihak.

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang penjualan (angsuran) kredit menurut Hadori yunus dan Hamanto, dalam bukunya akuntansi keuangan lanjutan sebagai berikut :

"Penjualan angsuran adalah penjualan yang dilakukan dengan perjanjian dimana pembayarannya dilaksanakan secara bertahap, yaitu :

1. Pada saat barang-barang diserahkan kepada pembeli, penjual menerima pertama sebagian dari harga penjualan (diberikan down payment)
2. Sisanya dibayar dalam beberakali angsuran.

Untuk melindungi kepentingan penjual dari kemungkinan tidak ditepatinya kewajiban-kewajiban oleh pihak pembeli , maka terdapat beberapa bentuk perjanjian penjualan angsuran sebagai berikut :

1. Perjanjian penjualan bersyarat (conditional sales contract), dimana barang-barang telah diserahkan, tetapi hak atas barang-barang masih berada ditangan penjual sampai seluruh pembayaran dilunasi.
2. Pada saat perjanjian ditandatangani dan pembayaran pertama telah dilakukan, hak milik dapat diserahkan kepada pembeli, tetapi dengan menggadaikan atau menghipotikkan untuk bagian harga penjualan yang belum dibayar kepada sipenjual.
3. Hak milik atas barang-barang untuk sementara diserahkan kepada suatu badan "trust" (trustee) sampai pembayaran harga penjualan dilunasi. Setelah pembayaran dilunasi oleh pembeli , baru trustee menyerahkan hak atas barang-barang itu kepada pembeli. Perjanjian semacam ini dilakukan dengan membuat akte kepercayaan (trust deed: atau trust indenture).
4. Beli sewa (lease-purchase). Dimana barang-barang yang telah diserahkan kepada pembeli dianggap disewahkan kepada pembeli

sampai harga dalam kontrak telah dibayar lunas, baru sesudah itu hak milik berpindah kepada pembeli.

Penjualan angsuran dengan bentuk-bentuk perjanjian tersebut diatas biasanya dilaksanakan untuk barang-barang tidak bergerak (seperti gedung, tanah, dan aktiva-aktiva tahan lama lainnya). Untuk perdagangan barang-barang bergerak biasanya penjualan angsuran dilaksanakan dengan perjanjian-perjanjian tertentu yang diadakan diantara penjual dan pembeli dengan syarat-syarat dan jaminan yang saling menguntungkan. Khususnya dari pihak penjual tidak akan dirugikan terlalu besar apabila terjadi tidak dipenuhinya kewajiban-kewajiban oleh pembeli, dimana penjual mempunyai hak memiliki kembali barang-barang yang telah diserahkan, tetapi nilai sisa barang yang dimiliki kembali itu mungkin akan menjadi lebih rendah dari nilai berdasarkan perhitungan yang sesuai dengan perjanjian yang ada. Dengan demikian pemilikan kembali tersebut dapat menimbulkan kerugian.

Untuk mengurangi atau menghindari kemungkinan kerugian dalam pemilikan kembali, maka faktor-faktor yang harus diperhatikan oleh penjual adalah sebagai berikut :

1. Besarnya pembayaran pertama (down payment) harus cukup untuk menutup semua kemungkinan terjadinya penurunan harga barang tersebut dari semula barang baru menjadi barang bekas
2. Jangka waktu pembayaran diantara angsuran yang satu dengan yang lain hendaknya tidak terlalu lama, kalau dapat tidak lebih dari satu bulan

3. Besarnya pembayaran angsuran periodik harus diperhitungkan cukup untuk menutup kemungkinan penurunan nilai barang-barang yang ada selama jangka pembayaran yang satu dengan pembayaran angsuran berikutnya.

Adapun menurut Bambang Riyanto dalam bukunya Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan (1991:76), faktor-faktor yang mempengaruhi besar kecilnya investasi dalam piutang dapatlah disebabkan sebagai berikut.

1. Volume penjualan kredit

Makin besar proporsi penjualan kredit dari keseluruhan penjualan, memperbesar jumlah investasi dalam piutang. Dengan makin besarnya volume penjualan kredit setiap tahunnya berarti perusahaan itu harus menyediakan investasi yang lebih besar lagi dalam piutang. Makin besar jumlah piutang berarti makin besar risikonya, tetapi bersamaan dengan itu juga memperbesar "Profitability" – nya.

2. Syarat pembayaran penjualan kredit.

Syarat pembayaran penjualan kredit dapat bersifat ketat atau lunak. Apabila perusahaan menetapkan syarat pembayaran yang ketat berarti bahwa perusahaan lebih mengutamakan keselamatan kredit dari pada pertimbangan profitabilitas. Syarat yang ketat misalnya dalam bentuk batas waktu pembayarannya yang pendek, pembebanan bunga yang berat pada pembayaran piutang yang terlambat.

Persyaratan kredit mencantumkan jangka waktu kredit dan adanya potongan (Discount) bila dibayar lebih cepat. Misalnya persyaratan kredit yang diberikan karena penjualan kepada langganannya mencantumkan "2/10", net 30" berarti akan diberikan potongan 2 persen dari penjualan bila langganan membayar dalam waktu 10 hari dan bila tidak memanfaatkan potongan tersebut, seluruh jumlah faktor harus dilunaskan dalam waktu 30 hari. Makin panjang batas waktu pembayarannya berarti makin besar jumlah investasinya dalam piutang.

3. Ketentuan tentang pembatasan kredit.

Dalam penjualan kredit perusahaan dapat menetapkan batas maksimal atau plafond bagi kredit yang diberikan kepada para langganannya. Makin tinggi plafond yang ditetapkan bagi masing-masing langganan berarti makin besar pula dana yang diinvestasikan dalam piutang. Demikian pula ketentuan mengenai siapa yang dapat diberi kredit. Makin selektif penentuan para langganan yang dapat diberi kredit akan memperkecil jumlah investasi dalam piutang. Dengan demikian maka pembatasan kredit disini bersifat baik kuantitatif maupun kualitatif.

4. Kebijakan dalam pengumpulan piutang.

Perusahaan dapat menjalankan kebijakan dalam pengumpulan piutang secara aktif atau pasif. Perusahaan yang menjalankan kebijakan secara aktif dalam pengumpulan piutang akan mempunyai pengeluaran uang yang lebih besar untuk membiayai aktivitas

pengumpulan piutang tersebut dibandingkan dengan perusahaan lain yang menjalankan kebijaksanaan secara pasif. Perusahaan yang disebutkan terdahulu kemungkinan akan mempunyai investasi dalam piutang yang lebih kecil dari pada perusahaan yang disebutkan kemudian. Tetapi biasanya perusahaan hanya akan mengadakan usaha tambahan dalam pengumpulan piutang apabila biaya usaha tambahan tersebut tdk melampaui besarnya tambahan revenue (pendapatan) yang diperoleh karena adanya usaha tersebut.

Kebijaksanaan penagihan (collection policy) dari suatu perusahaan adalah prosedur yang ditempuh untuk memperoleh pembayaran dari rekening-rekening yang telah lewat jatuh tempo. Prosedur penagihan yang umum adalah mengirim surat-surat teguran yang nadanya semakin keras, menegur melalui telepon, menyerahkan kepada badan-badan penagih dan terakhir mengajukan tuntutan perdata.

Proses penagihan memang mahal, baik dari sudut biaya uang nyata maupun hilangnya hubungan baik. Tetapi tetap diperlukan adanya ketegasan penagihan untuk mencegah bertambah panjangnya waktu penagihan dan memperkecil kerugian langsung yang timbul karena tidak tertagihnya piutang. Disini juga harus dicari keseimbangan antara biaya dan kemanfaatan dari berbagai kebijaksanaan penagihan.

5. Kebiasaan membayar dari para pelanggan.

Ada sebagian langganan yang mempunyai kebiasaan untuk membayar dengan menggunakan kesempatan mendapatkan cash discount, dan ada sebagian lain yang tidak menggunakan kesempatan tersebut.

Perbedaan cara pembayaran ini tergantung kepada cara penilaian mereka terhadap mana yang lebih menguntungkan antara kedua alternatif tersebut. Apabila perusahaan telah menetapkan syarat pembayaran 2/10/net 30, para langganan dihadapkan pada dua alternatif, yaitu apakah mereka akan membayar pada hari ke 10 atau pada hari ke 30 sesudah barang diterima.

Kebiasaan para langganan untuk membayar dalam "Cash discount period" atau sesudahnya akan mempunyai efek terhadap besarnya investasi dalam piutang. Apabila sebagian besar para langganan membayar dalam waktu selama "discount period", maka dana yang diterima dalam piutang akan lebih cepat bebas, yang ini berarti makin kecilnya investasi dalam piutang.

Dalam hal ini suatu perusahaan mengizinkan penjualan kredit hanya kepada langganan-langganan yang kuat saja, maka makin kecil kemungkinan adanya kerugian karena piutang macet, atau dengan kata lain makin kecil resiko kreditnya.

Resiko kredit adalah resiko tidak terbayarnya kredit yang telah diberikan kepada pelanggan. Sebelum perusahaan memutuskan untuk menyetujui

permintaan atau penambahan kredit oleh para langganan, perlulah diadakan evaluasi resiko kredit dari para langganan tersebut. Untuk menilai resiko kredit, manajer kredit harus mempertimbangkan berbagai faktor yang menentukan besar kecilnya kredit tersebut.

Menurut Kasmir (2004:117) dalam bukunya Dasar-Dasar Perbankan, untuk menilai resiko kredit seseorang dan mendapatkan nasabah yang benar-benar layak untuk diberikan kredit, maka dilakukan dengan analisis 5 C dan 7 P.

Penilaian dengan analisis 5 C adalah sebagai berikut :

1. Character

Character merupakan sifat atau watak seseorang. Sifat atau watak dari orang-orang yang diberikan kredit benar-benar harus dapat dipercaya. Untuk membaca watak atau sifat dari calon debitur dapat dilihat dari latar belakang si nasabah, baik yang bersifat latar belakang pekerjaan maupun yang bersifat pribadi seperti : cara hidup atau gaya hidup yang dianutnya, keadaan keluarga, hobi dan jiwa sosial, dari sifat dan watak ini dapat dijadikan suatu ukuran tentang "*kemauan*" nasabah untuk membayar.

2. Capacity

Capacity adalah analisis untuk mengetahui kemampuan nasabah dalam membayar kredit. Dari penilaian ini terlihat kemampuan nasabah dalam mengelola bisnis. Kemampuan ini dihubungkan dengan latarbelakang pendidikan dan pengalamannya selama ini dalam mengelola usahanya,

sehingga akan terlihat "*Kemampuannya*" dalam mengembalikan kredit yang disalurkan.

3. Capital

Untuk melihat penggunaan modal apakah efektif atau tidak, dapat dilihat dari laporan keuangan (neraca dan laba rugi laba) yang disajikan dengan melakukan pengukuran seperti dari segi *liquiditas dan solvabilitasnya, rentabilitas* dan ukuran lainnya. Analisis capital juga harus menganalisis dari sumber mana saja modal yang ada sekarang ini, termasuk persentase modal yang digunakan untuk membiayai proyek yang akan dijalankan, berapa modal sendiri dan berapa modal pinjaman.

4. Condition

Dalam menilai kredit hendaknya juga dinilai kondisi ekonomi, sosial dan politik yang ada sekarang dan prediksi untuk di masa yang akan datang. Penilaian kondisi atau prospek bidang usaha yang dibiayai hendaknya benar-benar memiliki prospek yang baik, sehingga kemungkinan kredit bermasalah relatif kecil.

5. Colleteral

Merupakan jaminan yang diberikan calon nasabah baik yang bersifat fisik maupun non fisik. Jaminan hendaknya melebihi jumlah kredit yang diberikan. Jaminan juga harus diteliti keabsahan dan kesempurnaannya, sehingga jika terjadi suatu masalah, maka jaminan yang dititipkan akan dapat dipergunakan secepat mungkin.

Selanjutnya penilaian suatu kredit dapat pula dilakukan dengan analisis 7 P kredit dengan unsur penilaian sebagai berikut :

1. Personality

Yaitu menilai nasabah dari segi kepribadiannya atau tingkahlakunya sehari-hari maupun kepribadiannya masa lalu. Penilaian personality juga mencakup sikap, emosi, tingkah laku dan tindakan nasabah dalam menghadapi suatu masalah dan menyelesaikannya.

2. Party

Yaitu mengklasifikasikan nasabah kedalam klasifikasi tertentu atau golongan-golongan tertentu, berdasarkan modal, loyalitas serta karakternya. Nasabah yang digolongkan kedalam golongan tertentu akan mendapatkan fasilitas yang berbeda dari bank.

3. Purpose

Yaitu untuk mengetahui tujuan nasabah dalam mengambil kredit, termasuk jenis kredit yang diinginkan nasabah. Tujuan pengambilan kredit dapat bermacam-macam sesuai kebutuhan. Sebagai contoh apakah untuk modal kerja, investasi, konsumtif, produktif dan lain-lain.

4. Prospect

Yaitu untuk menilai usaha nasabah di masa yang akan datang menguntungkan atau tidak atau dengan kata lain mempunyai prospek atau sebaliknya. Hal ini penting mengingat jika suatu fasilitas kredit yang

dibiayai tanpa mempunyai prospek, bukan hanya bank yang rugi akan tetapi juga nasabah.

5. Payment

Merupakan ukuran bagaimana cara nasabah mengembalikan kredit yang telah diambil atau dari sumber mana saja dana untuk pengembalian kredit. Semakin banyak sumber penghasilan debitur maka akan semakin baik. Sehingga jika salah satu usahanya merugi akan dapat ditutupi oleh usaha lainnya.

6. Profitability

Untuk menganalisis bagaimana kemampuan nasabah dalam mencari laba . profitability diukur dari periode-periode, apakah akan tetap sama atau akan semakin meningkat, apalagi dengan tambahan kredit yang akan diperolehnya.

7. Protection

Tujuan adalah bagaimana menjaga agar kredit yang diberikan mendapatkan jaminan perlindungan, sehingga kredit yang diberikan benar-benar aman. Perlindungan yang diberikan oleh debitur dapat berupa jaminan barang atau orang atau jaminan asuransi.

2.4 Pengertian Pendapatan

Tiap-tiap perusahaan bertujuan untuk bertahan hidup dan kian berkembang. Banyak kriteria untuk menilai perkembangan perusahaan, misalnya saja semakin banyaknya aktiva atau modal kerja. Untuk mencapai

tujuan ini, laba ataupun pendapatan merupakan salah satu konsep yang banyak dibicarakan.

Dalam rangka memperoleh pendapatan, perusahaan harus menjual output yang dihasilkannya. Pada perusahaan yang menghasilkan barang, sudah tentu penjualan barang merupakan upaya pencapaiannya. Sedangkan pada perusahaan jasa, mereka harus menyerahkan jasa, misalnya perusahaan pengangkutan umum yang menjual jasa mengantarkan atau memindahkan barang atau orang dari suatu tempat ketempat yang lainnya.

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai pendapatan, penulis mengutip pendapat Soemarso, S.R (2000:274) Pendapatan adalah peningkatan jumlah aktiva atau penurunan kewajiban yang timbul dari penyerahan barang/jasa atau aktivitas usaha lainnya dalam suatu periode.

Dari defenisi di atas menunjukkan bahwa pendapatan merupakan jumlah yang dibebankan kepada langganan atas penjualan barang atau penyerahan jasa yang dilakukan. Tidak termasuk dalam pengertian pendapatan adalah peningkatan aktiva perusahaan yang disebabkan pembelian aktiva, investasi pemilik, pinjaman atau koreksi rugi labaperiode lalu. Peningkatan jumlah aktiva dapat berbentuk diterimanya uang tunai, timbul piutang atau aktiva lainnya.

Sedangkan menurut Fischer, Taylor,Leer (1997:13) dalam bukunya akuntansi keuangan lanjutan yaitu :

"Pendapatan adalah arus masuk atau peningkatan aktiva satuan ekonomi atau pelunasan hutangnya atau gabungan keduanya selama satu periode dari penyerahan atau pembuatan barang, atau pemberian jasa, atau kegiatan-kegiatan lain yang merupakan kegiatan utama atau pusat yang terus-menerus dari suatu perusahaan."

Walaupun terdapat berbagai defenisi pendapatan, namun semua defenisi hanya mengacu pada kegiatan-kegiatan perusahaan yang diarahkan untuk menghasilkan laba. kegiatan-kegiatan tersebut umumnya berbentuk penyerahan barang atau jasa kepada satuan ekonomi lain. Oleh karena itu, perubahan diatas pemilik (modal) yang berasal dari investasi oleh pemilik tidak termasuk dalam defenisi pendapatan.

2.5 Kerangka Pikir



2.6 Hipotesis

Berdasarkan landasan teori diatas dan dalam kaitannya dengan permasalahan yang dihadapi perusahaan, maka diajukan hipotesis kerja sebagai berikut :

1. Diduga bahwa terdapat pengaruh positif antara penjualan kredit dengan pendapatan penjualan yang diperoleh perusahaan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Daerah Penelitian

Daerah penelitian yang ditetapkan dalam penulisan ini berlokasi pada sebuah perusahaan Dealer kendaraan merek Mitsubishi, PT. Bosowa Berlian Motor Makassar yang beralamat di Jalan Urip Sumoharjo No. 266

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Adapun Jenis data yang dipergunakan dalam penulisan ini adalah

1. Data kuantitatif , yaitu data dalam bentuk angka-angka dapat dihitung, yang diperoleh dari buku laporan perkembangan penjualan perusahaan dan dokumen-dokumen lain mengenai Penjualan kredit yang berkaitan dengan masalah yang dibahas dalam karya ilmiah ini.
2. Data kualitatif, yaitu data tidak dalam bentuk angka, yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak perusahaan dengan masalah yang dibahas.

3.2.2 Sumber Data

sedangkan sumber data yang digunakan dalam penulisan ini diperoleh dari dua sumber sebagai berikut :

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh melalui pengamatan dan wawancara langsung dengan pimpinan dan karyawan-karyawan

3.4 Metode Analisis.

Dalam melakukan analisis terhadap permasalahan yang dibahas agar sesuai dengan hasil yang diharapkan, maka metode analisis yang dipakai penulis lebih bersifat kuantitatif. Dalam melakukan analisis kuantitatif ini peralatan yang digunakan adalah peralatan statistik dan matematik sehingga lebih terjamin dan dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah. Dan untuk menganalisa pengaruh penjualan kredit terhadap pendapatan, maka penulis memakai analisis sebagai berikut:

1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Untuk mengetahui berapa besar pengaruh Penjualan secara kredit (X) terhadap Pendapatan penjualan (Y), digunakan metode Analisis Regresi Linier Sederhana.

Dengan rumus :

$$Y = a + bx$$

Dimana :

- Y = Pendapatan (volume penjualan x harga)
- X = Volume penjualan kredit
- a = Nilai Intercept (konstanta)
- b = Koefisien arah regresi
- n = Jumlah periode tahunan

untuk menghitung nilai a dan b maka dibantu dengan persamaan sebagai berikut :

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

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

2. Analisis Korelasi Linier

Untuk mengetahui berapa besar hubungan antara penjualan kredit (X) dengan pendapatan penjualan pada perusahaan (Y), maka digunakan metode Analisis Korelasi Linier dengan rumus sebagai berikut :

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

dimana :

Untuk melihat kuat atau lemahnya hubungan penjualan secara kredit (X) dengan pendapatan penjualan pada perusahaan (Y), maka hasil perhitungan didasarkan pada ketentuan sebagai berikut :

- a) jika nilai $r = +1$ atau mendekati $+1$, maka terdapat hubungan linier positif. Artinya hubungan antara Penjualan kredit (X) dengan Pendapatan penjualan (Y) sangat kuat.
- b) Jika nilai $r = 0$ atau mendekati 0 , maka hubungan antara Penjualan kredit (X) dengan Pendapatan penjualan (Y) lemah atau tidak ada hubungan.

c) Jika nilai $r = -1$ atau mendekati -1 , hubungan antara Penjualan kredit (X) dengan Pendapatan penjualan (Y) berlawanan arah.

3. Analisis R^2 (Koefisien Penentu)

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penjualan kredit dalam menentukan besarnya ramalan pendapatan

4. Uji t

Uji t digunakan untuk memperkuat keyakinan penulis tentang kesimpulan hasil yang diperoleh setelah dilakukan perhitungan analisis korelasi linier. Disamping itu analisis ini juga dapat digunakan untuk mengetahui apakah bukti yang ada memadai atau tidak dengan Significant sebesar 5 %, adapun rumusnya sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad df = n-2$$

dimana :

t = Nilai uji t

r = Koefisien Korelasi linier

n = jumlah periode (tahun)

setelah dilakukan perhitungan uji t dan ternyata hasil yang diperoleh lebih kecil daripada nilai t pada tabel ($t < t$ tabel), maka kesimpulan yang diambil yaitu menolaknya karena berarti tidak ada bukti yang cukup untuk menyimpulkan bahwa nilai X dan Y ada hubungan yang positif. Begitupun sebaliknya bila hasil yang diperoleh lebih besar dari

nilai t pada tabel ($t > t$ tabel), maka kesimpulan yang diambil yaitu menerimanya karena berarti ada bukti yang cukup untuk menyimpulkan bahwa nilai X dan Y ada hubungan positif.

3.5 Defenisi Operasional

Dalam penulisan ini, ada dua variabel yang akan diuji untuk mengetahui apakah keduanya mempunyai hubungan, yaitu :

1. Penjualan merupakan usaha yang dilakukan manusia untuk mengumpulkan barang kebutuhan yang telah disajikan kepada mereka yang memerlukannya dengan imbalan uang menurut harga yang ditentukan atau disepakati bersama.
2. *Penjualan Kredit* yang intinya merupakan suatu proses pemindahan hak, atas barang/jasa dari penjual kepada pembeli berdasarkan perjanjian/kesepakatan kedua belah pihak dimana pembayaran terhadap pemindahan hak tersebut dilakukan dikemudian hari.

Penjualan kredit merupakan variabel bebas atau *Independent (X)*

3. *Pendapatan penjualan* merupakan Arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal perusahaan selama satu periode bila arus masuk itu mengakibatkan kenaikan equitas, yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal.

Pendapatan penjualan merupakan variabel *Dependent* atau variabel yang dipengaruhi (Y).

BAB IV

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Perusahaan PT. Bosowa Berlian Motor Makasar merupakan salah satu perusahaan swasta nasional milik pribumi yang kehadirannya di daerah ini telah lama dikenal oleh masyarakat. Perusahaan ini bergerak di bidang penjualan kendaraan merek Mitsubishi dan suku cadangnya, serta pelayanan jasa servis kendaraan merek Mitsubishi. Kendaraan tersebut dipasarkan melalui kerja sama dengan dealer PT Krama Yudha Tiga Berlian Motor Indonesia.

PT. Bosowa Berlian Motor didirikan di Makasar dengan akte notaris Nomor 6 tertanggal 22 Februari 1973. akte pendirian tersebut dibuat dihadapan Prof. Teng Tjing Leng, SH. Pada awal berdirinya, perusahaan ini bernama CV. Moneter Motor yang berlokasi di jalan Kumala Makasar.

Pada tanggal 6 April 1976 nama perusahaan ini berubah menjadi perseroan terbatas, atas dasar akte perusahaan Nomor 26 yang dibuat dihadapan notaris Hasan Zaini, SH dan berlokasi di jalan Veteran 240 Makasar. Sebagai pengesahan pemerintah, Menteri Kehakiman RI mengeluarkan surat Nomor Y.A. S/162/17 tertanggal 9 Desember 1978 dengan pemegang saham H. Muhammad Aksa, Ny. Hj. Ramlah Aksa, dan H. Abdul Rahman AT.

Demikian perubahan nama ini terus terjadi, sehingga pada tanggal 14 Oktober 1980 dihadapan notaris Hasan Zaini,SH dibuat lagi akte perubahan dengan Nomor 82 untuk perusahaan ini selanjutnya diberi nama PT Bosowa Berlian Motor yang berlokasi Jl. Gunung Bawakaraeng 158 Makasar, dan akhirnya pindah di Jl. Urip Sumoharjo 188 Makasar.

Perusahaan ini pada mulanya bergerak dibidang perdagangan kendaraan bermotor merek Datsun, namun perusahaan ini belum dapat memperlihatkan perkembangannya karena beberapa faktor antara lain belum tersedianya suku cadang (spare part) yang memadai. Untuk itu pimpinan perusahaan dengan segala usaha menjejaki kemungkinan untuk menjadi dealer mobil merek lain.

Dengan segala usahanya, akhirnya keberhasilan dari pimpinan perusahaan mulai nampak dimana status daerah kendaraan merek Mitsubishi diperoleh secara resmi dari dealer tunggalnya untuk seluruh Indonesia yaitu PT. Krama Yudha Tiga Berlian Motor.

Pada mulanya status daerah resmi diperoleh untuk kantor pusat Makasar dan sekitarnya, kemudian pada tahun 1982 status dealer resmi diperoleh pula oleh PT. Bosowa Berlian Motor cabang Palu untuk wilayah pemasaran Palu dan sekitarnya. Mengikuti perkembangan yang demikian pesatnya, maka PT. Bosowa Berlian Motor telah melebarkan sayapnya dengan melakukan ekspansi dengan membuka cabang di beberapa daerah di Sulawesi Selatan, dan perwakilan Jakarta yang bertugas melaksanakan

pembelian barang dari PT. Krama Yudha Tiga Berlian Motor, serta pengiriman barang ke Makasar dan perwakilan lainnya.

Kantor cabang yang dibuka meliputi seluruh kabupaten yang ada di Sulawesi Selatan. Selain itu terdapat juga cabang diluar Sulawesi Selatan yaitu Palu, Poso, Luwuk Banggai, Toli-Toli, Manado, Limboto, Kotamobagu, Ambon, Ternate, Tual, Kendari, Kolaka, Bau-Bau, Kupang, Ende, Ruteng, Maumere, Atambua (Dili), Sorong, Timika, Manokwari, Jayapura, Biak, Nabire, dan Merauke.

Cabang-cabang tersebut kecuali Palu dan Manado merupakan cabang yang bertugas dibawah koordinasi penuh PT. Bosowa Berlian Motor Makasar sebagai kantor pusat, sedang kantor cabang Palu dan Manado mempunyai kedudukan yang setara dengan kantor pusat di Makasar. Karena cabang tersebut merupakan cabang ekstra bebas yaitu cabang yang mempunyai kegiatan operasi dan berusaha sendiri sesuai dengan kemampuan serta menerima jatah yang ditetapkan oleh dealer tunggal PT. Krama Yudha Tiga-Berlian Motor.

4.2 Struktur Organisasi

Perusahaan sebagai suatu jaringan hubungan beberapa fungsi hanya dapat bekerja dengan baik apabila terdapat suatu pembagian tugas dan wewenang suatu tanggung jawab yang dinyatakan dengan jelas yang dilengkapi dengan uraian tugas. Struktur organisasi yang baik adalah yang sederhana dan fleksibel, dalam arti yang memisahkan tanggung jawab

secara jelas dan dapat mengikuti perkembangan perusahaan tanpa perombakan yang cukup berarti terhadap struktur organisasi yang telah ada.

Dalam organisasi yang baik, harus terdapat pemisahan tanggung jawab antara departemen yang ada didalamnya, dan adanya kebebasan yang dimiliki oleh tiap-tiap departemen dalam melaksanakan fungsinya. Demikian pula halnya dengan struktur organisasi PT. Bosowa Berlian Motor di Makasar, yang memisahkan tanggung jawab dan fungsi-fungsi organisasi. Fungsi-fungsi tersebut terlihat dalam pembagian tugas dan wewenang tiap-tiap bagian seperti: Departemen Pemasaran, Departemen Keuangan, dan Departemen Umum dan Personalia yang mana masing-masing bagian tersebut dipimpin oleh seorang Direktur.

Uraian tugas dan tanggung jawab tiap-tiap bagian dari PT. Bosowa Berlian Motor dapat dilihat dari struktur organisasinya, sebagaimana terlampir.

Adapun bagian-bagian dalam organisasi tersebut diuraikan sebagai berikut:

1. Dewan Komisaris

Dewan komisaris merupakan suatu dewan yang berfungsi sebagai pengawas terhadap pengendalian perusahaan secara keseluruhan. Dewan komisaris bertugas terutama untuk memberi nasehat kepada direksi perusahaan apabila didalam menjalankan tugasnya terjadi sesuatu

yang tidak diharapkan serta mengusulkan sesuatu yang dianggap berguna bagi kelangsungan perusahaan di masa-masa selanjutnya.

2. Direksi, yang terdiri dari dua orang, yaitu :

Direktur Utama, bertugas sebagai :

- a. Penanggung jawab penuh terhadap jalannya operasi perusahaan
- b. Mengendalikan perusahaan dengan sebaik-baiknya agar tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai.

Wakil Direktur, bertugas sebagai :

- a. Pendamping Direktur Utama dalam menjalankan fungsi, wewenang, dan tanggung jawab.
- b. Menggantikan Direktur Utama bila berhalangan

Direksi dalam menjalankan tugas dan fungsinya sehari-hari saling membantu menyatukan seluruh potensi demi tercapainya hasil yang diharapkan.

Selain itu, pada staf direksi dilengkapi pula dengan internal audit, yang berfungsi sebagai tenaga pengawas dalam lingkungan perusahaan.

3. Internal Audit

Internal audit berfungsi membantu manajemen dalam penentuan tujuan dan sasaran perusahaan serta memilih dan meninjau sistem internal control secara sistematis kemudian melaporkan kesimpulan dan rekomendasi kepada manajemen.

4. Departemen-departemen terdiri dari :

a. Departemen Pemasaran

Bagian ini berfungsi sebagai penanggung jawab atas penyusunan rencana kerja yang berhubungan dengan pemasaran kendaraan serta pelayanan purna jual kendaraan (*after sales service*) dan dipimpin oleh seorang direktur yang bertanggung jawab pada direksi. Adapun bagian-bagian dari departemen ini terdiri dari :

1). Bagian Pemasaran

Bagian ini dipimpin oleh seorang manajer, yang mempunyai fungsi melaksanakan penjualan kendaraan, meneliti pasar, melakukan promosi dan melakukan sedemikian rupa agar dapat merebut market share yang lebih besar. Dalam melaksanakan tugasnya bagian ini melakukan koordinasi dengan para Kepala Wilayah/Cabang.

2). Bagian Spare Part

Bagian ini dipimpin oleh seorang manajer yang mempunyai tugas melaksanakan penjualan suku cadang dan melaksanakan pengadaan stock part.

3). Bagian Service Station

Bagian ini dipimpin oleh seorang manajer yang mempunyai fungsi dan tugas:

- a). Memberikan pelayanan prima jual kendaraan baik dalam hal pemeliharaan dan perbaikan kendaraan.
- b) Menyediakan tenaga mekanik yang terlatih.

b. Departemen Keuangan

Bagian ini berfungsi mengkoordinir, mengatur, mengawasi, pengelolaan dana perusahaan yang berhubungan dengan transaksi keuangan, pelaksanaan system dan prosedur akuntansi, serta perpajakan. Departemen ini terdiri dari :

1). Bagian Keuangan

Bagian ini dipimpin oleh seorang manajer yang berfungsi dan bertugas :

- a) Membuat laporan keuangan yang tepat waktu sesuai dengan permintaan direksi
- b) Mengelola piutang, hal ini dilakukan karena sekitar 90% adalah penjualan kredit.

2). Bagian Accounting

Bagian ini dipimpin oleh seorang manajer yang mempunyai fungsi melaksanakan pembukuan sehari-hari, menyusun dan menyelesaikan masalah keuangan perusahaan serta dalam melaksanakan tugasnya mengadakan koordinasi dengan bagian keuangan.

3). Bagian Pajak

Bagian ini dipimpin oleh seorang manajer yang berfungsi melaksanakan urusan-urusan perpajakan perusahaan.

c. Departemen Umum dan Personalia

Bagian ini dipimpin oleh seorang direktur yang mempunyai tugas mengawasi semua kegiatan umum perusahaan yang menyangkut masalah personalia dan administrasi. Bagian ini terdiri dari :

1). Bagian Personalia

Bagian ini dipimpin oleh seorang manajer yang bertugas :

- a) Mengusahakan peningkatan mutu personil/karyawan sesuai dengan peningkatan dan kemajuan dunia usaha
- b) Mengusahakan kesejahteraan para karyawan
- c) Membuat laporan-laporan secara berkala untuk perusahaan dan berbagai lembaga pemerintah

2). Bagian Administrasi

Bagian ini dipimpin oleh seorang manajer, yang mempunyai tugas:

- a) Membuat suatu pengarsipan yang baik
- b) Menyiapkan segala kebutuhan rumah tangga saat dibutuhkan
- c) Mengadakan pemeliharaan terhadap seluruh inventaris kantor
- d) Bertanggungjawab terhadap kelancaran dan pelaksanaan administrasi.

4.3 Sistem/Prosedural Penjualan kredit

PT. Bosowa berlian motor merupakan dealer kendaraan Mitsubishi dikawasan timur Indonesia. Dalam melakukan ekspansi usahanya PT Bosowa Berlian Motor memberikan pilihan kepada para nasabanya untuk melakukan pembelian kendaraan yaitu secara tunai maupun kredit. Namun yang menjadi pilihan banyak konsumen adalah pembelian secara kredit. Untuk itu PT. Bosowa Berlian Motor memberikan beberapa prosedur yang harus dipenuhi oleh nasabanya dalam melakukan transaksi Penjualan secara kredit, diantaranya adalah :

1. Down Payment

Sebelum melakukan kontrak dengan PT. Bosowa Berlian Motor maka nasaba diwajibkan untuk melunasi DP (down payment) atau uang muka sesuai dengan kendaraan yang diinginkan nasabah, ini dibuktikan dengan adanya kwitansi pelunasan yang disahkan oleh pihak yang berwenang dalam hal ini kepala cabang tempat dimana melakukan kontrak.

2. Foto Copy KTP Suami Isteri 3 Lembar

Maksud dari pengadaan Foto Copy KTP adalah untuk mengetahui lebih jelas asal dan alamat yang sah sesuai dengan yang tertera sehingga pihak dari PT. Bosowa Berlian Motor dapat menghubungi jika sewaktu-waktu ada yang ingin disampaikan kepada nasabanya.

3. Kartu Keluarga 3 lembar

4. SITU – SIUP.

5. Akte Perusahaan.

6. Kwitansi Kosong 3 lembar.

Kwitansi ini telah ditandatangani bersama dengan materai Rp6000,- oleh pihak yang ingin melakukan pembelian kendaraan secara kredit. Maksud dari pengadaan kwitansi ini adalah jika sewaktu-waktu ada hal-hal yang tidak diinginkan atau Pihak Bosowa merasa dirugikan maka gampang untuk menyelesaikannya.

7. Daftar perincian Negosiasi.

Pada bagian ini pihak yang ingin melakukan pembelian kendaraan secara kredit melakukan kesepakatan mengenai seberapa besar harga dari kendaraan dan biaya-biaya yang harus dipenuhi. Selanjutnya pihak Bosowa memberikan pilihan kepada nasabahnya untuk memilih berapa tahun jangka waktu ingin melakukan pembayaran secara kredit dan besarnya angsuran pokok dan angsuran bunga yang harus dilunasi tiap bulannya. besarnya beban bunga yang diberikan kepada nasabah tergantung dari seberapa besar DP (Down payment) yang dibayar dan seberapa lama ingin melakukan cicilan. Setelah kedua belah pihak menemukan kesepakatan maka selanjutnya ditentukan tanggal angsuran pertama jatuh tempo, selanjutnya tiap bulan pada tanggal yang ditetapkan nasabah diwajibkan untuk membayar cicilan kendaraan sesuai dengan kesepakatan.

8. Surat pernyataan.

PT. Bosowa Berlian Motor mewajibkan kepada semua nasabahnya untuk meyepakati surat pernyataan dalam proses pembelian kendaraan yang dibuat dalam keadaan sadar tanpa tekanan dan paksaan dari siapapun juga. Surat pernyataan ini meliputi :

- a. Surat pernyataan untuk bersedia menyetujui kelengkapan administrasi (ADM) yang ditetapkan oleh dealer PT. Bosowa Berlian Motor untuk setiap penjualan kendaraan merek Mitsubishi termasuk jika sewaktu-waktu PT. Bosowa Berlian Motor akan mempergunakan fasilitas flapon kredit PT. BNI dan menyetujui serta menyerahkan kepada dealer PT. Bosowa Berlian Motor untuk mengurus NPWP sebagai persyaratan kelengkapan administrasi pembelian kendaraan secara kredit.
- b. Surat pernyataan untuk bersedia ditarik kembali oleh pihak PT. Bosowa Berlian Motor. Atau pihak lain yang diserahkan kepadanya karena pihak kedua dalam hal ini nasabah yang melakukan pembelian kendaraan telah menunggak 2 (dua) bulan dari tanggal jatuh tempo pembayaran karena sebab lain sehingga menyalahi perjanjian sewa beli.
- c. Surat pernyataan bersedia dan menyetujui kendaraan yang dibeli secara kredit sesuai dengan perjanjian sewa beli (sesuai dengan nomor kontrak) dari PT. Bosowa Berlian Motor menggunakan fasilitas

PKS, KUK, Bank atau lembaga keuangan yang bekerja sama dengan pihak PT. Bosowa Berlian Motor , juga memberi kuasa kepada pihak PT. Bosowa Berlian Motor untuk menerima dan atau mengambil rekening koran setiap bulannya pada Bank yang memberik fasilitas PKS, KUK diatas.

9. Pemutusan Kontrak Sewa Beli

Setelah semua prosedur diatas telah dipenuhi oleh pihak yang ingin melakukan kendaraan secara kredit maka tahap selanjutnya adalah pemutusan kontrak sewa beli. Pada pemutusan kontrak sewa beli ini pihak pertama yaitu seseorang yang ditunjuk oleh PT. Bosowa Berlian Motor dalam hal ini Direktur pemasaran tempat dimana melakukan transaksi dan bertindak sebagai pihak Pertama. Selanjutnya pihak yang ingin melakukan pembelian secara kredit bertindak sebagai pihak kedua. Kedua belapihak sepakat untuk mengadakan pemutusan kontrak sewa Beli. Untuk lebih jelasnya penulis melampirkan contoh surat perjanjian sewa beli pada halaman lampiran.

BAB V PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

5.1 Analisis Penjualan Kredit.

Sistem penjualan pada masa sekarang diarahkan pada pemuasan keinginan dan kebutuhan konsumen, karena berhasil tidaknya suatu perusahaan dapat terlihat dari keadaan penjualannya. Pada dasarnya penjualan merupakan perpindahan hak atas barang/jasa dari produsen ke konsumen baik secara langsung maupun melalui perantara.

Suatu perusahaan dalam usahanya merebut pangsa pasar dituntut mampu menyusun suatu sistem penjualan yang dapat menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian produk yang ditawarkan perusahaan tersebut. Salah satu sistem penjualan yang dianggap cukup mampu menarik minat konsumen dalam melakukan pembelian adalah penjualan secara kredit. Penjualan kredit mempunyai beberapa kebaikan bagi konsumen antara lain :

1. Konsumen dapat terlebih dahulu menggunakan barangnya meskipun belum melunasi pembayarannya.
2. konsumen dapat membayar barang yang dibelinya secara angsur, sehingga dapat memberikan kemudahan bagi konsumen untuk memiliki barang yang menjadi kebutuhannya tanpa harus membayar secara tunai.

Bagi produsen pun penjualan kredit memberikan beberapa keuntungan,

antara lain :

1. Meningkatkan volume penjualannya sehingga diharapkan dapat meningkatkan pendapatannya.
2. Mengurangi bertumpuknya produk digudang yang dapat mengakibatkan penurunan pada sektor biaya.

Salah satu perusahaan yang menerapkan kebijaksanaan penjualan kredit adalah PT. Bosowa Berlian Motor Makassar yang salah satu kegiatan usahanya bergerak dibidang penjualan mobil merek Mitsubishi.

Untuk menarik calon pembeli PT. Bosowa Berlian Motor menggunakan media promosi melalui iklan di surat kabar, majalah, radio pemerintah maupun swasta dan penyampaian langsung oleh salesman. Pesanan untuk membeli produk-produk yang dijual PT. Bosowa Berlian Motor makassar dapat dilakukan dengan cara :

1. Langsung

Calon pembeli menghubungi melalui telepon, surat, atau datang langsung ke perusahaan, dimana pembeli akan mendapatkan penjelasan dari bagian penjualan mengenai harga. Sistem pembayaran dan hal-hal yang menyangkut mengenai penjualan.

2. Melalui Salesman

Salesman menghubungi calon pembeli untuk menawarkan produk perusahaan, dimana salesman akan menjelaskan mengenai harga, sistem pembayaran dan hal-hal lain yang menyangkut penjualan. Apabila calon pembeli berminat untuk memiliki produk yang ditawarkan, maka

dapat langsung melakukan transaksi dengan salesman ataupun datang langsung ke perusahaan.

Jadi pembeli dapat memilih jalur yang mana yang lebih diinginkan apakah memakai jasa salesman atau langsung berhubungan dengan perusahaan.

Dalam melakukan penjualan kredit PT. Bosowa Berlian Motor memberikan pilihan kepada nasabahnya untuk memilih berapa tahun jangka waktu ingin melakukan pembayaran secara kredit dan besarnya angsuran pokok dan angsuran bunga yang harus dilunasi tiap bulannya, besarnya beban bunga yang diberikan kepada nasabah tergantung dari seberapa besar DP (Down payment) yang dibayar dan seberapa lama ingin melakukan cicilan. Setelah kedua belah pihak menemukan kesepakatan maka selanjutnya ditentukan tanggal angsuran pertama jatuh tempo, selanjutnya tiap bulan pada tanggal yang ditetapkan nasabah diwajibkan untuk membayar cicilan kendaraan sesuai dengan kesepakatan.

Untuk memberikan gambaran mengenai perkembangan penjualan kredit produk mobil yang dilakukan perusahaan mulai tahun 2001 sampai tahun 2005 dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini :

TABEL III
 VOLUME PENJUALAN KREDIT MOBIL
 PADA PT. BOSOWA BERLIAN MOTOR MAKASSAR
 PERIODE TAHUN 2001 – 2005

Tahun	Penjualan Dalam Unit	Prosentase %
2001	380	-
2002	455	16.48 %
2003	366	-24.32 %
2004	408	10.29 %
2005	428	4.672 %

Sumber PT. Bosowa Berlian Motor

Data Diolah

Dari tabel di atas dapat kita lihat bahwa penjualan kredit mobil pada tahun 2001 sebesar 380 unit dan pada tahun 2002 mengalami peningkatan 455 unit. Pada tahun 2003 penjualan kredit mengalami penurunan menjadi 366 unit. Penurunan volume penjualan kredit ini hanya terjadi pada tahun 2003 saja, yakni seiring menurunnya total penjualan pada tahun yang sama dan pada tahun-tahun berikutnya volume penjualan kredit mobil menunjukkan kenaikan dibandingkan pada tahun sebelumnya, yakni untuk tahun 2004 sebanyak 408 unit dan untuk tahun 2005 sebanyak 428 unit. Kenaikan penjualan kredit ini sangat berpengaruh pada kenaikan volume penjualan produk mobil secara keseluruhan.

Untuk mengetahui peranan penjualan kredit mobil terhadap penjualan mobil secara keseluruhan dalam bentuk prosentase dapat dilihat pada tabel 4 berikut :

TABEL IV
PROSENTASE PENJUALAN KREDIT MOBIL
PADA PT. BOSOWA BERLIAN MOTOR MAKASSAR
PERIODE TAHUN 2001 – 2005

Tahun	Total Penjualan (Dalam Unit)	Penjualan Kredit (Dalam Unit)	Prosentase (%)
2001	436	380	87.16 %
2002	517	455	88.00 %
2003	456	366	80.26 %
2004	479	408	85.18 %
2005	498	428	85.94 %

Sumber PT. Bosowa Berlian Motor

Data Diolah

Dari tabel 4 di atas dapat dilihat bahwa prosentase penjualan kredit produk mobil pada PT. Bosowa Berlian Motor terhadap total penjualan kredit sangat tinggi, yakni pada tahun 2001 sebesar 87,16 %, Pada tahun 2002 sebesar 88 %, pada tahun 2003 sebesar 80,26 %, pada tahun 2004 sebesar 85,18 % dan pada tahun 2005 sebesar 85,94 %. Jika dirata-ratakan, maka dalam kurun waktu 2001-2005 prosentase penjualan kredit terhadap total penjualan sebesar 85,31 %. Ini dapat berarti bahwa dari dua macam sistem penjualan yang ditawarkan oleh perusahaan, yakni penjualan secara tunai

dan penjualan kredit, konsumen lebih menyukai sistem penjualan secara kredit.

5.2 Pengaruh Penjualan Kredit Terhadap Pendapatan

Dalam banyak hal yang berkaitan dengan kegiatan perusahaan dan perekonomian mungkin perlu diketahui apakah ada hubungan antara 2 (dua) variabel atau lebih, dan bagaimana hubungan ini digunakan untuk memperkirakan nilai rata-rata dari suatu variabel yang dinamakan dependent variabel (perubah bergantung), dengan diketahuinya nilai-nilai dari variabel-variabel lainnya yang dinamakan independent variabel (perubah bebas). Misalnya untuk mengetahui arah perkembangan dan prospek penjualan produk mobil khususnya dalam penjualan kredit pada PT. Bosowa Berlian Motor makassar, dapat digunakan suatu alat analisis yang dikenal dengan metode regresi linear sederhana untuk memecahkan persoalan menyangkut pengaruh penjualan kredit terhadap pendapatan perusahaan, dimana penjualan kredit merupakan independent variabel dan pendapatan merupakan dependent variabel.

Untuk lebih jelasnya mengenai hal tersebut, berikut ini akan disajikan data penjualan kredit produk mobil dan data pendapatan selama lima tahun terakhir mulai 2001 sampai 2005. Data penjualan kredit disajikan dalam bentuk unit dan data pendapatan dalam bentuk jutaan rupiah. Hitungan yang diperlukan dalam metode regresi linear sederhana turut disajikan dalam tabel berikut ini :

TABEL V
VOLUME PENJUALAN KREDIT MOBIL DAN PENDAPATAN
PADA PT. BOSOWA BERLIAN MOTOR MAKASSAR
PERIODE TAHUN 2001 – 2005

Tahun	Unit (X)	Y (000.000)	XY	X ²	Y ²
2001	380	5,554.622	2,110,756.36	144400	30,853,825.56
2002	455	6,587.640	2,997,376.20	207025	43,397,000.77
2003	366	5,418.200	1,983,061.20	133956	29,356,891.24
2004	408	5,817.375	2,373,489.00	166464	33,841,851.89
2005	428	6,231.250	2,666,975.00	183184	38,828,476.56
TOTAL	2.037	29.609.087	12.131.657,76	835.029	176.278.046,03

Sumber : PT. Bosowa Berlian Motor

Data Diolah kembali

Keterangan : Y = Total pendapatan perusahaan (dalam jutaan rupiah)

X = Penjualan kredit (dalam unit)

Dalam analisis regresi linear sederhana dari analisa "cross section" (causal), terdapat pola hubungan yang berbentuk garis lurus dari variabel yang diramalkan dengan satu variabel yang mempengaruhi yang bukan merupakan variabel waktu. Garis regresi tersebut dinyatakan dalam bentuk, $Y = a + bx$, dimana Y adalah variabel yang diramalkan (Pendapatan), X adalah variabel bebas yang mempengaruhi yang bukan waktu (penjualan kredit), serta a dan b adalah parameter atau koefisien regresi.

Sedangkan nilai parameter a dan b dapat diperoleh dengan rumus sebagai berikut :

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

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

berdasarkan rumus diatas, maka nilai dari parameter a dan b dapat dicari sebagai berikut :

$$a = \frac{(29.609,087)(835.029) - (2.037)(12.131.657,76)}{5(835.029) - (2.037)^2}$$

$$= \frac{(24.724.446.308,52) - (24.712.186.857,12)}{(4.175.145) - (4.149.369)}$$

$$= \frac{12,259,451,40}{25776}$$

$$= 475,61$$

$$b = \frac{5(12.131.657,76) - (2.037)(29.609.087)}{5(835.029) - (2.037)^2}$$

$$= \frac{(60.658.288,80) - (60.313.710,22)}{(4.175.145) - (4.149.369)}$$

$$= \frac{344.578,58}{25.776,00}$$

$$= 13,368$$

Dari hasil perhitungan nilai a dan b di atas dapatlah diperoleh persamaan regresinya yaitu : $Y = 475,61 + 13,368 x$

Untuk memberikan gambaran pengaruh penjualan kredit terhadap pendapatan dengan menggunakan persamaan regresi di atas, maka dimisalkan penjualan kredit (X) sebagai berikut :

Untuk $X = 425$

$$\begin{aligned} Y &= 475,61 + 13,368 (425) \\ &= \text{Rp. 6.157,01 juta} \end{aligned}$$

Untuk $X = 431$

$$\begin{aligned} Y &= 475,61 + 13,368 (431) \\ &= \text{Rp. 6.237,2 juta} \end{aligned}$$

Untuk $X = 434$

$$\begin{aligned} Y &= 475,61 + 13,368 (434) \\ &= \text{Rp. 6.277,3 Juta} \end{aligned}$$

Dari contoh diatas dimana penjualan kredit (X) turun menjadi 425 unit dari penjualan kredit tahun 2005 sebesar 428 unit, maka terjadi penurunan jumlah pendapatan dari semula Rp. 6.231,250 juta menjadi Rp. 6.157,01 juta. Jika penjualan kredit (X) naik dari semula 428 unit menjadi 431 unit, maka pendapatan akan naik menjadi Rp. 6.237,2 juta, demikian pula jika penjualan kredit (X) naik menjadi 434 unit, maka pendapatan naik menjadi Rp. 6.277,3 Juta.

Setelah diperoleh besarnya ramalan pendapatan (Y) untuk masing-masing penjualan kredit (X) yang direncanakan, maka selanjutnya dilakukan pengujian terhadap persamaan regresi yang digunakan, dimana pada analisa *Cross Section* (causal) ini terdapat dua pengujian yang perlu dilakukan, yaitu pengujian apakah tepat atau benar yang mempengaruhi pendapatan adalah jumlah unit penjualan kredit. Pengujian tersebut dikenal dengan test Korelasi (r) dan Koefisien penentu (coefficient of determination) atau R^2 test.

$$\begin{aligned}
 r &= \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{n\sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2}} \\
 &= \frac{5(12.131.657,76) - (2.037)(29.609.087)}{\sqrt{5(835.029) - (835.029)^2} \sqrt{5(176.278.046,03) - (29.609.087)^2}} \\
 &= \frac{60.658.289 - 60.313.710}{\sqrt{(25.776)} \sqrt{(4.692.197)}} \\
 &= \frac{344.579}{347.773,049} \\
 &= 0,991
 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan dimana diperoleh $r = 0.991$ atau 99.1 %. ,maka ini menunjukkan bahwa antara variabel penjualan kredit dengan variabel pendapatan mempunyai hubungan yang sangat kuat . ini menandakan

bahwa bila terjadi perubahan pada variabel X, maka akan mempengaruhi Variabel Y.

Besarnya R^2 (koefisien penentu) dapat didapat dari 0.991^2 yaitu 0.98. dengan $R^2 = 0.98$ maka dapatlah dikatakan bahwa penjualan kredit menentukan besarnya ramalan pendapatan.

5.3 Pengujian Koefisien Korelasi Linear Sederhana

Untuk membuktikan hasil perhitungan koefisien korelasi antara penjualan kredit dan pendapatan perusahaan, maka perlu diadakan pengujian terhadap koefisien tersebut, apakah dapat diterima atau tidak. Pengujian ini menggunakan statistik uji (t) dengan rumus :

$$t = \frac{r_{xy} \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-(r_{xy})^2}}$$

Langkah-langkah pengujian koefisien antara koefisien korelasi Penjualan secara kredit (x) dengan pendapatan penjualan (y) adalah :

1. $H_0 : r_{xy} = 0$ Tidak ada korelasi antara X dan Y
 $H_1 : r_{xy} > 0$ Ada korelasi antara X dan Y
2. $\alpha = 0,05$
3. Daerah kritis dengan $\alpha = 0,05$ dan derajat bebas $n-2$
 $T_{0,05} (n-2) ; T_{0,05} (3) = 2,353$ (lihat lampiran)
4. Pengujian dengan uji-t =

$$\begin{aligned}
 t &= \frac{r_{xy} \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-(r_{xy})^2}} \text{ dalam hal ini } r_{xy} = r \\
 &= \frac{0,991 \sqrt{5-2}}{\sqrt{1-(0,991)^2}} \\
 &= \frac{0,991 \sqrt{3}}{\sqrt{1-0,98}} \\
 &= \frac{0,991(1,732)}{0,141} \\
 &= \frac{1,716412}{0,141} \\
 &= 12,173
 \end{aligned}$$

Kesimpulan :

Dari hasil perhitungan kita dapatkan bahwa $t_{hitung} > T_{0,05}(3)$ atau $12,173 > 2,353$ yang berarti bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Ini berarti ada hubungan nyata dan positif antara penjualan secara kredit dengan total pendapatan pada perusahaan atau dengan kata lain apabila total penjualan kredit mengalami peningkatan maka total pendapatan perusahaan juga akan meningkat. Dengan demikian, pihak perusahaan hendaknya memperhatikan faktor-faktor yang berpengaruh dalam penjualan secara kredit agar peningkatan pendapatan perusahaan dapat bertahan lama.

Selain pengujian dengan menggunakan Uji-t maka tahap selanjutnya untuk membuktikan hasil perhitungan koefisien korelasi antara penjualan kredit dan pendapatan perusahaan, maka perlu diadakan pengujian terhadap koefisien tersebut, apakah diterima atau tidak. Pengujian ini menggunakan uji F (F test) dengan menggunakan bantuan tabel perhitungan F statistik :

TABEL VI
PERHITUNGAN F STATISTIK PENDAPATAN
ATAS DASAR METODE CROSS SECTION PENJUALAN KREDIT

X	Y	Y'	(Y-Y')	(Y-Y') ²	(Y'- \bar{Y})	(Y'- \bar{Y}) ²	(X- \bar{X})	(X- \bar{X}) ²
380	5554,62	5555,45	-0,83	0,69	-366,37	134225,07	-27,4	750,76
455	6587,64	6558,05	29,59	875,57	636,23	404791,92	47,6	2265,76
366	5418,20	5368,30	49,90	2490,21	-553,52	306383,73	-41,4	1713,96
408	5817,38	5929,75	-112,38	12629,04	7,94	62,99	408,0	166464
428	6231,25	6197,11	34,14	1165,27	275,30	75788,22	20,6	424,36
2037	29609,09	29608,67	0,42	17180,77	-0,42	921251,93	407,4	171618,84

Sumber : PT. Bosowa Berlian Motor
Data Diolah kembali

Pengujian dengan uji F

$$F = \frac{\sum (Y' - \bar{Y})^2}{k - 1} \div \frac{\sum (Y - Y')^2}{n - k}$$

Langkah-langkah pengujian koefisien korelasi antara penjualan kredit dengan pendapatan penjualan perusahaan dengan uji F adalah :

1. $H_0 : r_{xy} = 0$ Tidak ada korelasi antara X dan Y

$H_1 : r_{xy} > 0$ Ada korelasi antara X dan Y

2. $\alpha = 0,05$

3. Daerah kritis dengan $\alpha = 0,05$ dan derajat bebas $F (k-1) \rightarrow v_1, (n-k) \rightarrow v_2$
 $= F_{0,05} (1, 3) = 10,13$ (lihat lampiran)

4. Pengujian dengan uji-F =

$$F = \frac{\sum (Y' - \bar{Y})^2}{k - 1} \div \frac{\sum (Y - Y')^2}{n - k}$$

$$F = \frac{921251,93}{1} \div \frac{17160,77}{3}$$

$$F = \frac{921251,93}{5720,26}$$

$$F = 161,05$$

Kesimpulan :

Dari hasil perhitungan kita dapatkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $161,05 > 10,13$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak yang berarti ada hubungan antara penjualan secara kredit (x) dan pendapatan (y).

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Dari hasil uraian dan pembahasan pada bab sebelumnya dari penulisan ini, penulis menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Prosentase penjualan kredit produk mobil pada PT. Bosowa Berlian Motor cabang Makassar terhadap total penjualan dalam kurun waktu 5 tahun prosentasesnya adalah sebesar 85,31 %.
2. Hasil analisa regresi linear sederhana yang digunakan sebagai alat dalam memecahkan persoalan menyangkut pengaruh penjualan kredit terhadap pendapatan diperoleh persamaan regresi $Y = 475,61 + 13,368 x$ dimana nilai parameter $a = 475,61$ dan nilai parameter $b = 13,368$. nilai parameter a menunjukkan bahwa apabila tidak terjadi penjualan kredit, maka pendapatan perusahaan sebesar Rp. 475,61 juta. Nilai parameter b menunjukkan bahwa setiap kenaikan /penurunan 1 unit penjualan kredit mobil mengakibatkan kenaikan/penurunan pendapatan sebesar Rp. 13,368 Juta.
3. Dari hasil perhitungan uji-t kita dapatkan bahwa $t_{hitung} > T_{0,05} (3)$ atau $12,173 > 2,353$ yang berarti bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Ini berarti ada hubungan nyata dan positif antara penjualan secara kredit dengan total pendapatan pada perusahaan.

4. Dari hasil perhitungan uji F kita dapatkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $161,05 > 10,13$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak yang berarti ada hubungan antara penjualan secara kredit (x) dan pendapatan (y).
5. Berdasarkan kesimpulan diatas maka Hipotesis yang telah diajukan penulis dapat diterima, dimana terdapat pengaruh positif antara penjualan kredit dengan pendapatan yang diperoleh perusahaan.

6.2 Saran

Setelah melihat dan mengetahui secara garis besar sistem Penjualan Kendaraan Secara Kredit PT. Bosowa Berlian Motor Makassar maka penulis menyarankan agar :

1. Perusahaan harus lebih meningkatkan lagi pelayanannya , khususnya yang menyangkut pelayanan penjualan tunai maupun kredit, seperti dalam hal kemudahan dalam pengurusan kelengkapan berkas dan prosedur yang harus dilalui oleh nasabah untuk mendapatkan kendaraan.
2. Perlunya pengawasan yang lebih terhadap pelanggan yang sering menunggak untuk menghindari pembengkakan piutang tak tertagi sehingga tujuan yang telah ditetapkan dapat dicapai.
3. Dalam rangka memelihara dan membina loyalitas serta memperoleh umpan balik dari pelanggan tentang pelayanan yang diberikan Oleh PT.Bosowa Berlian Motor khususnya penjualan secara kredit, maka dapat mengadakan kegiatan Customer Retention, misalnya seperti temu Pelanggan, pemilihan pelanggan pembayaran terbaik dan lain-lain.

Dengan melihat saran diatas maka tujuannya untuk mempertahankan prestasi yang selama ini dicapai mengingat persaingan didunia otomotif semakin pesat dan dibutuhkan strategi yang jitu untuk menandatangani pelanggan sebanyak mungkin.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Faisal, M. (2003). *Manajemen Perbankan*. Aditya Media. Yogyakarta.
- Fischer, Taylor, Leer. (1998). *Akuntansi Keuangan Lanjutan*. Edisi ketiga. Erlangga. Jakarta.
- Ikatan akuntansi Indonesia. (2004). *Standar Akuntansi Keuangan*. Salemba Empat. Jakarta
- Kasmir, (2004) .*Manajemen Perbankan*. PT. Citra Aditya Bakti. Bandung.
- _____. *Dasar-Dasar Perbankan*. PT. Citra Aditya Bakti. Bandung.
- Riyanto, Bambang (1991) *Dasar-Dasar Pembelian Perusahaan*, Edisi ketiga, Yayasan Badan Penerbit Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Ronald E . Walpole. (1992). *Pengantar Statistika*. Edisi ketiga. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Soemarso, S.R. (1999). *Akuntansi Suatu pengantar*. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Sutamto. (1997). *Tehnik Menjual Barang*. Edisi kelima. Erlangga. Jakarta
- Swasta, Basu, (1999). *Manajemen Penjualan* . Cetakan keempat. BPFE - Yogyakarta. Yogyakarta.
- Winardi (1991). *Pengantar Manajemen Penjualan*. PT. Citra Aditya Bakti Bandung.
- Winarto, Sigit . Ismaya, Sujana (2003). *Kamus Besar Ekonomi*. Pustaka Grafika. Bandung.
- Yunus, Hadori. Harnanto . (1989) *Akuntansi Keuangan Lanjutan*. Edisi pertama, BPFE. Yogyakarta

X	Y
380	5554,622
455	6587,640
366	5418,200
408	5817,375
428	6231,250

SUMMARY OUTPUT

Regression Statistics	
Multiple R	0,991
R Square	0,982
Adjusted R Square	0,976
Standard Error	75,632
Observations	5

ANOVA

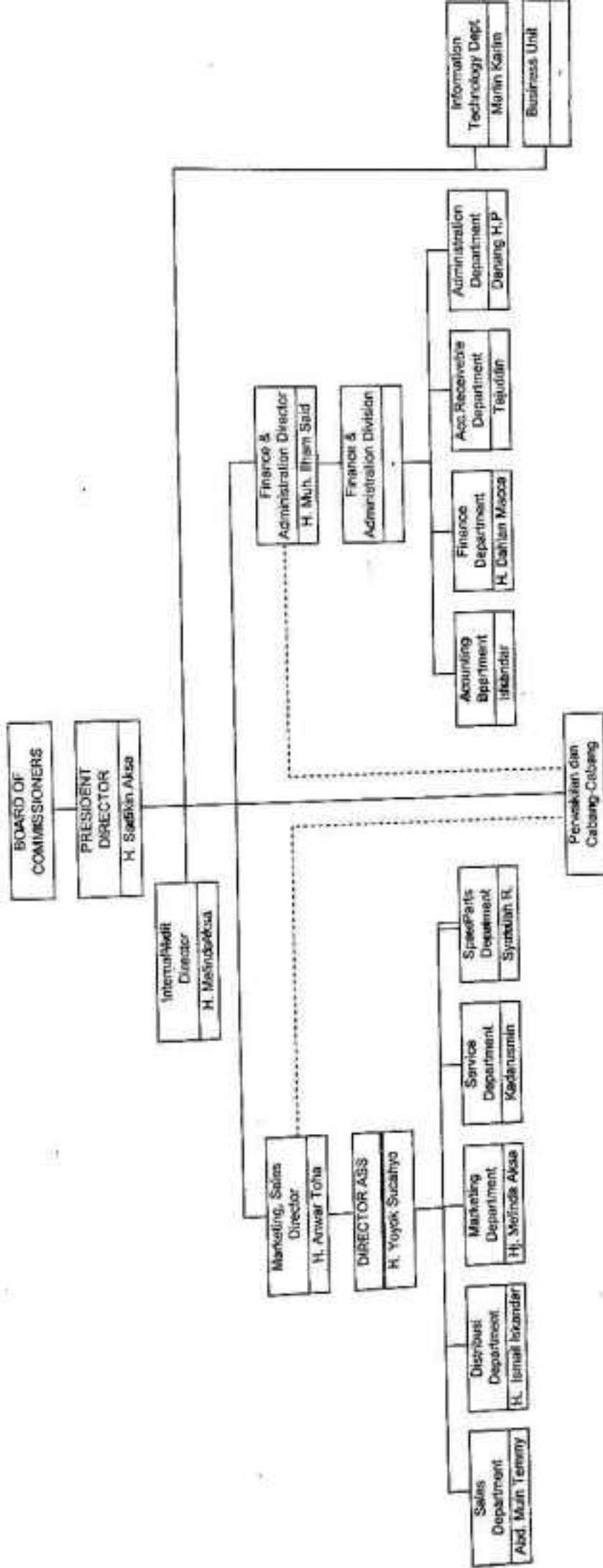
	df	SS	MS	F	Significance F
Regression	1	921278,697	921278,697	161,056	0,001055317
Residual	3	17160,734	5720,245		
Total	4	938439,431			

	Coefficients	Standard Error	t Stat	P-value	Lower 95%	Upper 95%	Lower 95,0%	Upper 95,0%
Intercept	475,6149675	430,4773817	1,104854772	0,349876	-894,3561217	1845,586057	-894,3561217	1845,586057
X	13,36819448	1,053378719	12,69077706	0,001055	10,01587327	16,7205157	10,01587327	16,7205157

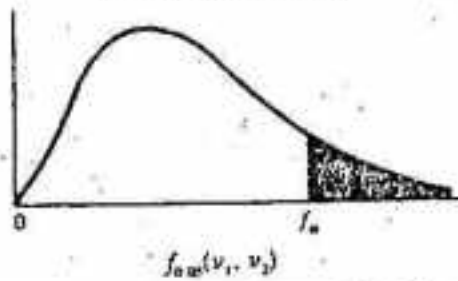


PT. BOSOWAN BERLINA MOTOR

ORGANIZATION CHART



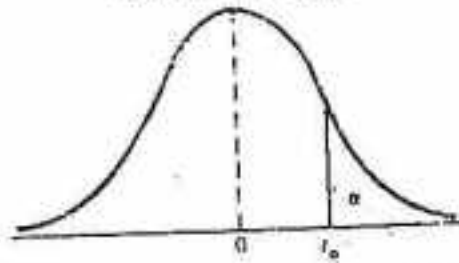
TABEL A.7
 Nilai Kritis Sebaran F



v_2	v_1								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	161.4	199.5	215.7	224.6	230.2	234.0	236.8	238.9	240.5
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96
∞	3.84	3.00	2.60	2.37	2.21	2.10	2.01	1.94	1.88

*Direproduksi dari Tabel 18 *Biometrika Tables for Statisticians*, Vol. 1, dengan izin dari E. S. Pearson dan Biometrika Trustees.

Nilai Kritis Sebaran t



ν	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005
1	3.078	6.314	12.706	31.821	63.657
2	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925
3	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841
4	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604
5	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032
6	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707
7	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499
8	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355
9	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250
10	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169
11	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106
12	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055
13	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012
14	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977
15	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947
16	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921
17	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898
18	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878
19	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861
20	1.325	1.725	2.086	2.528	2.845
21	1.323	1.721	2.080	2.518	2.831
22	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819
23	1.319	1.714	2.069	2.500	2.807
24	1.318	1.711	2.064	2.492	2.797
25	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787
26	1.315	1.706	2.056	2.479	2.779
27	1.314	1.703	2.052	2.473	2.771
28	1.313	1.701	2.048	2.467	2.763
29	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756
inf.	1.282	1.645	1.960	2.326	2.576

*Tabel diambil dari Tabel IV R. A. Fisher. *Statistical Methods for Research Workers*. Oliver & Boyd Ltd., Edinburgh, dengan izin pengarang dan penerbit.