



**SISTEM PEGADAIAN DALAM PRAKTEK PEMASARAN JASA
PADA PERUM PEGADAIAN CABANG UJUNG PANDANG**



PERPUSTAKAAN PERUM PEGADAIAN HASANUDDIN	
Tgl. Pengantar	4 - 3 - 96
Fak. / Jurusan	Ekonomi
Paralel	1
Dasar	Marketing
No. Inventaris	96.14.03-034
No. R. as	

OLEH

MARDIA HAYATI

92 01 819

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS HASANUDDIN
UJUNG PANDANG

1995

SISTEM PEGADAIAN DALAM PRAKTEK PEMASARAN JASA
PADA PERUM PEGADAIAN CABANG UJUNG PANDANG

O L E H

MARDIA HAYATI

NO. MAHASISWA: 92 01 819

SKRIPSI SARJANA LENGKAP UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN
SYARAT GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN PADA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS HASANUDDIN
UJUNG PANDANG

Disetujui Oleh

PEMBIMBING I



(H.M. SUJUTI JAHJA, SE.MM)

NIP. 130 288 813

PEMBIMBING II



(E.E. KUMENDONG, SE.MSi)

NIP. 130 878 516

KATA PENGANTAR

BISMILLAHIR RAHMANIR RAHIM

Dengan memanjatkan puji syukur ke hadirat Allah SWT, atas berkat petunjuk, rahmat dan limpahan karuaninya, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin Ujung Pandang.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan, sehingga hasilnya masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini tidak terletak dari keterbatasan kemampuan penulis, dan hambatan-hambatan dalam memperoleh data serta informasi yang dibutuhkan.

Untuk itu melalui kesempatan ini, penulis menghaturkan terima kasih dan sembah sujudku kepada kedua orangtua penulis, DRS.Daud Limbugau, SU dan Ibunda Attaya yang telah melahirkan, membesarkan dan mendidik penulis.

Selanjutnya penulis menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya dan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Sujuti Jahja, SE.SU selaku konsultan I dan Bapak E.E. Kumendong, SE, MSi selaku konsultan II yang telah banyak meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan petunjuk sampai pada tahap penyelesaian skripsi ini.

2. Ketua dan Sekertaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin.
3. Staf Dosen pengasuh dan staf Tata Usaha pada Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin.
4. Perum Pegadaian Cabang Ujung Pandang, yang telah bersedia memberikan kesempatan dan kelonggaran untuk menyelesaikan skripsi ini di mana penulis saat ini berkarya.
5. Adik-adik penulis yang telah banyak membantu baik moril maupun materil dalam menyelesaikan perkuliahan.
6. Juga pada semua pihak yang membantu penulis yang tidak sempat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT, memberikan Ridho dan balasan yang setimpal atas budi baik tersebut.

Pada akhirnya kepada Allah SWT jualah kami menyerahkan diri dan memanjatkan do'a semoga kita semua diberikan limpahan karunia dan rahmatNya amien.

Ujung Pandang, 1995

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	4
1.2. Masalah Pokok	4
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penulisan	4
1.4. Hipotesis Kerja	5
BAB II. METODOLOGI	6
2.1. Metode Penelitian	6
2.2. Daerah Penelitian	6
2.3. Jenis dan Sumber Data	6
2.4. Metode Analisis	7
2.5. Sistematika Pembahasan	9
BAB III. LANDASAN TEORI	10
3.1. Pengertian Sistem	10
3.2. Pengertian Pemasaran	12
3.3. Fungsi Pemasaran	16
3.4. Marketing Mix dan Produk	22
3.5. Jasa Sebagai Produk Pemasaran	29

BAB	IV. GAMBARAN UMUM PERUM PEGADAIAN	34
	4.1. Sejarah berdirinya Perum Pegadaian	34
	4.2. Struktur Organisasi Perum Pegadian	39
BAB	V. SISTEM PEGADIAN DALAM PRAKTEK PEMASARAN JASA PADA PERUM PEGADIAN CABANG UJUNG PANDANG	47
	5.1. Sistem Pegadian dalam Praktek Pemasaran Jasa	47
	5.2. Perhitungan Empirik Pengaruh Jumlah Pinjaman, Penyaluran Kredit Serta Biaya Asuransi	62
	5.3. Uji Statistik Uji t	67
	5.4. Analisis Koefisien Determinasi Parsial	70
	5.5. Koefisien Korelasi	71
	5.6. Koefisien Determinasi	71
	5.7. Penyesuaian Koefisien Determinasi.	71
	5.8. Uji Stastistik Uji F	71
	5.9. Analisis Perkembangan Penjualan ..	73
BAB	VI. SIMPULAN DAN SARAN	78
	6.1. Simpulan	78
	6.2. Saran-Saran	79
	DAFTAR PUSTAKA	81

DAFTAR TABEL



Halaman

1. Penggolongan Uang Pinjaman	49
2. Penggolongan Warna Berdasarkan Bulan	51
3. Penggolongan Kredit Gadai Dan Besarnya Pinjaman	63
4. Perkembangan Nilai Penyaluran Kredit Biaya Asuransi Pada Perum Pegadaian 1990 - 1994	64
5. Perhitungan Data Penelitian 1990 1994	65
6. Perhitungan Komputer Untuk Koefisien Regresi Pengaruh Besarnya Pinjaman dan Biaya Asuransi Terhadap Penyaluran Kredit 1990 - 1994	66
7. Trend Penjualan Produk Jasa Pada Perum Pegadaian Cabang Ujung Pandang 1990 - 1994	75
8. Estimasi Jumlah Penjualan	77

BAB I

P E N D A H U L U A N

1.1. Latar Balakang

Di dalam memasuki pembangunan jangka panjang pandang ke-II landasan ekonomi semakin berkembang dengan pesat. Namun disisi lain kita dituntut harus mengentas masyarakat miskin sesuai dengan program pemerintah.

Demikian pula dengan adanya Perum Pegadaian dalam hal mengentas kemiskinan benar-benar mempunyai potensi yang sangat penting artinya terutama bagi masyarakat ekonomi lemah yang masih banyak minta uluran tangan dari Pegadaian dalam hal membantu memberikan kredit.

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

Pemanfaatan jasa Pagadaian sebagai lembaga Pembiayaan bagi para pengusaha kecil adalah merupakan suatu gagasan yang sangat baik.

Dengan demikian diharapkan agar Pegadaian dapat lebih dimasyarakatkan di samping jumlahnyaupun diperbanyak. Usaha

untuk mempromosikan Pegadaian sebagai lembaga keuangan yang dapat dimanfaatkan secara finansial, menunjang usaha masyarakat golongan ekonomi lemah. Ini perlu ditopang dengan usaha menggalakkan kebiasaan menabung dalam bentuk barang berharga, Dengan demikian apabila suatu ketika diperlukan dan mendesak, barang berharga tersebut dapat dijadikan jaminan.

Untuk dapat berkiprah sebagai suatu lembaga yang menjadi sumber pembiayaan bagi usaha masyarakat khususnya dari golongan menengah ke bawah, nampaknya Pegadaian masih lebih menganeka ragamkan produknya dan membenahi bidang pemasarannya. Pemberian peluang dan kesempatan bagi golongan masyarakat berpenghasilan rendah, termasuk pengusaha golongan ekonomi lemah antara lain diwujudkan dalam program-program penyediaan kredit, seperti kredit Bimas, Kredit Investasi Kecil (KIK) dan Kredit Canda Kulak (KCK) serta melalui lembaga-lembaga perkreditan memegang peranannya. Selain itu Pegadaian memberikan kemudahan sebagai satu-satunya lembaga pemerintah yang memberikan pinjaman dengan jaminan barang bergerak. Barang bergerak dapat digadaikan untuk memnuhi kebutuhan dana masyarakat. Kredit yang disalurkan oleh Pegadaian tidak saja meningkat secara relatif dari tahun ke tahun, namun jumlah masyarakat yang dilayani semakin bertambah untuk masing-masing sektor pengguna jasa. Untuk memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat, baik dari segi kualitas mau-

pun kuantitas pelayanana yang semakin meningkat, manajemen telah mengambil kebijaksanaan yang strategi seperti membuka cabang-cabang baru yang potensial di daerah perkotaan termasuk di kawasan Indonesia Bagian Timur. Dengan membuka cabang-cabang baru diharapkan agar kebutuhan dana masyarakat dapat lebih cepat teratasi.

Hingga akhir Juli 1994 banyaknya kantor Pegadian di saluran Indonesia berjumlah 568 cabang, dengan komposisi 58 Cabang (10,21 %) berada di kota Propinsi dan 225 Cabang (39,61%) berada di kota Kabupaten, sisanya di kota Kecamatan sebanyak 285 Cabang (50,18%). Sesuai dengan sifat usaha Pegadian sampai sekarang belum dimungkinkan pemberian kredit atas dasar kelayakan usaha, kredit atas dasar kepercayaan ataupun sertifikat tanah. Usaha ke arah tersebut sedang dirintis untuk mendapatkan persetujuan departemen keuangan.

Bertitik tolak dari data tersebut di atas maka dalam pembahasan dari karya ilmiah penulis akan mencoba menguraikan tentang sistem pegadaian dalam praktek pemasaran jasa dari perusahaan ini. Adapun produk yang dipasarkan pada Perum Pegadaian yang penulis maksud adalah: kredit gadai yaitu dengan memproduktifkan barang berharga, jasa titipan yaitu jika kita mendapat kesulitan dalam pengamanan di rumah sendiri, maka percayakan saja Pegadaian. Jasa taksiran yaitu untuk mengetahui apakah perhiasan itu benar-benar emas atau berlian.

1.2. Masalah Pokok Penelitian

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

1. Bagaimana menetapkan prosedur dan pelayanan jasa yang tepat sehingga mempunyai pengaruh terhadap volume penjualan jasa.
2. Bagaimana menetapkan sistem pegadaian dalam praktek pemasaran jasa yang tepat dan sesuai sehingga mampu mempertahankan dan meningkatkan volume penjualan pada Perum Pegadaian Cabang Ujung Pandang.

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penulisan

1.3.1. Tujuan Penulisan

1. Untuk mengetahui bagaimana sistem pegadaian dalam praktek pemasaran jasa yang diterapkan Perum Pegadaian Cabang Ujung Pandang.
2. Untuk memenuhi salah satu syarat guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin Ujung Pandang.

1.3.2. Kegunaan Penulisan

1. Bagi perusahaan, sebagai bahan masukan untuk perusahaan dalam menerapkan sistem pegadian dalam pemasaran jasa.
2. Bagi penulis, sebagai latihan dalam menganalisa dan memecahkan masalah secara

ilmiah yang kelak akan dijumlah dimasa yang akan datang.

3. Bagi pembaca, sebagai bahan perbandingan bagi pihak-pihak yang ingin melakukan penelitian lanjut.

1.4. Hipotesis Kerja

Untuk lebih memudahkan dan mengarahkan penulis dalam pembahasan masalah pokok, maka dikemukakan hipotesis kerja sebagai berikut:

1. Diduga bahwa dengan sistem pemasaran pelayanan jasa yang tepat dan sesuai dengan prosedur, maka perusahaan dapat menarik nasabah lebih banyak dan meningkat profitabilitas perusahaan.
2. Diduga pula bahwa perusahaan dapat memilih dan mengembangkan serta menetapkan sistem pemasaran pelayanan jasa yang dapat memnuhi kebutuhan pemakai jasa pegadian.

BAB II M E T O D O L O G I

2.1. Metode Penelitian

Dalam pembahasan masalah yang penulis kemukakan penulis akan mengumpulkan data yang relevan dengan permasalahan. Untuk itu akan dilakukan dua macam penelitian yakni:

1. Penelitian Lapangan (field research)

Yaitu penelitian yang secara langsung dilakukan terhadap "Perum Pegadaian" Cabang Ujung Pandang. Baik melalui pengamatan ataupun dengan melakukan wawancara terhadap pimpinan Cabang serta pihak-pihak yang berkompeten.

2. Penelitian Keputakaan (library research)

Yaitu penelitian melalui buku-buku, majalah-majalah, surat kabar dan tulisan-tulisan lain yang relevan dengan masalah.

2.2. Daerah Penelitian

Daerah atau lokasi penelitian adalah Kotamadya Ujung Pandang Propinsi Sulawesi Selatan.

2.3. Jenis dan Sumber Data

Adapun data yang penulis peroleh untuk dijadikan sebagai bahan penulisan skripsi ini, di mana jenis dan sumber datanya adalah sebagai berikut:

2.3.1. Jenis Data

1. Data Kuantitatif

Yaitu data yang penulis peroleh yang berbentuk angka-angka.

2. Data Kualitatif

Yaitu data yang penulis peroleh yang berbentuk informasi secara lisan dan tulisan.

2.3.2. Sumber Data

1. Data Primer

Yaitu data yang diperoleh melalui pengamatan dan wawancara langsung dengan pimpinan Cabang serta pihak-pihak yang berkompeten.

2. Data Sekunder

Yaitu data yang diperoleh melalui dokumentasi dan bahan-bahan laporan yang erat hubungannya dengan masalah yang diteliti.

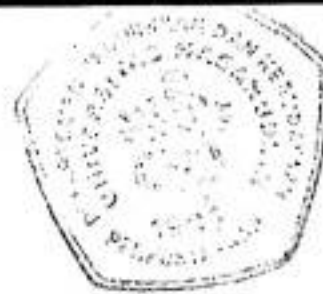
2.4. Metode Analisis

Perlatan analisa yang penulis gunakan untuk membahas skripsi ini adalah:

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

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

$$Y = b_0 + b_1 + b_2 X_2 \text{ (Ronald E.Walpole, Edisi ke-3),}$$



tahun 1988: 364).

Dimana:

Y = Trend yang ditaksir

b = Pertambahan dan penurunan penyaluran kredit

X₁ = Penyaluran kredit

X₂ = Biaya pemeliharaan (biaya asuransi)

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

$$tb_1 = \frac{b_1}{Sb_1}$$

$$tb_2 = \frac{b_2}{Sb_2}$$

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

Dimana:

Y = Nilai trend yang ditakdir

X = Periode tahunan

a = Nilai trend penyaluran kredit pada tahun dasar

b = Pertimbangan/penurunan penyaluran kredit

2. Analisis Kualitatif, yaitu berdasarkan analisis kuantitatif tersebut di atas, maka selanjutnya dianalisa

secara kualitatif yakni melihat perkembangan penjualan produk jasa layanan sebagai akibat adanya sistem pemasaran jasa yang sesuai dengan sistem perusahaan.

2.5. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pembahasan dan penulisan skripsi ini dipakai sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab pertama, merupakan bab pendahuluan yang berisi latar belakang, masalah pokok penelitian, tujuan dan kegunaan penulisan, serta hipotesis kerja.

Bab kedua, mengemukakan tentang metodologi penelitian yang terdiri dari metode penelitian, daerah penelitian, jenis dan sumber data, metode analisis dan sistematika penulisan.

Bab ketiga, menguraikan tentang landasan teori yaitu pengertian sistem, pengertian pemasaran, fungsi pemasaran, marketing mix dan produk dan jasa sebagai produk pemasaran.

Bab keempat, menyangkut tentang uraian gambaran umum perusahaan yang meliputi sejarah berdirinya Perum Pegadaian, dan struktur organisasi Perum Pegadaian.

Bab kelima, membahas tentang sistem pegadian dalam praktek pemasaran jasa pada Perum Pegadaian Cabang Ujung Pandang, perhitungan empirik pengaruh jumlah pinjaman, penyaluran kredit dan biaya asuransi.

Bab keenam, merupakan bab penutup yang berisi simpulan dan saran-saran.

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1. Pengertian Sistem

Pendekatan sistem memberikan banyak manfaat dalam memahami lingkungan kita. Pendekatan sistem berusaha menjelaskan sesuatu menemukan struktur elemen yang membentuk sistem tersebut. Dengan memahami struktur sistem dan proses sistem, seseorang akan dapat menjelaskan mengapa tujuan suatu sistem tidak tercapai. Sebagai contoh seorang Dokter ahli telinga, hidung dan tenggorokan yang memahami dengan baik struktur sistem pernafasan dan proses sistem tersebut, akan dengan mudah mengidentifikasi penyakit pasiennya yang mengalami kesulitan bernafas.

Untuk mempertahankan eksistensinya dan untuk mencapai tujuan-tujuan khususnya, setiap organ hidup memerlukan penyediaan informasi mengenai makanan dan minuman. Jika kita makan nasi, sebenarnya yang terjadi adalah syaraf sensoris yang terletak ke otak bahwa ada makanan yang cocok untuk sistem pencernaan kita.

Otak kemudian mengolah informasi tersebut sehingga di rasa kenyang di perut. Jika kita biasa makan nasi, kemudian kita makan roti, informasi mengenai roti ini jika dikirimkan ke otak, maka hasil pengolahan informasi di otak kadang-kadang menghasilkan informasi rasa lapar yang tidak terobati. Untuk mempertahankan kelangsungan hidup organisasi buatan manusia, informasi juga merupakan kebutuhan pokok.

Dari uraian di atas maka Mulyadi mengambil kesimpulan yang merupakan definisi umum mengenai sistem adalah:

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

Selanjutnya setelah kita memahami pengertian sistem secara umum, kemudian Mulyadi memberi definisi sistem akuntansi yaitu:

"Sistem akuntansi adalah organisasi formulir, catatan, dan laporan yang dikoordinasi sedemikian rupa untuk menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh manajemen guna memudahkan pengelolaan perusahaan." (Mulyadi, 1989:6).

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

PERBEDAAN PENGERTIAN SISTEM DAN PROSEDUR

Diatas telah dikemukakan definisi sistem secara umum dan definisi sistem akuntansi. Dalam definisi sistem akuntansi, formulir merupakan salah satu elemen sistem akuntansi. Formulir ini merupakan keluaran sistem lain menjadi masukan sistem akuntansi.

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

formulir yang diolah dalam sistem akuntansi.

Menurut Mulyadi definisi sistem dan prosedur adalah:

"Sistem adalah suatu jaringan prosedur yang dibuat menurut pola yang terpadu untuk melaksanakan kegiatan pokok perusahaan."

"Prosedur adalah suatu urutan kegiatan klerikal, biasanya melibatkan beberapa orang dalam satu departemen atau lebih, yang dibuat untuk menjamin penanganan secara seragam transaksi perusahaan yang terjadi berulang-ulang." (Mulyadi, Edisi-2, 1989:8).

Dari definisi dapat diambil kesimpulan bahwa suatu sistem dari jaringan prosedur, sedangkan prosedur merupakan urutan kegiatan klerikal. Kegiatan klerikal (Clari-cal operation) terdiri dari kegiatan berikut ini yang dilakukan untuk mencatat informasi dalam formulir, buku jurnal, dan buku besar: menulis, menggandakan, menghitung, memberi kode, mendaftarkan, memilih (menyortasi), memindah dan membandingkan.

3.2. Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Arti pemasaran sering dikacaukan dengan pengertian-pengertian: (1) penjualan, (2) perdagangan dan (3) distribusi. Padahal istilah-istilah tersebut hanya merupakan satu bagian dari kegiatan pemasaran secara keseluruhan. Proses pemasaran itu dimulai jauh sebelum barang-barang diproduksi, dan tidak berakhir dengan penjualan. Kegiatan pemasaran perusahaan harus dapat juga

memberikan kepuasan kepada konsumen jika menginginkan usahanya berjalan terus, atau konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap perusahaan.

Sehingga sejak orang mengenal kegiatan pemasaran, telah banyak definisi-definisi pemasaran yang dikemukakan. Definisi-definisi tersebut mula-mula menitik beratkan pada barang, kemudian pada lembaga-lembaga yang diperlukan untuk melaksanakan proses penjualan, dan kemudian pada fungsi-fungsi yang dijalankan untuk memungkinkan dilakukannya transaksi-transaksi pemasaran.

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

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

Dari definisi di atas dapat diterangkan bahwa arti pemasaran adalah jauh lebih luas daripada dari penjualan. Pemasaran mencakup usaha perusahaan yang dimulai dengan mengidentifisir kebutuhan konsumen yang perlu dipuaskan, menentukan produk yang hendak diproduksi, menentukan harga produk yang sesuai, menentukan cara-cara promosi dan penyaluran/penjualan produk tersebut. Jadi kegiatan pemasaran adalah kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan sebagai suatu sistem.

Konsep pasar akhirnya membawa kita pada konsep pemasaran. Pemasaran mengandung arti kegiatan manusia yang berlangsung dalam hubungannya dengan pasar. Pemasaran berarti bekerja dengan pasar untuk mewujudkan pertukaran potensi dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Jadi definisi pemasaran adakah kegiatan manusia melalui proses pertukaran. (Philip Kotler, edisi ketiga, jilid 1, 1987:15).

Walaupun biasanya kita menganggap bahwa pemasaran dilakukan oleh "penjuala", akan tetapi pembeli juga melakukan kegiatan pemasaran. Para konsumen melakukan "pemasaran" tatkala mereka mencari barang yang dibutuhkan dengan harga yang mereka bersedia membayar.

Selanjutnya Alex S. Nitisemito mendefinisikan pemasaran sebagai berikut:

"Pemasaran adalah semua kegiatan yang bertujuan untuk memperlancar arus barang/jasa dari produsen ke konsumen secara paling efisien dengan maksud untuk menciptakan permintaan efektif." (Alex S. Nitisemito, Ghalia Indonesia, 1982:13).

Definisi di atas jelas bahwa kegiatan pemasaran bukan semata-mata kegiatan untuk menjual barang/jasa, sebab kegiatan sebelum dan sesudahnya juga merupakan suatu kegiatan pemasaran.

Kemudian E. Jeramo McCarthy dan William D.P. mendefinisikan pemasaran sebagai berikut:

"Pemasaran berarti sejumlah kegiatan yang dilakukan oleh organisasi dan sekaligus merupakan proses sosial." (E. Jerome McCarthy dan William D. Perreault, edisi kelima, 1993:5).

Dengan kata lain, pemasaran ada pada tingkat mikro dan makro. Kedua cakupan itu ialah pemasaran mikro dan pemasaran makro. Cakupan yang pertama mengkaji para pelanggan dan semua kegiatan organisasi yang melayani mereka. Cakupan kedua meninjau pemasaran dengan sudut pandang yang lebih luas dari sistem produksi distribusi secara keseluruhan.

Setelah kita melihat beberapa definisi pemasaran di atas, maka penulis ingin mengutip definisi pemasaran yang ditulis oleh Philip Kotler sebagai berikut:

"Manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian atas program yang dirancang untuk menciptakan, membentuk dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran (target buyers) dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasional." (Philip Kotler, edisi ketiga, jilid 1, 1987:16).

Kesan umum mengenai manajer pemasaran adalah seseorang yang tugas pokoknya adalah mendapatkan cukup pelanggan bagi hasil produksi perusahaan. Akan tetapi pandangan ini terlalu terbatas. Para manajer pemasaran tidak hanya berurusan dengan penciptaan dan perluasan permintaan tetapi juga dengan pendefinisian dan kadangkala pengurangan permintaan. Manajemen pemasaran berusaha untuk mempengaruhi tingkat, pemulihan waktu (timing) dan sifat permintaan sedemikian rupa sehingga membantu organisasi mencapai tujuan.

Pemasaran bukanlah kegiatan periklanan dan wiraniaga semata, melainkan sebagai sebuah proses yang menyeluruh untuk mencocokkan perusahaan dengan kesempatan pasarnya yang paling baik. Proses manajemen pemasaran didefinisi-

kan sebagai berikut:

"Proses manajemen pemasaran terdiri dari (1) mengorganisasi proses perencanaan pemasaran, (2) menganalisis kesempatan pasar, (3) memilih pasar sasaran, (4) mengembangkan marketing mix, (5) mengelola usaha pemasaran." (Philip Kotler, edisi ketiga, jilid1, 1987:46).

Proses untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi kesempatan pasar biasanya menghasilkan banyak gagasan baru. Seringkali tugas sesungguhnya perusahaan adalah untuk memilih gagasan terbaik, yaitu yang sesuai dengan sasaran dan sumber daya perusahaan.

Selanjutnya Peter Drucker, salah seorang ahli teori manajemen terkemuka, mengatakan sebagai berikut:

"Tujuan pemasaran adalah untuk membuat penjualan berlebihan. Tujuannya adalah untuk mengetahui dan memahami konsumen demikian baiknya sehingga produk atau jasa cocok bagi konsumen dan produk atau jasa itu terjual dengan sendirinya." (Philip Kotler, edisi ketiga, jilid 1, 1987:4).

Hal ini tidak berarti penjualan dan promosi itu tidak penting, tetapi keduanya adalah bagian dari "marketing mix" yang lebih besar atau bagian dari seperangkat alat-alat pemasaran yang harus dimainkan untuk mendapatkan dampak maksimum terhadap pasar.

3.3. Fungsi Pemasaran

Adapun fungsi pokok pemasaran adalah: (1) penjualan, (2) pembelian, (3) pengangkutan, (4) penyimpanan, (5) pembelanjaan, (6) penanggungan resiko, (7) standardisasi dan grading, dan (8) pengumpulan informasi pasar.

1. Penjualan

Penjualan ini merupakan fungsi yang paling penting dalam pemasaran karena menjadi tulang punggung kegiatan untuk mencapai pasar yang dituju. Fungsi penjualan juga merupakan sumber pendapatan yang diperlukan untuk menutup ongkos-ongkos dengan harapan bisa mendapatkan laba. Jika barang-barang itu diproduksi atau dibeli untuk dijual, maka harus diusahakan sejauh mungkin agar barang tersebut dapat terjual. Oleh karena itu perlu adanya berbagai macam cara untuk memajukan penjualan, seperti periklanan, peragaan, dan sebagainya.

2. Pembelian

Fungsi pembelian memilih barang-barang yang dibeli untuk dijual atau untuk digunakan dalam perusahaan dengan harga, pelayanan dari penjual dan kualitas produk tertentu. Fungsi pembelian ini sangat berat tugas-tugas terutama pada perusahaan-perusahaan yang menghasilkan barang-barang tertentu, seperti barang-barang yang sangat dipengaruhi oleh mode atau corak. Pembelian ini memerlukan keahlian dalam menganalisa pasar dan menentukan persediaan barang.

3. Pengangkutan

Pengangkutan merupakan fungsi pemindahan barang dari tempat barang dihasilkan ke tempat barang dikonsumsi. Pengangkutan yang baik memungkinkan perluasan pasar dan memungkinkan pula spesialisasi dalam industri yang akan

mengakibatkan produksi secara besar-besaran. Kemajuan dalam pengangkutan telah meningkatkan macam ragam barang yang tersedia untuk konsumsi, mengurangi biaya distribusi barang, dan mempercepat distribusi barang.

4. Penyimpangan

Penyimpangan merupakan fungsi menyimpang barang-barang pada saat selesai diproduksi sampai pada saat barang selesai diproduksi sampai pada saat barang dikonsumsi. Penyimpangan di sepanjang saluran distribusi dan di jalankan baik oleh produsen, penyalur, maupun oleh konsumen atau pembeli akhir. Adapun alasan-alasan untuk mengadakan penyimpanan tersebut, adalah:

- a. Produksi bersifat musiman, sedangkan konsumsi bersifat terus-menerus, misalnya: buah-buahaan, besar, dan sebagainya.
- b. Konsumsi bersifat musiman, sedangkan produksi terus menerus sepanjang tahun, misalnya: payung, jas hujan.
- c. Spekulasi, yaitu dengan membeli dan menimbun barang-barang untuk dijual pada waktu harga sudah naik.
- d. Menyetabilkan harga, yaitu dengan jalan membeli dan menimbun barang-barang pada waktu barang berlimpah-limpah sehingga harganya rendah. Kemudian menjualnya pada waktu terdapat kekurangan barang.
- e. Penyimpangan memungkinkan pembelian dalam jumlah besar, dan pembelian dalam jumlah besar memungkinkan untuk memperoleh potongan harga, biaya angkut per unit lebih

randah, mengatasi kemungkinan kelambatan penyerahan barang, dan untuk pengawetan atau pematangan (seperti pisang atau tembakau).

5. Pembelanjaan

Pembelanjaan adalah fungsi mendapatkan modal dari sumber ekstern guna menyelenggarakan kegiatan pemasaran. Sumber ekstern itu dapat berupa kredit dagang dari penjual dan pinjaman dari bank yang biasanya berupa pinjaman jangka pendek.

6. Penanggulangan Risiko

Penanggulangan risiko adalah fungsi menghindari dan mengurangi risiko yang berkaitan dengan pemasaran barang. Tiap-tiap perusahaan menghadapi macam-macam risiko, antara lain :

- a. Risiko yang ditimbulkan oleh alam, seperti: gempa bumi, angin puyuh, banjir.
- b. Risiko yang ditimbulkan oleh manusia, seperti: kebakaran, pencurian. tidak dibayarnya utang oleh pembeli.
- c. Risiko yang ditimbulkan oleh pasar, seperti: merosotnya harga penjualan. Sedangkan merosotnya harga jual dapat disebabkan oleh situasi pasar seperti perubahan kesukaan konsumen, adanya penemuan baru, persaingan kondisi perdagangan pada umumnya dan pengaruh musim.

Adapun cara-cara yang dapat ditempuh untuk mengurangi risiko, khususnya risiko kebakaran dan pencurian, ialah:

- a. Memperkecil jumlah persediaan barang.



b. Dengan mengusahakan fasilitas penyimpanan yang baik dan kuat.

c. Dengan mengasuransikan barang-barang yang disimpan.

Risiko terhadap tidak dibayarnya utang oleh pembeli dapat dijalankan dengan politik kredit dan politik penagihan yang efektif. Risiko penurunan harga dapat diatasi dengan memperkecil jumlah persediaan.

7. Standardisasi dan Grading

Standardisasi dan grading ini merupakan dua istilah yang agak berbeda meskipun ada juga persamaannya. Kedua istilah tersebut akan dibahas lebih lanjut berikut ini:

Standardisasi adalah penentuan batas-batas dasar dalam bentuk spesifikasi barang-barang hasil manufaktur, kadang-kadang juga disebut normalisasi. Adapun dasar penentuan standard untuk barang-barang hasil manufaktur adalah:

- Ukuran jumlah (rim untuk kertas)
- Ukuran kapasitas (1 liter untuk oli)
- Ukuran fisik (4 R untuk ban sepeda motor)
- Ukuran kekuatan (tenaga kuda untuk mesin dan motor)

Grading adalah usaha menggolong-golongkan barang ke dalam golongan standar kualitas yang telah mendapat pengakuan dunia perdagangan. Adapun cara penggolongan yang dapat dilakukan adalah:

- Memeriksa dan menyortir dengan panda indra
- Memeriksa dan menyortir dengan alat
- Memeriksa dan menyortir melalui contoh barang.

Bagi barang-barang hasil manufaktur grading tidaklah begitu penting, oleh karena barang-barang semacam itu dapat dihasilkan sesuai dengan spesialisasi standar.

B. Pengumpulan Informasi Pasar

Dalam fungsi ini termasuk pula pengumpulan dan penafsiran keterangan-keterangan tentang macam barang yang beredar di pasar, jumlahnya, macam barang yang dibutuhkan konsumen, harganya, dan sebagainya. Disamping itu dikumpulkan pula data tentang jumlah konsumen dan tempat tinggal mereka, daya beli konsumen dan kesukaan mereka.

Semua fungsi pemasaran ini tidak hanya dilakukan oleh produsen saja, tetapi penyalur/perantara juga melakukannya; bahkan konsumenpun ikut menjalankan fungsi pemasaran tersebut terutama fungsi pembelian. Adapun fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh masing-masing lembaga pemasaran.

Sebenarnya kedelapan macam fungsi pokok pemasaran tersebut dapat di masukkan ke dalam tiga macam fungsi:

- Fungsi pertukaran, meliputi: pembelian dan penjualan.
- Fungsi penyediaan fisik, meliputi: pengangkutan dan penyimpanan.
- Fungsi penunjang, meliputi: pembelanjaan, penanggungan risiko, standardisasi dan grading, serta pengumpulan informasi pasar.

3.4. Marketing Mix dan Produk

Jika sasaran sudah ditentukan melalui riset pemcasaran, maka memasuki harus membuat suatu rencana yang baik untuk memasuki segmen pasar yang dipilih. Keputusan-keputusan dalam pemasaran dapat dikelompokkan ke dalam empat strategi, yaitu: strategi produk, strategi promosi. Kombinasi dari keempat strategi tersebut akan membentuk marketing mix. Menurut Basu Swata dan Ibnu Suketjo definisi marketing mix adalah:

"Marketing mis adalah kombinasi dari empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan, yakni: produk, struktur harga, kegiatan promosi, dan sistem distribusi." (Basu Swata dan Ibnu Suketji, edisi revisi, 1982:164).

Marketing mix tersebut merupakan satu perangkat yang akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran bagi perusahaan; dan semua ini ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada segmen pasar atau konsumen yang dipilih.

Selanjutnya Philip Kotler mendefinikan marketing mix sebagai berikut:

"Marketing mix adalah perangkat variabel-variabel pemasaran terkontrol yang perusahaan gabungan untuk menghasilkan tanggapan yang diinginkannya dalam pasar sasaran." (Philip Kotler, edisi ke-3, jilid 1, 1987:63).

Marketing mix terdiri dari segala sesuatu hal yang dapat perusahaan lakukan untuk mempengaruhi permintaan akan poduknya. Kemungkinan-kemungkinan yang banyak itu dapat dikelompokkan ke dalam empat kelompok variabel yang dikenal "4P" yaitu:

Produk (product) merupakan kombinasi "barang dan jasa" yang perusahaan tawarkan pada pasar sasaran.

Harga (price) merupakan jumlah uang yang harus konsumen bayarkan untuk mendapatkan produk tersebut. Misalnya Helena Curtis menetapkan harga eceran dan harga grosir, potongan harga, kelonggaran dan persyaratan kredit.

Tempat (place) menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menjadikan produk dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen sasaran.

Promosi (promotion) merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya dan untuk meyakinkan konsumen sasaran (target consumer) agar membelinya.

Merancang marketing mix menyangkut dua keputusan penganggaran (budgeting). Pertama, perusahaan harus memutuskan jumlah keseluruhan yang hendak dikeluarkan untuk membiayai usaha pemasaran (keputusan pengeluaran pemasaran).

Kedua, perusahaan harus mengalokasikan anggaran pemasaran total pada sarana marketing mix.

Setelah kita melihat uraian tentang marketing mix di atas, maka akan penulis uraikan beberapa pengertian tentang produk.

Istilah produk (product), mempunyai aneka macam arti dan makna. Menurut Philip Kotler mengartikan produk adalah:

"Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan pada suatu pasar untuk mendapatkan perhatian, untuk

dimiliki, penggunaan, ataupun konsumsi yang bisa memuaskan keinginan atau kebutuhan." (Philip Kotler, edisi ketiga, jilid I, 1987:7).

Konsep produk tidak terbatas pada benda-benda fisik saja. Segala sesuatu, apa saja yang berkemampuan untuk manusia, tempat, organisasi, kegiatan dan gagasan, di samping barang dan jasa. Seorang konsumen memutuskan hiburan apa yang akan ditontonnya di layar televisi, memilih tempat liburan, organisasi mana yang akan disumbang dan gagasan apa yang akan didukung. Dari sudut pandangan konsumen, semuanya ini adalah pilihan atas produk. Istilah produk nampaknya kurang lazim dalam saat-saat tertentu dan karena itu kita dapat menggantikannya dengan istilah pemuas (satisfier), sumber daya (resource), atau tawaran (offer). Semua istilah ini menggambarkan suatu nilai bagi seseorang.

Menurut Basu Swastha dan Ibnu Suketjo mendefinisikan barang/produk sebagai berikut:

"Barang/produk adalah suatu sifat yang kompleks baik dapat diriba maupun tidak dapat diriba, termasuk bungkus, warna, harga, prestise perusahaan dan penerima, pelayanan perusahaan dan pengecer, yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan atau kebutuhannya." (Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo, edisi revisi, 1982:165).

Dalam hal ini, konsumen membeli sekumpulan sifat fisik dan kimia sebagai alat pemuas kebutuhan. Setiap kombinasi dari sifat-sifat tersebut merupakan produk tersendiri sebab setiap kombinasi akan memberikan kepuasan yang berbeda-beda.

Penggolongan barang menurut tingkat pemakaiannya.

Penggolongan ini menunjukkan berapa kali sebuah barang dapat digunakan, apakah sekali, dua kali, atau berapa kali, atau sekain banyak kali. Selain itu penggolongan tersebut juga menunjukkan kekonkret tidaknya suatu barang sehingga barang-barang dibagi ke dalam:

1. Barang tahan lama

Barang tahan lama (durable goods) adalah barang-barang yang secara normal dapat dipakai berkali-kali; jadi dapat untuk jangka waktu yang relatif lama. Misalnya: pakaian, mesin tulis, kacamata, penggaris dan sebagainya.

2. Barang tidak tahan lama

Barang tidak tahan lama (nondurable goods) adalah barang-barang yang secara normal hanya dapat dipakai satu kali atau beberapa kali atau beberapa kali saja, artinya sekali barang itu dipakai akan habis, rusak, atau tidak dapat dipakai lagi. Termasuk ke dalam golongan barang ini antara lain: bahan baku, sabun, makanan, dan sebagainya.

3. Service/jasa

Jasa adalah kegiatan, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dikual. Misalnya: jasa reparasi, jasa potong rambut, jasa pendidikan, dan sebagainya. Menurut penggolongan ini, jasa termasuk sebagai barang yang tidak konkret atau tidak kentara, sedangkan barang tahan lama dan barang tidak tahan lama dimasukkan sebagai barang konkret atau barang kentara.

Penggolongan barang menurut tujuan pemakaiannya

Penggolongan barang menurut tujuan pemakaiannya oleh sipemakai ini banyak digunakan karena sangat praktis. Dalam hal ini barang dapat digolongkan ke dalam golongan, yaitu:

1. Barang Konsumsi

Barang konsumsi adalah barang yang dibeli untuk dikonsumsi. Jadi pembelinya adalah pembeli/konsumen akhir, bukan pemakai industri karena barang-barang tersebut tidak diproses lagi, melainkan dipakai sendiri. Berdasarkan kebiasaan membeli dari konsumen, barang konsumen di kelompokkan lagi menjadi tiga golongan yaitu:

- Barang konvenien

Barang konvenien (convenience goods) adalah barang yang mudah dipakai, misalnya dapat disembang tempat, dan pada setiap waktu. Misalnya rokok, sabun dan sebagainya.

- Barang shopping

Barang shopping (shopping goods) adalah barang yang harus dibeli dengan mencari dahulu dan di dalam membelinya harus dipertimbangkan masak-masak, misalnya dengan membanding-bandingkan mutu, harga, kemasan, dan sebagainya. Termasuk ke dalam barang shopping ini antara lain: tekstil, perabot rumah tangga, dan sebagainya.

- Barang spesial

Barang spesial (specialty goods) adalah barang yang mempunyai ciri khas, dan hanya dapat dibeli di tempat ter-

tentu saja. Biasanya barang special ini mempunyai ciri khusus, harganya relatif mahal, dan jarang dibeli. Termasuk golongan ini antara lain: barang antik di toko seni tertentu, perhiasan di toko mas, pakaian wanita di rumah mode tertentu, dan sebagainya.

2. Barang industri

Barang industri adalah barang-barang yang dibeli untuk diproses lagi atau untuk kepentingan dalam industri baik secara langsung atau tidak langsung dipakai proses produksi. Barang industri ini mempunyai permintaan yang diturunkan oleh permintaan dari barang lain. Misalnya dalam industri baja; hampir semua produk dari baja digunakan untuk memproduksi barang lain. Barang industri tersebut masih dapat dibedakan lagi menjadi lima golongan yaitu:

- Bahan baku

bahan baku ini merupakan bahan pokok untuk membuat barang lain. Misalnya: kapas untuk membuat barang, jerami untuk membuat kertas, minyak bumi untuk membuat bensin, dan sebagainya.

- Komponen dan barang setengah jadi

merupakan barang-barang yang sudah masuk dalam proses produksi dan perlukan untuk melengkapi produk akhir. Misalnya: benang untuk membuat tekstil, onderdil-onderdil mobil dan sebagainya.

- **Perlengkapan operasi**

Perlengkapan operasi (operating supplies) adalah barang-barang yang dapat digunakan untuk membantuk lancarnya proses produksi maupun kegiatan-kegiatan lain di dalam perusahaan, Misalnya: minyak pelumas untuk mesin-mesin, kertas dan pensil untuk membuat catatan, dan lain-lain.

- **Instalasi**

yaitu alat produksi utama dalam sebuah pabrik/perusahaan yang dapat di pakai untuk jangka waktu lama.

Contoh: mesin penggiling gabah pada perusahaan penggilingan gabah, mesin tenun pada perusahaan tekstil, mesin cetak pada perusahaan percetakan, dan sebagainya.

- **Peralatan ekstra**

Peralatan ekstra (accessory equipment) yaitu alat-alat yang dipakai untuk membantu instalasi, seperti alat angkut dalam pabrik (truk pengangkut barang/fceeklift), berobak, dan sebagainya.

Keputusan Produk Mix

Suatu perusahaan dengan beberapa jalur produk mempunyai suatu produk mix. Menurut Philip Kotler mendefinisikan produk mix sebagai berikut:

"Product mix (product assertment) adalah himpunan dari keseluruhan jalur produk dan produk yang ditawarkan oleh seorang penjual tertentu untuk dijual pada pembeli." (Philip Kotler, edisi ketiga, jilid 1, 1987:477).

Strategi produk merupakan sebuah pokok persoalan yang berdimensi banyak serta rumit. Strategi memerlukan keputusan-

keputusan tentang product mix (ramuan produk), jalur produk (lini produk), pemberian merek, pengemasan, dan strategi pelayanan (jasa). Keputusan-keputusan itu harus diambil bukan saja dengan suatu pemahaman yang bulat mengenai keinginan-keinginan konsumen dan strategi-strategi para pesaing, tetapi juga dengan perhatian yang semakin besar terhadap perkembangan kebijaksanaan publik yang mempengaruhi keputusan-keputusan mengenai produk.

3.5. Jasa Sebagai Produk Pemasaran

Keterlibatan antara produk manufacturing dan jasa cukup erat, tidak berarti bahwa aspek jasa selamanya berfungsi sebagai pelengkap aspek manufacturing. Memang produk jasa-jasa tertentu, seperti pelayanan penjualan produk konsumen, benar-benar berfungsi sebagai pelengkap untuk meningkatkan penjualan produk fisik. Akan tetapi banyak produk jasa murni ataupun produk jasa yang bahkan perlu ditunjang oleh produk jasa yang bahkan perlu ditunjang oleh produk fisik atau perangkat keras teknologi tertentu, seperti pengangkutan penerbangan.

Menurut William J. Stanton mendefinisikan jasa sebagai berikut:

"Jasa adalah kegiatan yang dapat didefinisikan secara tersendiri, yang pada hakekatnya bersifat tak teraba (intangible), yang merupakan pemenuhan kebutuhan, dan tidak harus terikat pada penjualan produk atau jasa lain. Untuk menghasilkan jasa mungkin perlu atau mungkin pula tidak diperlukan penggunaan benda nyata (tangible). Akan tetapi, sekalipun penggunaan benda itu perlu, namun tidak terdapat adanya pemindahan hak milik atas benda tersebut (pemilik

permanent)." (William J. Stanton, edisi ketujuh, jilid 2, 1993).

Untuk membatasi kemungkinan kekaburan, maka kita akan membahas definisi tersebut di atas sebagai berikut:

- Kita memasukkan kegiatan seperti pelayanan kesehatan, hiburan dan jasa reparasi (tak termasuk obat serta suku cadang yang dibeli).
- Kami keluarkan jasa kredit, penganataran barang, serta jasa-jasa lain yang ada jika terjadi penjualan barang atau jasa lain.
- Pembeli jasa hanya memperoleh pemilihan sementara atau penggunaan untuk sementara dari barang-barang yang diperlukan untuk menghasilkan jasa, umpanya kamar hotel atau mobil sewaan, (kekecualiaan meliputi barang-barang riil, seperti polis asuransi, naskah-naskah hukum atau laporan keonsultan yang melengkapi, akan tetapi bukan merupakan jasanya sendiri). Tujuan utama organisasi jasa bukannya produksi benda-benda riil yang dimiliki pembeli secara permanen.

Pentingnya Jasa-jasa

Amerika Serikat sedang bergerak melawati tahap ekonomi industri menuju titik di mana ia menjadi perekonomian jasa-jasa yang pertama di dunia. Hampir separuh dari pengeluaran konsumen untuk membeli jasa-jasa. Tambahan pula proyeksi sampai 1990 menunjukkan bahwa bidang jasa akan menarik bagian makin besar dari pembelanjaan konsumen dan kesempatan kerja.

Jasa-jasa meliputi hampir separuh jumlah pembelan-

jaan konsumen, pentingnya jasa-jasa secara ekonomis masih sangat kurang ditonjolkan. Angka-angka itu tidak meliputi jumlah-jumlah sangat besar yang dikeluarkan guna jasa-jasa bisnis dan industri. Diukur dengan segala jenis ukuran, pengeluaran untuk jasa-jasa bisnis malahan meningkat lebih cepat daripada pengeluaran untuk jasa-jasa kepada konsumen.

Sifat khas jasa-jasa bersumber dari beberapa diiri yang membedakannya dari produk. Ciri tersebut juga menimbulkan tantangan-tantangan dan kesempatan-kesempatan khusus dalam pemasarannya. Maka hal ini juga akan menghasilkan program pemasaran strategis yang secara substansial berbeda dari pemasaran produk.

Adapun ciri-ciri jasa telah diuraikan William J, Stanton dalam buku "prinsip pemasaran" sebagai berikut:

- Maya tau tidak teraba (intangibility). Oleh karena jasa-jasa tidak teraba, pelanggan tidak dapat mengambil contohnya (secara mencicipi, merasakan, melihat, mendengar atau mencium) sebelum pelanggan membelinya.
- Tak terpisahkan (inseparability). Jasa kerap kali tak terpisahkan dari pribadi penjual. Tambahan pula, jasa tertentu harus diciptakan dan digunakan habis pada saat yang bersamaan.
- Heterogenitas. Industri jasa, bahkan penjual individual jasa, tidak mungkin mengadakan standardisasi dari output. Setiap "unit" jasa agak berbeda dari "unit-unit"

lain jasa yang sama itu.

- Cepat hilang (perishability) dan permintaan yang berfluktuasi. Jasa cepat hilang dan tidak dapat disimpan. Tenaga listrik yang digunakan, kursi/bangku kosong didalam stadion, mentir yang menganggur dalam bengkel merupakan kerugian untuk selamanya.

Kekhususan produk jasa ini memerlukan pendekatan khusus dalam kegiatan pemasaran sekaligus operasinya. Penilaian atau perlakuan produk jasa dengan menggunakan sama terhadap produk fisik kurang relevan. Kesulitan antara lain terlihat pada pengukuran produktifitas kegiatan jasa. Peningkatan mutu dan produktifitas kegiatan jasa sangat utama dalam kegiatan pemasaran. Kedua faktor ini sangat bisa ditingkatkan jika produsen tidak mampu mengevaluasi kegiatan operasi sekaligus pemasaran produk jasa. Philip Kotler menunjukkan lima pendekatan untuk meningkatkan produktifitas yaitu:

1. Pemberi jasa harus bekerja lebih keras atau lebih terampil dengan ketetapan harga yang sama.
2. Meningkatkan volume kegiatan jasa dengan mengurangi tingkat mutu tertentu.
3. Menambah peralatan untuk meningkatkan kemampuan jasa.
4. Mengurangi atau menghilangkan kebutuhan akan jasa tertentu dengan menciptakan produk pengganti yang lebih efisien. Misalnya video tape atau televisi mengganti bentuk hiburan di luar rumah.

5. Mendesain jasa secara lebih efektif.

Faktor "Ferishibility" dari produk jasa menempatkan waktu sebagai unsur strategis dalam pemasaran jasa, di samping daripada itu kebosanan konsumen untuk menunggu terlalu lama bisa mengurangi mutu pelayanan atau jasa.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUM PEGADAIAN

4.1. Sejarah Berdirinya Perum Pegadaian

Sebagaimana yang dikemukakan R. Soenarso bahwa asal mula adanya peminjaman uang dengan tanggungan barang-barang sudah mulai dikenal pada abad pertengahan di Lombardia. Kira-kira di abad X dan XI di beberapa daerah Lombardia. (Italia) guna meminjamkan uang. Kenyataannya sebagian besar pelepas uang itu adalah orang-orang Yahudi. Dan dalam prakteknya, pemberian pinjaman itu hanya memperhitungkan sendiri. Dengan demikian, terjadilah pemasaran karena mereka menuntut bunga yang lebih tinggi dari yang biasanya itu.

Bertolak dari itu, Frater Freinciccan di abad XV mulai memperoleh usaha untuk meringankan beban rakyat, dengan cara memberi pinjaman kepada masyarakat tanpa memungut bunga, kemudian usaha mereka itu ditiru oleh golongan lain. Inilah yang mendasari timbulnya lembaga-lembaga sosial seperti itu di beberapa tempat.

Sebagai lembaga perkreditan yang memberikan pinjaman uang dengan jaminan barang-barang bergerak, pegadaian telah lama dikenal di Indonesia sejak zaman VOC tahun 1746 sampai sekarang ini. Di dalam perkembangannya, Perum Pegadaian telah mengalami 4 macam zaman pemerintahan yaitu:

1. Pegadaian pada masa VOC (1748-1811)
2. Pegadaian pada masa penjajahan Belanda (1811-1816)
3. Pegadaian pada masa penjajahan Jepang (1942-1945)

4. Pegadaian pada masa kemerdekaan (1945 sampai sekarang).

ad.1. Pegadaian pada masa VOC (1748-1811)

Dibawah nauangan VOC, Bank Van Leening pun ikut dibawah dari Belanda ke Indonesia. Bank ini didirikan dalam bentuk kerjasama antara VOC dengan pihak swasta. Disamping menjalankan usaha pemberian kredit dengan berlandaskan gadai, Bank Van Leening juga berfungsi sebagai Bank Wesel. Hingga tahun 1752 usaha ini berjalan lancar dan menguntungkan, karena itu diusahakan agar Bank ini dapat sepenuhnya dikuasai oleh VOC. Maka pada tahun 1749 dikeluarkan suatu keputusan untuk membubarkan Bank Leening, dan sebagai gantinya didirikan suatu lembaga kredit yang sama akan tetapi lembaga tersebut mempunyai modal seluruhnya dari pihak VOC. Dan tuganya hanya memberi kredit saja. Beralihnya pengurusan Bank Leening ke tangan pemerintah Belanda pada tahun 1800 VOC dibubarkan.

ad.2. Pegadaian pada masa Penjajahan Belanda (1811-1816)

Pada tahun 1856 pemerintah Belanda mengadakan penelitian terhadap pelaksanaan pachtstelsel, dan dari penelitian ini ternyata dapat diketahui adanya penyelewengan-penyelewengan yang merugikan rakyat antara lain adalah:

- a. Menaikkan suku bunga
- b. Barang-barang yang tidak ditebus pada waktu yang telah ditentukan tidak dijual muka umum (dileleng) melainkan dimiliki sendiri.

c. Tatausaha tidak teratur sama sekali.

Hal tersebut di atas berakibat pachtstelsel dikenakan dengan sebanyak f.373.00 setahun. Akan tetapi ternyata denda itu dengan segala usaha upaya dan jalan dibebankan kepada penggadai, sehingga pemasaran lintah darat terhadap para penggadai makin lama makin menggila. Hingga pada tahun 1870 Pachtstelsel dihaluskan kemudian dikeluarkan stb 1 nomor 58 tahun 1869 yang menghidupkan kembali Lincetiestelsel tapi ternyata usaha ini tidak mengurangi lintah darat yang meberatkan para penggadai.

Maka di tahun 1880 dengan ordenansi tertinggal 22 Januari Pashtstelsel dijalankan lagi. Untuk mencegah kecurangan-kecurangan yang merugikan masyarakat maka pemerintah mengadakan pengawasan yang disertai peraturan-peraturan yang keras dari kepala daerah.

Dan mengenai pemeriksanaannya antara lain:

- Peraturan bunga
- Tarif bungan harus
- Larangan bagi pegadaian dijadikan tempat madat
- Larangan administrasi yang tidak teratur menyimpan barang-barng jaminan.
- Diadakan pemberian kerugian yang pantaas, jika barang jaminan hilang atau rusak.
- Pelanggaran pada lelang terhadap barang-barang jaminan.

Adanya hal tersebut di atask maka orang enggan melak-

sanakan usaha ini secara legal. Maka pada tahun 1880 timbul keinginan pemerintah untuk menangani sendiri di-bidang pegadaian dengan tujuan agar hal-hal yang merugikan masyarakat dapat diakhiri.

Setelah mempertimbangkan berbagai pendapat beberapa pejabat untuk mengadakan penelitian tentang kemungkinan memperbaiki cara memberi kredit kepada rakyat.

Langkah pertama adalah mengadakan penyelidikan tentang laporann-laporan statistik dari pegadian-pegadaian swasta tersebut dan mengadakan perbaikan pemberian kredit kepada masyarakat setempat. Pada tanggal 1 April 1901, maka dibukalah sebuah pegadaian Negara yang pertama di Sukabumi, dan untuk gedung kantor dipergunakan gedung kontrakan. Pembukaan Pegadaian yang merulakan percobaan itu berhasil dengan baik dan tahun '902 dibuka Pegadian Negara kedua di Cianjur kemudian menyusul Purwokerto, Bogor, Tasikmalaya, Cikadak dan Cimahi pada tahun 1903.

Semakin berkembangnya Pegadaian di Indonesia baik dari segi modal yang dikelolanya, maka pegadaian dengan menyelenggarakan (eksploitas) Pegadaian negara yang diatur dalam stb 1 nomor 81 tahun 1928 yang mana di dalamnya mengatur tempat kedudukan pegadaian negara sebafei suatu jawatan di dalam lingkungan Departemen Keuangan.

Kemudian dakam ordinasi 26 Agustus 1933 stb 1 nomor 341 mulai 1 Oktober 1933 lelang barang-barang yang telah jatuh tempo akan dilaksanakan oleh jawattan pegadaian. Jadi

lelang barang tersebut dilaksanakan lagi oleh kantor balai lelang negara.

ad.3. Pegadaian pada masa Penjajahan Jepang

Di bawah pimpinan dan pengawasan kantor besar keuangan pada masa penjajahan Jepang masih tetap merupakan jawatan. Dan alasan untuk kepentingan perang, maka lelang terhadap barang-barang berharga seperti; emas, intan, dan berlian dihapuskan sama sekali. Barang-barang yang tidak diambil dan menjadi hak milik pemerintah Jepang demikian pula barang-barang jaminan yang terbuat dari logam seperti; kuningan, tembaga, perunggu, besi, dan lain-lain.

ad.4. Pegadaian pada masa Kemerdekaan (1945 sampai sekarang).

Pada masa sesudah kemerdekaan status hukum jawatan pegadaian tetap sebagai jawatan. Sebagaimana diatur dalam stbi nomor 81 tahun 1928 kemudian berdasarkan peraturan pemerintah nomor 178 tahun 1961 yang mana jawatan pegadaian dimulai tanggal 1 Januari 1961 diubah menjadi Perusahaan Negara (PN) berdasarkan UU No.19/prp tahun 1960. Dan dalam perkembangan selanjutnya status Perusahaan Negara Pegadaian tersebut dirubah dengan keputusan Presiden nomor 180/pp/1965 yang kemudian diintegrasikan ke dalam Bank Sentral. Namun keadaan ini tidak berlangsung lama, karena pada tahun 1967 kedudukan kembali lagi ke dalam lingkungan departemen keuangan atas dasar Kepres nomor 76 tahun 1967.

pada akhirnya bentuk Perusahaan Pegadaian dirubah kembali mejadi perusahaan jawatan berdasarkan peraturan pemetintah nomor 17B tahun 1961 dan berlaku tanggal 1 Mei 1971.

Dengan berdasarkan pada SK Menteri Keuangan RI No. 39/MK/1971 tentang kedudukan perusahaan jawatan pegadaian di integrasikan ke dalam Departemen Keuangan Negara Republik Indonesia, karena kemudian pegadaian sangat penting peranannya bagi pemerintah dan masyarakat, maka dengan bermodalkan peraturan pemerintah No.10/1990 pegadaian resmi bestatus dari perusahaan jawatan menjadi perusahaan umum. Jadi PERUM PEGADAIAN masih sangat muda usianya tapi amat tua dalam pengalaman hidup.

4.2. Struktur Organisasi Perum Pegadaian

Perusahaan Umum (PEUM) Pegadaian adalah Badan Usaha Milik Negara dalam lingkungan Departemen Keuangan yang di pimpin oleh suatu Direksi yang berada dan bertanggung jawab kepada Menteri perusahaan dibina oleh Menteri yang pelaksanaannya dibantu ooleh Diretur Moneter sesuai kewenangan yang diberikan Menteri. Dalam melakukan pengawasan terhadap pengelolaan perusahaan termasuk trencana kerja dan anggaran perusahaan, Menteri dibantu oleh Dewan pengawas yang bertanggung jawab kepada Menteri.

Organisasi PERUM Pegadaian disusun dalam dua tingkatan yaitu tingkat pusat dan tingkat tingkat daerah, yang tersebar ke seluruh wilayah Indonesia.

1. Tingkat Pusat

Organisasi tingkat pusat terdiri dari:

a. Direksi

Sebagai pimpinan perusahaan merupakan suatu kesatuan yang terdiri dari:

- Direktur utama sebagai ketua
- Direktur keuangan sebagai anggota
- Direktur

b. Direktorat keuangan

Direktorat keuangan membawahi sub direktorat terdiri dari:

- Subdit anggaran dan permodalan
- Subdit akuntansi terdiri dari;
 - * Seksi pembukuan
 - * Seksi verifikasi
 - * Seksi pengembangan serta dittem informasi keuangan.
- Subdit perbendaharaan terdiri dari:
 - * Seksi kas dan bank
 - * Seksi gaji
 - * Seksi penagihan

c. Direktorat Operasi dan pengembangan terdiri dari:

- Subdit operasi dan pemasaran
- Subdit penelitian dan pengembangan usaha
- Subdit kesekretariatan perusahaan.

d. Direktorat umum



Direktorat umum terdiri dari sub direktorat yaitu:

Subdit kepegawaian, terdiri dari:

- Seksi pengangkatan dan kepengangkatan
- Seksi mutasi, promosi dan pemberhentian
- Seksi kesejahteraan
- Seksi pengembangan manajemen

Subdit bangunan, terdiri dari:

- Seksi teknik bangunan
- Seksi tatausaha pembangunan dan persewaan.

Subdit tatausaha dan rumah tangga, terdiri dari:

- Seksi tatausaha
- Seksi rumah tangga
- Seksi perlengkapan

e. Balai Pelatihan dan Pendidikan (Balai Diklat) yaitu terdiri dari kelompok pengajar (Widya iswara) dan terdiri pula dari seksi-seksi:

- Seksi bina program dan evaluasi
- Seksi diklat Jakarta
- Seksi diklat Surakarta
- Seksi diklat Surabaya

f. Satuan Pengawas Intern

Satuan Pengawas Intern dipimpin oleh kepala kesatuan pengawas intern yang kemudian dibagi lagi dalam:

- Irwil I
- Irwil II
- Irwil III

2. Tingkat Daerah

Organisasi tingkat daerah terdiri dari:

1. Kantor Daerah
2. Kantor Cabang

ad.1. Kantor Daerah

Di Indonesia terdiri dari 4 wilayah pembagian kantor daerah perum pegdaian. Perum Pegadaian yang terdapat di Sulawesi Selatan adalah kantor Daerah Wilayah V. Adapun struktur organisasinya adalah sebagai berikut; kantor daerah dipimpin oleh kantor daerah, yang diangkat dan bertanggung jawab kepada direksi melalui Direktur Utama. Kantor daerah mempunyai tugas melaksanakan pengelolaan kegiatan perusahaan di daerah serta membantu tugas-tugas kantor pusat sesuai dengan kewenangan yang dilimpahkan direksi. Untuk melaksanakan tugas tersebut kantor daerah mempunyai fungsi sebagai berikut:

- a. mengurus, mengelola dan mengawasi kegiatan perusahaan yang ada di Cabang.
- b. Mengurus dan memelihara kekayaan perusahaan yang ada di daerah dan cabang.
- c. Mewakili kepentingan perusahaan di daerah dan cabang baik ke dalam maupun ke luar berdasarkan kewenangan yang dilimpahkan Direksi.
- d. Menyelenggarakan pembukuan, penyusunan anggaran, pembinaan kepegawaian serta pelaporan perusahaan, sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan Direksi.

Organisasi kantor daerah terdiri dari:

a. Seksi operasi dan pemasaran, yang terdiri dari:

- Subdit bina usaha
- Subdit pemasaran
- Subdit statistik dan laporan

b. Seleksi keuangan, yang terdiri dari:

- Subseksi anggaran
- Subseksi verifikasi dan pembukuan
- Subseksi perbendaharaan

c. Seksi kepegawaian, yang terdiri dari:

- Subseksi pengangkatan dan kepangkatan
- Subseksi mutasi, promosi dan pemberhentian
- Subseksi gaji dan kesejahteraan.

d. Seksi umum, yang terdiri dari:

- Subseksi tatausaha dan rumah tangga
- Subseksi bangunan
- Subseksi hubungan masyarakat

e. Inspektorat daerah

Tugas Inspektorat daerah membantu kepala kantor daerah dalam mengadakan penilaian atas sistem pengendalian (manajemen) yang telah ditetapkan oleh Direksi/kepala kantor daerah, pelaksanaanserta pemberian saran perbaikan/pemindahan. Dalam melaksanakan tugas tersebut Inspektorat mempunyai fungsi sebagai berikut:

- Mengkoordinasi penyusunan program dan penyelenggaraan pemeriksaan atau pelaksanaan kebijaksanaan

Direksi, pelaporannya.

- Mengkoordinasi pelaksanaan pemeriksaan di cabang.
- Membantu kegiatan kenator daerah dalam menyampaikan laporan dan tindakan lanjut hasil temuan SPI/pemeriksaan intern.

Dengan dibantu oleh beberapa pemeriksaan pembantu serta datu subseksi tatausaha.

ad.2. Kantor Cabang

Kantor cabang dipimpin oleh seseorang kepala yang diangkat oleh Direksi dan bertanggung jawab kepada Direksi, melalui kepala kantor daerah. Kantor cabang mempunyai tugas melaksanakan kegiatan usaha perusahaan yang berlangsung berhubungan dengan masyarakat (nasabah) dalam rangka pemberian kredit gadai atau usaha lain sesuai dengan peraturan yang berlaku dan kebijaksanaan yang ditetapkan oleh kepala kantor daerah.

- Menyalur uang pinjaman, atas dasar hukum gadai.
- Mengurus penerimaan, penyimpanan dan pengeluaran modal kerja cabang dalam bentuk uang kas/bank
- Menyelenggarakan pembukuan, penyusunan anggaran, pembinaan kepegawaian, tatausaha dan pelaporan kegiatan cabang.
- Mewakili kepentingan perusahaan baik ke dalam maupun ke luar berdasarkan kewenangan yang dilimpahkan oleh kepala kantor daerah.
- Memelihara dan membina hubungan baik dengan nasabah dan

pihak lain, dalam rangka pengembangan perusahaan.

Kantor cabang diklasifikasikan kedalam 3 tingkatan kelas yaitu:

1. Cabang kelas I
2. Cabang kelas II
3. Cabang kelas III

Cabang kelas I

Kepala cabang kelas I dibantu oleh wakil kepala cabang dan bertanggungjawab langsung kepada kepala cabang. Dalam tugas melaksanakan wakil kepala cabang kelas I mempunyai fungsi sebagai berikut:

- a. Melakukan pengawasan atas kegiatan pemberian uang pinjaman, barang jaminan dan administrasi.
- b. Bertindak sebagai kuasa pemutus kredit untuk jumlah golongan barang jaminan tertentu.
- c. Mewakili kepala cabang ke dalam atau keluar perusahaan dalam hal kepala cabang berhalangan.

Kantor cabang kelas I mempunyai dua subseksi yaitu:

1. Subseksi Operasi

Subseksi operasi bertugas mengurus pelaksanaan pemberian uang pinjaman. Subseksi operasi mempunyai fungsi:

- Mengkoordinasi penafsiran barang jaminan, penetapan uang pinjaman dan penyelenggaraan uang pinjaman dan pengadministrasian.
- Mengatur besarnya saldo kas/bank maksimum dan trans-

fer dana ke cabang lain/kantor daerah/kantor pusat.

- Mengumpulkan bahan untuk penentuan harga dasar setempat sebagai dasar penetapan harga taksiran barang jaminan.
- Mengkoordinasi pelaksanaan lelang, barang tidak laku dilelang.

2. Subseksi tatausaha

Subseksi tatausaha bertugas mengurus pelaksanaan tatausaha serta menyiapkan bahan laporan kegiatan cabang, dan mempunyai fungsi:

- Mengurus penyusunan anggaran, pembukuan keuangan dan penyajian laporan.
- Mengurus tatausaha, surat menyurat dan dokumen lain serta pengarsipan
- Mengurus pembayaran gaji dan tunjangan, pajak, biaya lelang, uang miskin dan lain-lain.
- Mengurus kebutuhan perlengkapan kantor dan bangunan serta pemeliharaannya.

BAB V

SISTEM PEGADAIAN DALAM PRAKTEK PEMASARAN JASA PADA PERUM PEGADIAN CABANG UJUNG PANDANG

5.1. Sistem Pegadian dalam Praktek Pemasaran Jasa

Pelaksanaan pelayanan perkreditan yang dilaksanakam oleh kantor Perum Pegadian Cabang Pegadaian Ujung Pandang dilakukan dalam suatu prosedur operasional yang meliputi kredit, perluasan kredit dan pelepasan barang jaminan yang telah habis masa kreditnya dan tidak dapat ditebus oleh debitur yang bersangkutan.

Adapun prosedur operasional dan sistem pencatatannya dapat diruaikan sebagai berikut:

1. Pemberian Kredit dan Sistem Pencatatanya.

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

Dalam pemberian kredit barang-barang bergerak ini terdapat pengecualian terhadap barang-barang yang tidak dapat digadai yaitu:

- a. Barang milik negara
- b. Surat hutang, surat efek.
- c. Hewan yang hidup dan tanaman.
- d. Segala makanan dan benda yang mudah busuk

- e. Benda-beda yang kotor
- f. Benda-benda yang untuk menguasai dan memindahkannya dari suatu tempat ketempat yang lain memerlukan izin.
- g. Barang yang berbau busuk dan mudah merusakkan barang lain jika disimpan bersama-sama
- h. Barang yang digadaikan oleh seseorang yang mabuk atau kurang ingatan atau tidak dapat memberikan keterangan-keterangan yang cukup tentang barang yang akan digadaikan.

Bagi debitur (nasabah) yang akan mengambil kredit baik untuk pertama kali sebagai debitur maupun telah berulang kali, berlakukan suatu ketentuan untuk memperlihatkan tanda pengenal (bukti) diri, yang merupakan suatu ketentuan dari Perum Pegadian.

Tanda pengenal diri yang dimaksud dapat dalam bentuk Kartu Tanda Pengenal (KTP) atau SIM (Surat izin Mengemudi) atau bentuk lainnya, maksud dan tujuan dari permintaan ini kepada debitur adalah petugas penaksir dapat mengetahui nama alamat jelas dari nasabah dan mencatatnya dalam buku registrasi nasabah yang berlaku selama satu tahun anggaran (pencatatan hanya sekali untuk nasabah baru).

Adapun besarnya uang pinjaman yang dapat diperoleh setiap nasabah adalah tergantung dari nilai taksiran barang yang akan dijadikan sebagai jaminan yang

penetapannya berdasarkan peraturan-peraturan yang telah ditetapkan oleh kantor Perum Pegadain.

Jumlah uang pinjaman yang diberikan kepada nasabah dibagi menjadi empat golongan, untuk lebih jelasnya dapat dilihat tabel di bawah ini.

TABEL 1
PENGGOLONGAN UANG PINJAMAN

GOLONGAN	BESARNYA PINJAMAN (Rp)	MASA KREDIT (Hari)	SEWS MODAL (%)
A	2.500 - 40.000	120 Hari	1,25%/Hari
B	41.000 - 150.000	120 Hari	1,75%/Hari
C	151.000 - 500.000	120 Hari	1,75%/Hari
D	501.000-20.000.000	120 Hari	1,75%/Hari

Sumber: Kantor Perum Pegadaian

Cabang Ujung Pandang 1995.

Perjanjian ditulis dalam suatu perjanjian pinjaman yang dikenal dengan Surat Bkri Kredit (SBK). SBK ini bersifat Konsensuil Obligator.

Di dalam SBK dimaksud tercantum nama nasabah, besarnya taksiran benda yang digandai, jaminan uang pinjaman, suku bunga dan uang kelebihan jika barang di-lelang termasuk jangka waktu uang pinjaman. Perjanjian ini termasuk jenis perjanjian standar, dimana dicetak dalam bentuk formulir yang telah disediakan

oleh kantor Perum Pegadaian. Setelah uang pinjaman ditetapkan oleh penaksir, dan nasabah yang bersangkutan setuju dengan jumlah ditetapkan oleh penafsir, maka SBK diisi sesuai dengan dat yang diperlukan. Khusus untuk SBK golongan C dan D, penerimaan barang jaminan ditan-datangani oleh Kepala Cabang, untuk selanjutnya penaksir memberikan SBK dimaksud kepada nasabah yang akan memberikan kepada kasir untuk penyelesaian lebih lanjut. Setelah kasir menerima SBK dan membubuhi cap "Bebas Ongkos Administrasi", nasabah diminta membubuhi tanda tangannya pada SBKdimaksud bersama uang pinjaman. Ketentuan "BOA" ini mulai berlaku sejak tahun 1977 dengan tujuan untuk menghindari pungutan liar kepada para nasabah.

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

Blanko-blanko SBK tersebut diberikan kepada petugas untuk diberi nomor urut dengan menggunakan nomor satu tersendiri.

Pemberian nomor satu urut ini, untuk golongan A berlangsung setiap akhir bulan dan pada bulan berikut-

nya diberi nomor urut pertama kembali. Sedangkan untuk golongan B, C dan D pemberian nomor urut berlangsung selama satu tahun anggaran, yaitu dimulai dari 1 April sampai dengan 31 Maret tahun berikutnya. Untuk keempat golongan SBK tersebut juga dibubuhkan cap tanggal jatuh tempo kredit. Setelah blanko-blanko tersebut selesai dicap, maka kepala cabang menyerahkan kepada para penaksir dengan menggunakan daftar penyerahan dan penerimaan dengan menggunakan daftar penyerahan dan penerimaan kembali blanko-blanko SBK.

Khusus untuk SBK golongan A dan B mempunyai warna-warna tertentu, yaitu berdasarkan masing-masing bulan, yang dapat dikemukakan sebagai berikut:

TABEL II
PENGKOLONGAN WARNA BERDASARKAN BULAN

B u l a n	W a r n a K e r t a s
Januari	Putih
Pebruari	Merah
Maret	Biru
April	Kuning
Mei	Hijau
Juni	Merah Jambu
Juli	Kuning Telur
Agustus	Abu-abu
September	Merah tua

B u l a n	W a r n a K e r t a s
Oktober	Ungu
Nopember	Hijau muda
Desember	Merah Sawo

Sumber: Kantor Perum Pegadaian
Cabang Ujung Pandang 1995.

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

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

1. Buku kredit A kain, yaitu untuk mengisi uang pinjaman yang barang jaminannya dari kain. Pinjaman ini umumnya tidak lebih dari Rp. 20.000.
2. Buku kredit A lain, yaitu untuk mengisi uang pinjaman yang barang jaminannya berupa; emas, permata, sepeda motor dan barang berharga lainnya yang pinjamannya tidak lebih dari Rp. 40.000,- termasuk golongan A gudang, tetapi pembukuannya disatukan dengan bukukredit A lain. Dan untuk membedakan barang jaminan golongan A lain pada buku kredit ini, maka setiap barang jaminan golongan A gudang diberi huruf Gpada SBk.
3. Buku kredit E, yaitu untuk mengisi uang pinjaman yang lebih dari Rp. 40.000,- tetapi tidak lebih dari Rp.150.000 dan pencatatannya sama dengan dengan buku kredit A.
4. Buku kredit C, yaitu untuk mengisi uang pinjaman yang lebih dari Rp. 151.0000,- tetapi lebih dari Rp. 500.000,- dan cara pencatatannya sama dengan buku kredit A dan B.
5. Buku kredit D, yaitu untuk mengisi uang pinjaman yang lebih dari Rp.500.000,- tetpai tidak lebih dari Rp.200.000,- dan cara pencatatannya sama dengan buku kredit A, B dan C.

Buku-buku kredit tersebut di atas, setiap hari setelah semua loket ditutup, oleh kasir dihitung jumlahnya masing-masing sehingga jumlah kredit yang disa-

lurkan pada hari itu dapat diketahui, juga untuk Clearing yang kemudian oleh kasir dan Kepala Cabang membubuhkan tanda tangan pada buku kredit tersebut setelah jumlahnya disegel terlebih dahulu.

2. Pelunasan Kredit

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

Bagi SBK golongan A dihitung setiap 15 hari sampai dengan 120 hari dengan prosentase 1,25% dalam 15 hari. Sedangkan bagi SBK golongan B,C dan D dihitung setiap 15 hari dengan 120 hari dengan prosentase 1,75% dalam 15 hari. Setelah jumlah bunga yang dibayar sudah dihitung oleh pembantu kasir, nasabah membawa SBK tersebut keloket kasir dengan membayar jumlah uang pinjaman beserta bunganya. Kemudian setelah kasir membubuhi cap "Lunas" pada SBK, maka kedua kitir dilepaskan dari SBK dan menyerahkan kitir sebelah dalam kepada nasabah untuk mengambil barang jaminannya pada loket yang mengekuarkan barang jaminan dan kitir sebelah luar dan kitir induk, ditusuk pada Liaspen yang telah disediakan, di mana kedua kitir ini akan diambil oleh penjaga gudang/penyimpan barang jaminan untuk mengambil barang

jaminan sesuai yang tercantum pada kitir dan selanjutnya petugas loket akan menyerahkan kepada nasabah dengan terlebih dahulu meminta dan mencocokkan kitir yang ada pada nasabah dengan kitir yang ada pada barang jaminan tersebut. Dan jika kedua kitir cocok, maka barang jaminan diserahkan kepada nasabah dan nasabah membubuhkan tanda tangannya di SBK pada kolom penerimaan kembali barang jaminan. Kemudian SBK tersebut ditusuk pada Liaspen yang akan diambil oleh petugas pengisi buku pelunasan untuk dibukukan.

Untuk sistem pencatatan dari pelunasan kredit ini, setelah melewati prosedur di atas, di mana SBK yang ditusukkan pada Liaspen di meja kasir yang telah dilepas dari kitir-kitirnya dan telah terdapat cap "lunas" yang disertai paraf kasir, diambil oleh petugas gudang dan ditusukkan pada Liaspen yang ada di gudang, yang akan diplakai sebagai perhitungan jumlah barang jaminan yang telah dikeluarkan dari gudang pada hari itu serta petugas pengisi buku pelunasan yang sesuai dengan bulan kredit dan golongan dari barang jaminan itu.

Adapun pembagian buku pelunasan kredit dibagi menurut bulan kredit dan disediakan buku pelunasan yang jumlahnya sama dengan penggolongan buku kredit, sebagaimana telah diuraikan pada bagian depan. Setiap buku pelunasan A lain dari masing-masing bulan dibuatkan rekapitulasi tentang perincian pelunasan yang terdiri



dari jumlah potongan, uang pinjaman dan bunga dari tiap-tiap golongan menurut bulan kredit yang bersangkutan dan akan digunakan untuk mengisi buku yang memuat tentang Pelunasan Tunggakan Kredit pada tiap awal bulan.

3. Pelelangan Barang Jaminan

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

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

Dalam jangka waktu seminggu sebelum pelaksanaan lelang, kantor Perum Pegadaian mengumumkan kepada masyarakat melalui media cetak atau RRI dan pada papan pengumuman di ruang tunggu Kantor Perum Pegadaian.

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

Lelang barang jaminan yang termasuk golongan A dan B, dilakukan pada bulan kedelapan (bulan kelender) ter-

hitung mulai bulan saat barang digadaikan / dijaminkan. Misalnya, barang digadaikan pada bulan Juli 1994, maka akan dilelang pada awal bulan Februari 1995. Lelang barang jaminan yang termasuk golongan C dan D, dilakukan pada awal bulan kelima terhitung mulai bulan saat barang digadaikan. Misalnya barang digadaikan pada bulan Juli 1994, maka akan dilelang pada bulan Nopember 1995. Suatu barang yang dilelang dengan harga yang cukup tinggi, sehingga kemungkinan adanya uang kelebihan dari jumlah uang tebusan yang merupakan hak dari nasabah, maka uang kelebihan tersebut dapat diambil dengan menyerahkan SBK dari barang jaminan yang telah dilelang.

Khusus bagi pinjaman golongan A dan B setelah jangka waktu pinjaman (6 bulan/120 hari) terakhir, maka apada bulan ketujuh diberikan pembebasan atas bunga dan peminjam masih berhak mempertimbangkan apakah barang jaminan tersebut akan ditebus atau tidak sebelum dilelang.

Untuk sistem pencetakan pelelangan barang jaminan, maka barang jaminan yang telah sampai waktunya untuk dilelang, oleh Cabang paling lambat tiga hari sebelum lelang dilaksanakan memeriksa panitia lelang, yaitu panitia yang bertugas memeriksa dan menaksir kembali barang jaminan yang akan dilelang, apakah terdapat kecocokan dengan keterangan-keterangan yang tercantum

dalam dwilipat SBK. Kemudian barang jaminan itu ditaksir kembali nilainya menurut peraturan taksiran yang berlaku pada saat menjelang lelang dan untuk menentukan harga jual minimum. Sedangkan untuk menentukan barang jaminan mana yang akan dilelang, hal ini dapat diketahui pada buku kredit bulan yang bersangkutan pada nomor-nomor dari SBK yang masih lowong (belum dibubuhi cap tanggal pelunasan di bellakang uang pinjaman dari SBK itu).

Setelah pemeriksaan dan penaksiran kembali nilai barang jaminan selesai, maka panitia lelang menyerahkan barang jaminan itu kembali kepada Kepala Cabang selaku Pimpinan lelang yang akan melelangkan barang jaminan tersebut pada hari pelaksanannya. Pada waktu lelang, Kepala Cabang yang bertindak selaku Pimpinan lelang dibantu oleh seorang kasir untuk menerima uang dari hasil penjualan lelang dan seorang yang mencatat harga jual dari barang jaminan pada lelang berdasarkan penawaran, sedangkan Kepala Cabang selain melelangkan barang-barang jaminan, juga mencatat pada dwilipat SBK tentang barang-barang yang terjual pada lelang dan juga nama serta alam pembeli barang lelang.

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

1. Pemeriksaan pencatatan penyeluran kredit
2. Pemeriksaan pencatatan pelunasan kredit

3. Pemeriksaan pencatatan pelelangan barang jaminana.

ad.1. Pemeriksaan Pencatatan Penyaluran Kredit

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

Sedangkan pemeriksaan barang jaminan yang digadaikan pada hari itu, dilakukan oleh para penaksir dengan Kepala Cabang dengan disaksikan oleh penjaga gudang yang bersangkutan. Barang-barang yang ada pada para penaksir, diambil oleh Kepala Cabang dan dihitung di depan para penaksir dan penjaga gudang yang bersangkutan. Setelah itu barang-barang jaminan diserahkan kepada pemegang gudang dan pemegang gudang memberi tanda tangan yang menyatakan telah terima barang-barang tersebut.

ad.2. Pemeriksaan Pencatatan Pelunasan Kredit

Pemeriksaan pada pencatatan pelunasan kredit, dalam hal ini juga meliputi uang pinjaman dan jumlah potongan ditambah dengan jumlah uang bunga. Untuk memeriksa

jumlah keseluruhan ini, maka hasil pencatatan pada buku pelunasan dicocokkan dengan perincian jumlah potongan, uang pinjaman dan uang bunga yang dijumlahkan pada asli SBK yang ditebus pada hari itu, yang dilaksanakan oleh pegawai yang tidak mengisi buku pelunasan.

ad.3. Pemeriksaan Pencatatan Pelelangan Barang Jaminan

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

Dalam melaksanakan sistem gadai dalam praktek pemasaran jasa, penulis berusaha mengaplikasikan dengan unsur-unsur yang terdapat pada marketing mix atau "4P" yaitu: produk, price, distribusi, dan promosi, dalam memasarkan layanan Perum Pegadaian.

a. Produk

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

Perum Pegadaian menawarkan berbagai macam produk layanan yang mempunyai manfaat sesuai dengan kebutuhan dan keinginan para nasabah. Produk-produk yang ditawarkan Perum Pegadaian terbagi dalam mata uang rupiah dan mata uang asing yaitu standart dollar.

b. Price

Sebelum suatu produk dipasarkan terlebih dahulu harus diberikan standar harga untuk memudahkan penjualannya. Produk-produk layanan yang ditawarkan Perum Pegadaian tersedia dalam bermacam produk di mana nasabah dapat memilih di antara produk-produk yang tersedia.

Produk layanan adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh para nasabah.

Pada prinsilnya Perum Pegadaian memberir kelonggaran kepada para nasabahnya, dalam hal ini pengembalian kredit berdasarkan berbagai pertimbangan, yaitu: dalam bulanan, triwulan, semesteran, dan tahunan.

c. Distribusi

Keberhasilan perusahaan dalam memasarkan atau menyalurkan suatu produk kekonsumen dalam praktek pemasaran jasa yang tepat. Pada perusahaan jasa, sistem distribusi menjadi lebih sulit dari pada produk yang terwujud.

Dengan dibukanya kantor-kantor cabang pembantu pada tempat-tempat yang strategis dan pada waktu yang tepat

juga sangat mendukung pelayanan terhadap nasabah.

d. Promosi

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

5.2. Perhitungan Emperik Pengaruh Jumlah Pinjaman, Penyaluran Kredit Serta Biaya Asuransi (biaya Pemeliharaan).

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

TABEL III
 PENGGOLONGAN KREDIT GADAI DAN
 BESARNYA PINJAMAN

Golongan	Besarnya pinjaman (Rp)
A	2.500 - 40.000
B	41.000 - 150.000
C	151.000 - 500.000
C	501.000 - 2.500.000
	2.500.000 - 5.000.000
	5.005.000 - 10.000.000
	10.000.000 - 20.000.000

Sumber: Kantor Perum Pegadaian Cabang Ujung Pandang.

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

TABEL IV
 PERKEMBANGAN NILAI PENYALURAN KREDIT DAN
 BIAYA ASURANSI PADA PERUM PEGADAIAN
 1990 - 1994

Tahun	Biaya Asuransi (RP)	Penyaluran Kredit (RP)
1990	100	8.620.316.000
1991	500	11.173.300.000
1992	1.000	11.975.351.500
1993	2.500	12.939.033.000
1994	0,1 % x UP	14.286.774.000

Sumber: Kantor Perum Pegadaian Cabang Ujung Pandang.

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

Dalam pengujian ini penulis menggunakan data tahun 1990 - 1994 dari setiap variabel batas bedarnya pinjaman dan biaya asuransi, sehingga data yang diperoleh adalah selama 5 tahun.

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

menggambarkan elastisitas variabel bebas terhadap variabel terikat.

Adapun data yang akan disajikan pada data berikut:

TABEL V
PERHITUNGAN DATA PENELITIAN
1990 - 1994

Tahun	Y	X ₁	X ₂
1990	2.500	8.620.316.000	100
1991	41.000	11.173.300.000	500
1992	151.000	11.975.351.500	1.000
1993	501.000	12.939.033.000	2.500
1994	2.500.000	14.286.774.000	0,1 % x LP

Sumber: Tabel III dan IV

Keterangan:

Y = Nilai penjualan/Besarnya uang pinjaman

X₁ = Penyaluran kredit

X₂ = Biaya pemeliharaan (biaya asuransi)

Dari perhitungan regresi berganda, dengan menggunakan kompu-ter diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 10.092.476,3590 + 5.535,2931 X_1 - 38.670,2557 X_2$$

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

TABEL VI
 PERHITUNGAN KOMPUTER UNTUK KOEFISIEN REGRESI,
 PENGARUH BESARNYA PINJAMAN DAN
 BIAYA ASURANSI TERHADAP
 PENYALURAN KREDIT
 1990 - 1994

Var.	Reg. Coeff.	Std. Error	T.(DF-2)	Prob.	Part.(r ²)
X ₁	5534,2931	3812,8228	1,451	.28375	.5130
X ₂	-38670,2557	36326,8786	-1,065	.39861	.3617
Const.	10092476259, 3590.				

Sumber: Data diolah

Nilai koefisien tersebut diatas memberikan indikasi bahwa:

$b_1 = 5534,2931$: Menunjukkan elastisitas atau naik turunnya jumlah kredit yang disalurkan yang dipengaruhi oleh besarnya pinjaman dengan asumsi variabel lain konstant, maka jumlah penyaluran kredit akan meningkat sebesar 55.342.931 unit.

$b_2 = -38670,2557$: Menunjukkan pengaruh biaya asuransi terhadap elastisitas atau naik turunnya nilai penyaluran kredit dengan asumsi variabel lain konstant, maka nilai penyaluran kredit akan meningkat sebesar

Rp.386.702.557.

Konstanta = 10092476259.3590, menunjukkan jika kedua segmen adalah nol, maka perusahaan dalam jangka waktu setahun akan mengalami kerugian sebesar Rp. 100.924.762.593.593.

5.3. Uji Statistik Uji t

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

a. Uji t pada tingkat signifikansi 5 %

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

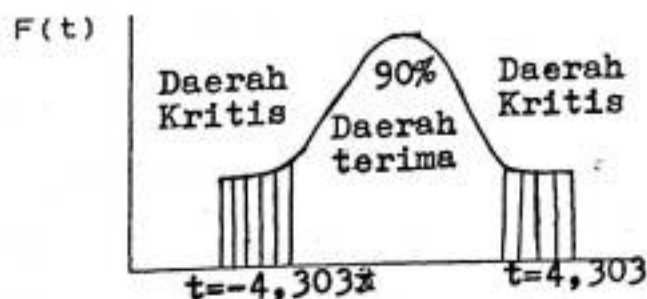
$$H_1 : B_1 \neq 0 \quad H_1 : B_1 \neq 0$$

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

$$3. t \text{ hitung diperoleh : } t_{b_1} = 1,451 \quad t_{b_2} = -1,065$$

$$4. \text{ Dengan derajat kebebasan (df) = 2 dan } \alpha/2 \text{ atau } 0,05 / 2 = 0,025 = 4,303, \text{ dengan mempergunakan uji 2 arah.}$$

Gambar 1



Interaksi keyakinan 95 % untuk t (df)=2

Berdasarkan langkah tersebut diatas maka:

$tb_1 = 1,451$: Dari pengujian statistik uji t terhadap koefisien penyaluran kredit diperoleh t hitung sebesar 1,451 sedangkan t tabel pada tingkat signifikan 0,05 atau 5 % dengan df (derajat bebas) = 2 sebesar 4,303 terlihat bahwa t hitung lebih besar dari pada t tabel atau $t = 1,451 > t_{0,025}(4) = 4,303$ sehingga menolak H_0 . Berarti bahwa penyaluran kredit mempunyai pengaruh terhadap penjualan produk jasa.

$tb_2 = -1,065$: Dari pengujian statistik uji terhadap koefisien regresi asuransi diperoleh t hitung sebesar -1,065 sedangkan nilai t tabel pada tingkat signifikansi 0,05 atau 5 % dengan df = 2 sebesar 4,303. Terlihat t hitung lebih besar dari t tabel atau $t = -1,065 > t_{0,025}(2) = 4,303$ sehingga menolak H_0 dan menerima H_1 yang berarti biaya asuransi mempunyai pengaruh terhadap nilai penjualan produk jasa.

b. Uji t pada tingkat signifika 10 %

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

$$H_1 : B_1 \neq 0 \quad H_1 : B_1 \neq 0$$

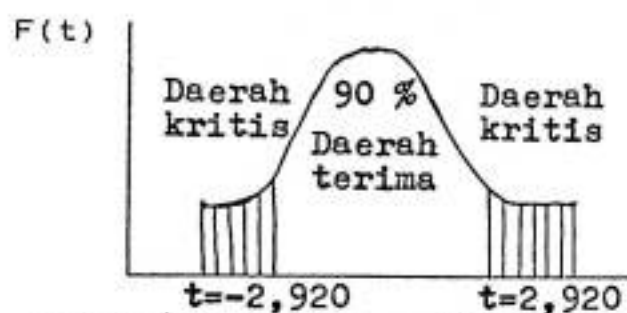
$$2. \alpha = 0,1 = 10 \%$$

$$3. t \text{ hitung diperoleh : } tb_1 = 1,451$$

$$tb_2 = -1,065$$

4. Dengan derajat kebebasan (df) = 2 dan $\alpha/2 = 0,1/2 = 0,05 = 2,920$ dengan menggunakan uji t 2 arah.

Gambar 2



Interaksi keyakinan 95 % untuk t (df)=2

Berdasarkan langkah diatas maka:

$tb_1 = 1,451$: Dari pengujian statistik uji t terhadap koefisien penyaluran kredit diperoleh t hitung sebesar 1,451 sedangkan t tabel pada tingkat signifikan 0,1 atau 10 % dengan df (derajat bebas) = 2 sebesar 2,920 terlihat bahwa t hitung lebih besar dari pada t tabel atau $t = 1,451 > t_{0,05} (2) = 2,920$ sehingga menolak H_0 . Berarti bahwa penyaluran kredit tidak mempengaruhi nilai penjualan produk jasa, tidak dapat dibenarkan. Karena H_0 ditolak berarti H_1 diterima. Dengan demikian maka dapatlah disimpulkan bahwa penyaluran kredit mempunyai pengaruh terhadap nilai penjualan jasa.

$tb_2 = -1,065$: Dari pengujian statistik uji terhadap koe-

fisien regresi asuransi diperoleh t hitung sebesar $-1,065$ sedangkan nilai t tabel pada tingkat signifikansi $0,1$ atau 10% dengan $df = 2$ sebesar $2,920$. Terlihat t hitung lebih besar dari t tabel atau $t = -1,065 > t_{0,05(2)} = 2,920$ sehingga menolah H_0 dan menerima H_1 yang berarti biaya asuransi mempunyai pengaruh terhadap nilai penjualan produk jasa.

5.4. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Untuk mengetahui tingkat atau derajat keeratan hubungan antara satu variabel bebas dengan variabel terikat, serta asumsi variabel bebas lainnya konstan dapat dilihat pada besarnya koefisien determinasi parsial (r^2). Dari hasil perhitungan dengan menggunakan komputer untuk masing-masing segmen sebagai berikut:

Nilai dari koefisien determinasi parsial antara penyaluran kredit dengan nilai penjualan produk jasa adalah sebesar $0,5130$ atau $51,30\%$ yang berarti penjualan dipengaruhi oleh kredit yang disalurkan sebesar $51,30\%$ dengan asumsi variabel lainnya konstan.

Koefisien determinasi parsial antara biaya asuransi dengan nilai penjualan produk jasa adalah $0,3617$ atau $36,17\%$ dengan asumsi variabel lain konstan. Ini berarti biaya asuransi mempengaruhi nilai penjualan sebesar $36,17\%$.

5.5. Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui keeratan hubungan antara semua variabel bebas dengan variabel terikat, maka dapat kita lihat pada nilai koefisien korelasi (R).

Dari hasil perhitungan komputer diperoleh nilai R adalah 0,8716 mendekati $R=1$, ini berarti antara variabel bebas (penyaluran kredit dan biaya asuransi) dengan variabel terikat (nilai penjualan produk jasa) terdapat hubungan yang kuat.

5.6. Koefisien Determinasi

Digunakan untuk melihat berapa besar pengaruh dari semua variabel bebas terhadap nilai penjualan produk jasa. Nilai koefisien determinasi ini adalah 0,7597 ini berarti secara keseluruhan berpengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 75,97%.

5.7. Penyesuaian Koefisien Determinasi (R^2)

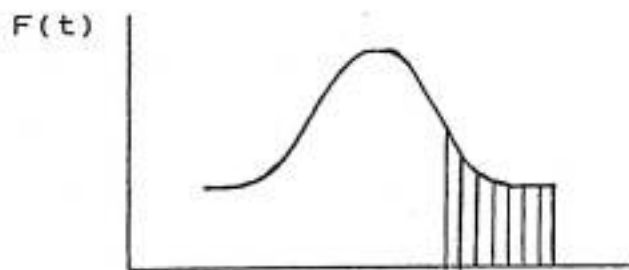
Yaitu untuk melihat pengaruh semua variabel bebas terhadap nilai penjualan produk jasa dimana derajat bebas diperhitungkan, dengan komputer diperoleh hasil sebesar 0,5193 atau 51,93%.

5.8. Uji Statistik uji F

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

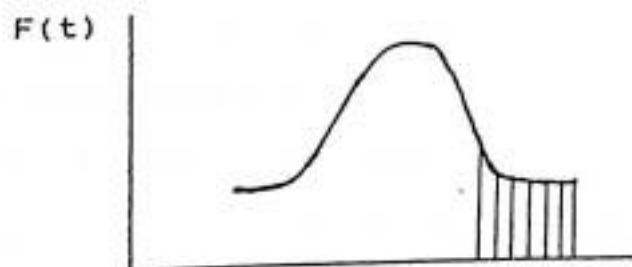
1. $H_0 : B_0 = B_2 = 0$
 $H_1 : B_1 \neq B_2 \neq 0$
2. a. $\alpha = 0,01 \% = 1 \%$
 b. $\beta = 0,05 = 5 \%$
3. F hitung diperoleh 3,161
4. Derajat kebebasan (df) = 2, kita menggunakan uji satu arah karena hasil uji F selalu positif.
5. a. Gambar uji F dengan interval keyakinan 1 %

Gambar 3



- b. Gambar uji F dengan interval keyakinan 5 %

Gambar 4



Ditah karena F hitung lebih besar dari f tabel atau $F = 3,161 > F_{0,01/2} = 99,0$ maka H_0 dan H_1 diterima pada

tingkat keberartian (α) 0,01 = 1 %. Demikian pula pada tingkat keberartian (α) 0,05 = 5 % nilai F hitungan tetap lebih besar dari F tabel t\yakin $F = 3,161 F 0,05 (2/2) = 19,0$ sehingga dapat kita simpulkan bahwa persamaan regresi linear berganda:

$$Y = 100.924.762.593.590 + 55.342.931 X_1 + -386.702.557 X_2$$

dapat dipergunakan untuk memperkirakan tingkat nilai penjualan produk jasa, apabila penyaluran kredit dan biaya asuransi diketahui.

5.9. Analisis Perkembangan Penjualan

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

$$Y' = a + bX$$

Dimana:

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

X = adalah periode tahunan

a = adalah nilai trend dari periode dasar dengan sumbu X

b = adalah slope dari garis trend

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

$$1. \Sigma Y_i = na + b \Sigma X_i \text{ atau } a = \frac{\Sigma Y_i}{n}$$

$$2. \sum Y_i X_i = a \sum X_i + b \sum X_i^2$$

$$\sum Y_i = b \sum X_i^2$$

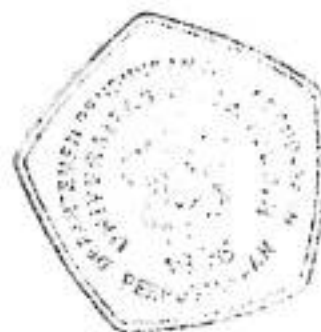
atau

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

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

TABEL VII
TREND PENJUALAN PRODUK JASA
PADA PERUM PEGADAIN CABANG UJUNG PANDANG
1990 - 1994

Tahun	X_i	Hasil Penjualan	$X_i Y_i$	X_i^2
1990	-2	8.620.316.000	-17.240.632.000	4
1991	-1	11.073.300.000	-11.073.300.000	1
1992	0	11.975.351.500	0	0
1993	1	12.393.033.000	12.393.033.000	1
1994	0	14.286.774.000	28.573.548.000	4
Jumlah	0	58.348.774.500	12.652.649.000	10



Sumber: Perum Pegadaian Cabang Ujung Pandang (Data diolah)

Dari data diatas maka dapat dimasukkan ke dalam persamaan sebagai berikut:

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

$$58.348.774.500 = 5a$$

$$a = \frac{58.348.774.500}{5}$$

$$a = \frac{\text{Rp. } 11.669.754.900}{2}$$

$$Y_{xX_i} = aX_i + b X_i^2 \quad \text{atau} \quad b = \frac{\sum Y_i X_i}{n}$$

$$12.652.649 = 10 b$$

$$b = 1.265.264,9$$

$$b = \text{Rp. } 1.262.264.900$$

Selanjutnya untuk menghitung ramalan atau perkembangan khusus penjualan perusahaan maka dengan memakai fungsi linear : $Y' = a + bX$ dengan berpatokan pada tahun : $X = 0$ maka tahun dasarnya adalah tahun 1992, maka kita dapat ketahui perkembangan penjualan pada tahun 1995 sebagai berikut:

$$\begin{aligned} Y' &= a + bX \quad X = n(3) \\ &= 11.669.754.900 + 1.265.264,9 X \\ &= 11.669.754.900. + 1265.264,9 (3) \end{aligned}$$

$$Y' = \text{Rp. } 3.504.722.265$$

=====

Dari hasil perhitungan di atas, maka dapat diketahui bahwa jumlah atau perkembangan hasil penyaluran kredit pada tahun 1995 adalah Rp. 3.504.772.264.

Untuk mengetahui estimasi penjualan produk jasa layanan untuk tahun-tahun berikut, maka kita mensubstitusikan nilai kolom X pada persamaan :

$$Y' = 11.669.754.900 + 1.265.264,9$$

Berturut-turut dari tahun 1995 sampai dengan tahun 1999 sehingga diperoleh estimasi penjualan untuk 5 tahun mendatang seperti pada tabel dibawah ini :

TABEL VIII
ESTIMASI JUMLAH PENJUALAN
1995 - 1999

Tahun	Penjualan Jasa (Rp)
1995	3.504.722.265
1996	4.389.340.000
1997	5.411.480.000
1998	6.433.480.000
1999	7.455.776.000

Sumber: Hasil analisa sendiri

Dari tabel VIII, nampak bahwa proyeksi penjualan produk jasa layanan pada Perum Pegadaian mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.

BAB VI
SIMPULAN DAN SARAN

6.1. S i m p u l a n

Berdasarkan hasil uraian yang dikemukakan pada bab terdahulu, mengenai sistem pegadaian dalam praktek pemasaran jasa pada Perum Pegadaian cabang Ujung Pandang, maka dapatlah penulis menyimpulkan sebagai berikut:

Pegadaian merupakan salah satu BUMN Departemen keuangan yang didirikan sejak tahun 1901 yang sekarang berusia 94 tahun, oleh pemerintah Hindia Belanda.

Berdasarkan organisasi dan tata kerja Perum Pegadaian bertujuan:

1. Turut melaksanakan dan menunjang pelaksanaan kebijaksanaan dan program pemerintah dibidang ekonomi dan pembangunan Nasional pada umumnya melalui penyaluran uang pinjaman atas dasar hukum gadai.
2. Mencegah praktek pegadaian gelap, riba dan pinjaman tidak wajar lainnya.

Perusahaan mempunyai tugas pokok menyalurkan uang pinjaman atas dasar hukum gadai dan usaha lainnya yang berhubungan dengan tujuan perusahaan atas persetujuan Menteri.

Pada kondisi sekarang Perum Pegadaian banyak terjadi perubahan-perubahan, perubahan tersebut maka:

1. Respon terhadap pasar dipentingkan (pelayanan kepada konsumen/nasabah dipentingkan, mencari pasar baru, pengembangan produk baru, kepuasan terhadap nasabah

diutamakan melalui marketing concept).

2. Produk jasa yang dijual oleh Perum Pegadaian berada dengan pesaing antara lain:
 - a. Pemberian kredit atas dasar hukum gadai
 - b. Jaminan kredit adalah barang bergerak
 - c. Pelayanan hanya memerlukan waktu + 15 menit nasabah telah dapat mencairkan kredit
 - d. Kredit diberikan jangka pendek
 - e. Segmen pasar pada kelas menengah kebawah.

6.2. Saran-saran

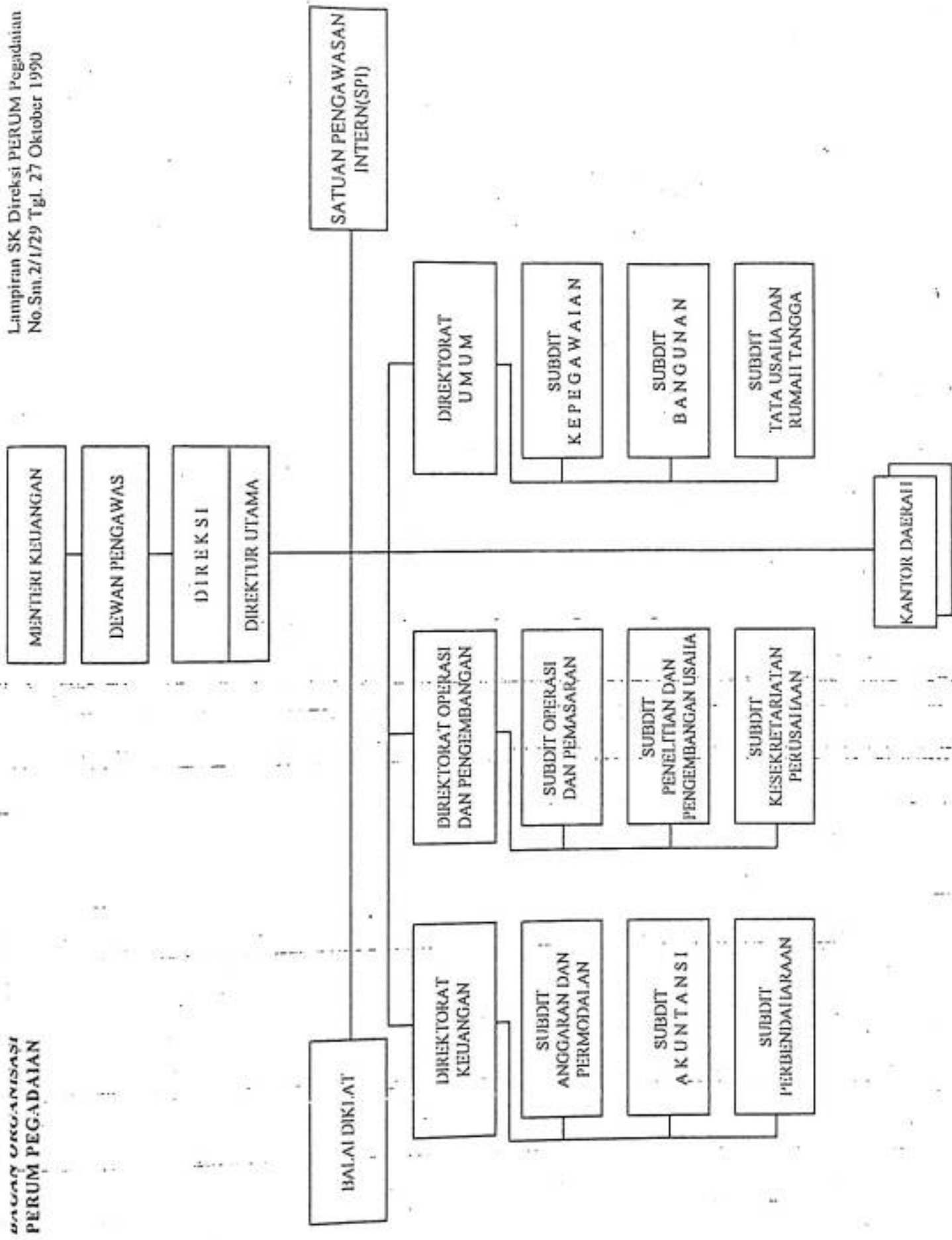
Dalam usaha meningkatkan penjualan dan market share dihubungkan dengan masalah-masalah yang ditemui dalam praktek pemasaran jasa pelayanan penulis mencoba memberikan saran dan masukan yang kiranya dapat bermanfaat bagi perusahaan dalam mencapai tujuannya, adapun saran-saran tersebut:

1. Dalam bidang promosi, disamping dilaksanakan oleh Perum Pegadaian pusat hendaknya Perum Pegadaian cabang yang berada di propinsi-propinsi dan kecamatan-kecamatan khususnya di Sulawesi Selatan juga mengadakan promosi seperti memanfaatkan surat kabar kecil, radio swasta niaga dan membuat kelender dengan mencatumkan Produk-produk jasa layanan hendaknya lebih ditingkatkan jumlahnya.
2. Kepada nasabah yang pernah, kadang-kadang, dan yang menjadi langganan Perum Pegadaian selayaknya kita terus

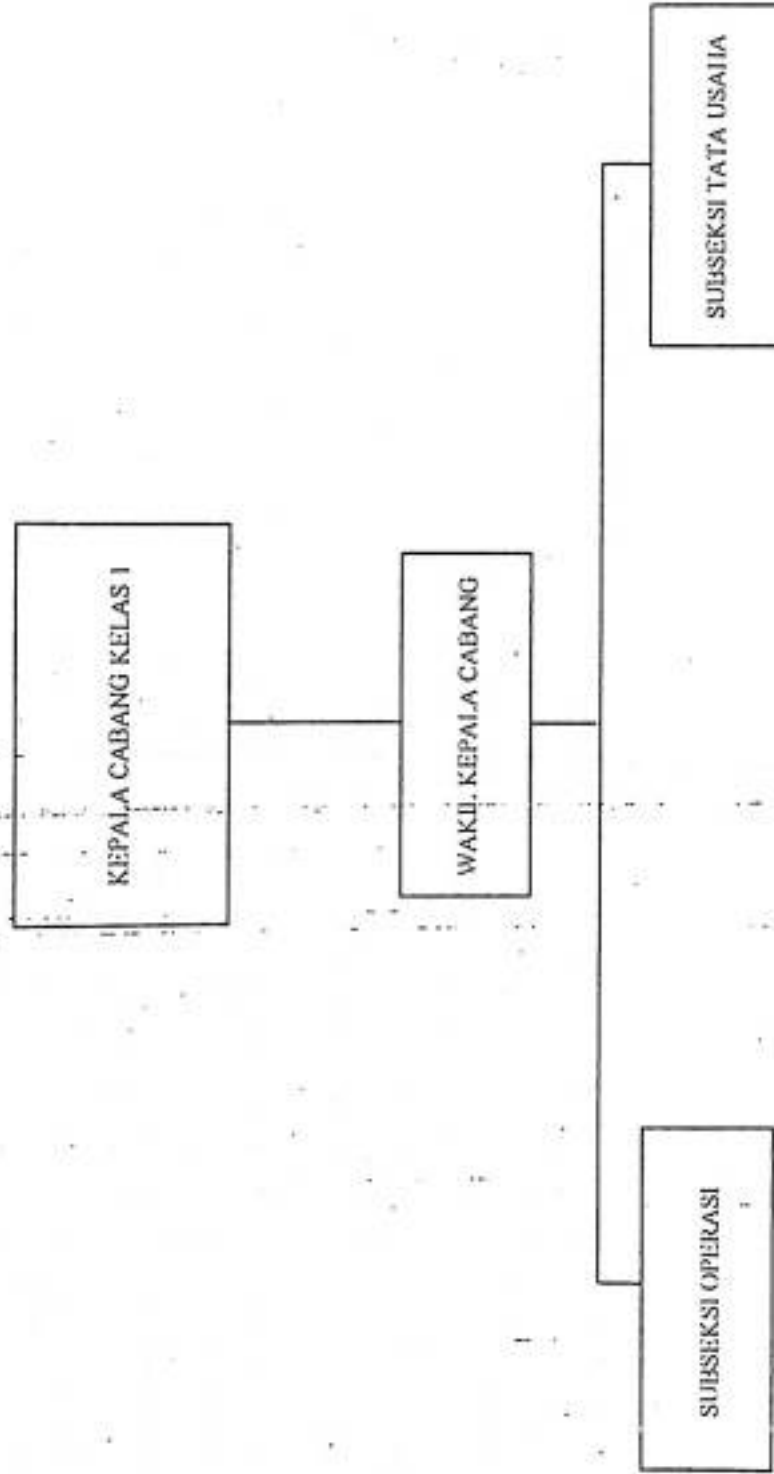
membina hubungan agar tetap terjalin akrab, karena sesungguhnya nasabah bagi perusahaan yang tidak tampak. Begitu pula nasabah potensial yaitu calon nasabah yang belum sempat merasakan kredit gadai dan produk lainnya. Perum Pegadaian juga harus menempatkan sikap yang tepat melalui informasi lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

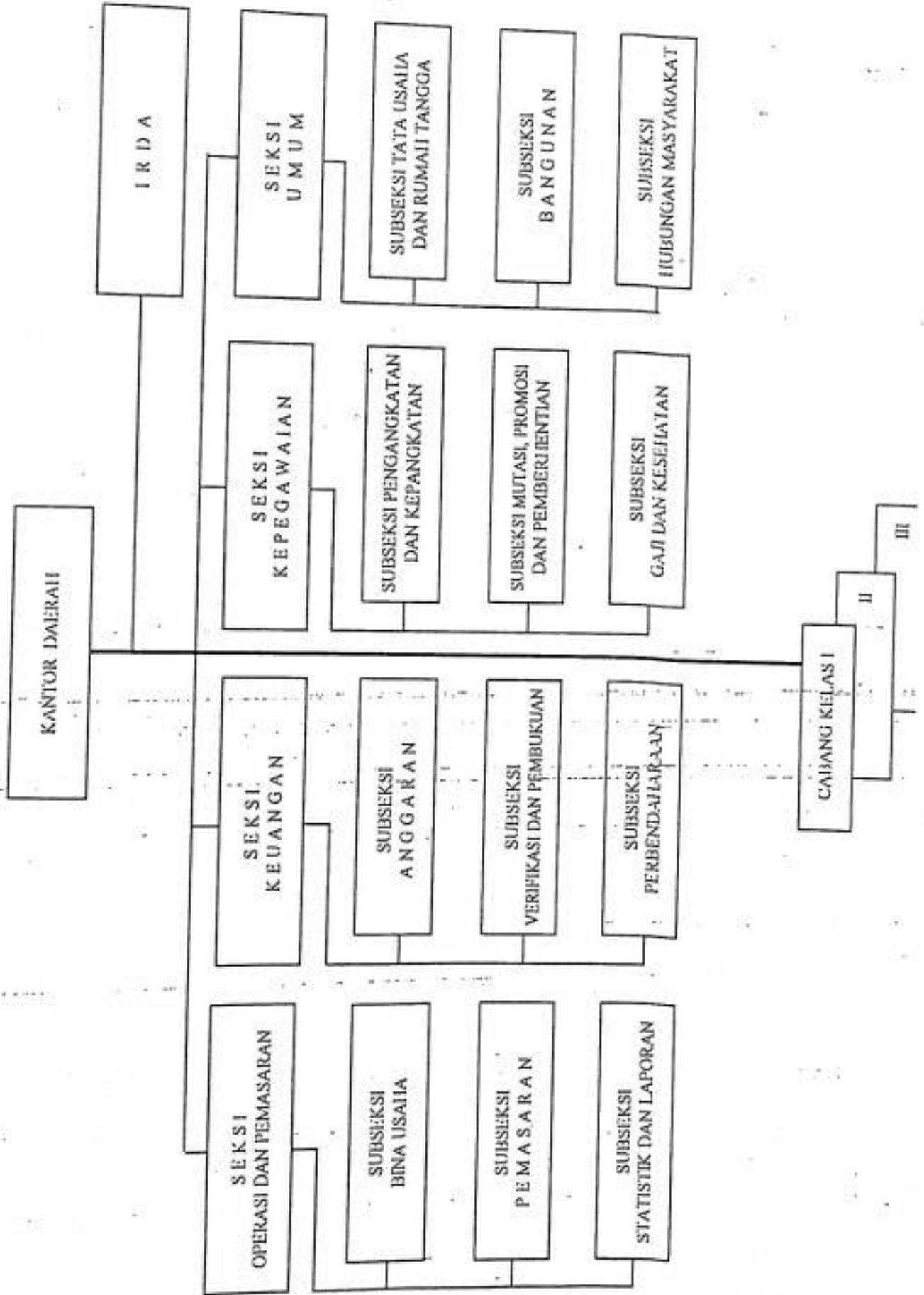
- Anto Dajan, Pengantar Metode Statistik, jilid II, tahun 1973, LP3ES.
- Kotler, Philip, Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi ketiga, Intermedia, tahun 1987.
- Kotler, Philip, Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan dan Pengendalian, jilid I, Edisi kelima, tahun 1987.
- Mulyadi., Sistem Akuntansi, Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi YKPN Yogyakarta, Edisi kedua, tahun 1989.
- Mc Charty E. Jerome dan D. Perreault William.m Dasar-Dasar Pemasaran, Penerbit Erlangga, edisi kelima, tahun 1993.
- Nitisemito, Alaex, S., Marketing, Edisi keempat, Jakarta Ghalia Indonesia, tahun 1982.
- Swastha Basu DH dan Sukotjo Ibnu: Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern, Edisi Revisi, Penerbit Liberty Yogyakarta, tahun 1982.
- Swastha Basu DH dan Handoko Hani T, Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen, Penerbit Liberty, Yogyakarta, tahun 1987.
- Walpole E. Ronald, Pengantar Statistik, Edisi ke-3, Penarbit PT. Gramedia, Jakarta, tahun 1988.
- William J. Stanton, Prinsip Pemasaran, jilid 2, edisi ke-7 tahun 1993, Penerbit Erlangga.



STRUKTUR ORGANISASI



STRUKTUR ORGANISASI



----- REGRESSION ANALYSIS -----
 DEPENDENT VARIABLE: X1

REGRESSION COEFFICIENT	STD. ERROR	T (DF= 2)	PROB.	PARTIAL r^2
5534.2931	3812.8228	1.451	.28375	.5130
-38670.2557	36326.8786	-1.065	.39861	.3617
CONSTANT 10092476259.3590				

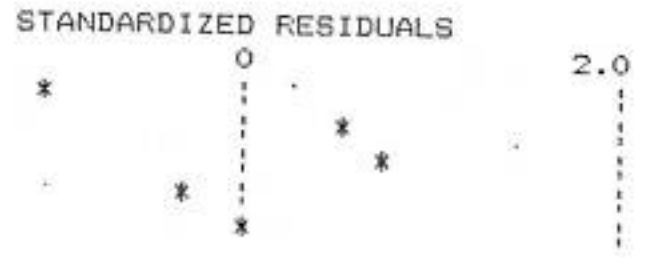
ERROR OF EST. = 1434346163.3630

ADJUSTED R SQUARED = .5193
 R SQUARED = .7597
 MULTIPLE R = .8716

ANALYSIS OF VARIANCE TABLE

SOURCE	SUM OF SQUARES	D.F.	MEAN SQUARE	F RATIO	PROB.
REGRESSION	1.30054E+19	2	6.50272E+18	3.161	.2403
RESIDUAL	4.11470E+18	2	2.05735E+18		
TOTAL	1.71201E+19	4			

OBSERVED	CALCULATED	RESIDUAL
9.6203E+09	1.0102E+10	-1.4821E+09
1.1073E+10	1.0300E+10	7.73253E+08
1.1975E+10	1.0889E+10	1.08587E+09
1.2393E+10	1.2768E+10	-3.7545E+08
1.4287E+10	1.4288E+10	-1542638.2600



SHAPIRO-WILK TEST = 1.8129

Lampiran 5. Distribusi t pada Beberapa Level Probabilitas

df	Level signifikan, Uji satu ekor					
	.10	.05	.025	.01	.005	.0005
	Level signifikan, Uji dua ekor					
	.20	.10	.05	.02	.01	.001
1	3.078	6.314	12.706	31.821	63.657	636.619
2	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925	31.598
3	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841	12.941
4	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604	8.610
5	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032	6.850
6	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707	5.959
7	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499	5.406
8	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355	5.041
9	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250	4.701
10	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169	4.587
11	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106	4.437
12	1.356	1.782	2.179	2.631	3.055	4.318
13	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012	4.221
14	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977	4.140
15	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947	4.073
16	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921	4.015
17	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898	3.965
18	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878	3.922
19	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861	3.883
20	1.325	1.725	2.086	2.525	2.845	3.850
21	1.323	1.721	2.080	2.518	2.831	3.819
22	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819	3.792
23	1.321	1.714	2.069	2.500	2.807	3.767
24	1.319	1.711	2.064	2.492	2.797	3.745
25	1.318	1.708	2.060	2.485	2.787	3.725
26	1.315	1.706	2.056	2.479	2.779	3.707
27	1.314	1.703	2.052	2.473	2.771	3.690
28	1.313	1.701	2.048	2.467	2.763	3.674
29	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756	3.659
30	1.310	1.697	2.042	2.457	2.750	3.646
40	1.303	1.684	2.021	2.423	2.704	3.551
60	1.296	1.671	2.000	2.390	2.660	3.460
120	1.289	1.658	1.980	2.358	2.617	3.373
∞	1.282	1.645	1.960	2.328	2.576	3.291

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



Taban P₁

DAFTAR D
Mila Persentil Untuk Distribusi P
(Mila Persentil Untuk Badan Daftar Milya
Basis Atas Untuk P = 0,05 dan
Basis Bawah Untuk P = 0,01)

$N_i = dk p \cdot m$

$N_2 = d$
Penyebut

bilangan

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	14	16	20	24	30	40	50	75	100	200	300	500	
1	161	200	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	246	248	249	250	252	253	253	253	253	253	253	254
2	4033	4999	5403	5625	5767	5859	5920	5951	6023	6056	6082	6106	6142	6169	6206	6234	6258	6284	6302	6323	6334	6334	6332	6341	6346
3	18,31	19,00	19,16	19,25	19,30	19,33	19,36	19,37	19,38	19,39	19,40	19,41	19,42	19,43	19,44	19,45	19,46	19,47	19,47	19,48	19,48	19,49	19,49	19,50	19,50
4	98,49	99,01	99,17	99,23	99,30	99,33	99,34	99,36	99,38	99,40	99,41	99,42	99,43	99,44	99,45	99,46	99,47	99,48	99,48	99,49	99,49	99,49	99,50	99,50	99,50
5	10,13	9,55	9,26	9,12	9,01	8,94	8,88	8,84	8,81	8,78	8,76	8,74	8,71	8,69	8,66	8,64	8,62	8,60	8,58	8,57	8,56	8,56	8,56	8,56	8,57
6	34,12	30,61	29,46	28,71	28,24	27,91	27,67	27,49	27,34	27,23	27,13	27,05	26,97	26,89	26,80	26,70	26,60	26,41	26,30	26,27	26,23	26,18	26,14	26,12	26,12
7	7,71	6,94	6,39	6,26	6,16	6,09	6,04	6,01	6,00	5,99	5,93	5,91	5,87	5,84	5,80	5,77	5,74	5,71	5,70	5,68	5,66	5,65	5,64	5,63	5,63
8	21,30	18,00	16,69	15,98	15,23	15,21	14,98	14,80	14,68	14,54	14,45	14,37	14,24	14,15	14,05	13,93	13,83	13,74	13,69	13,61	13,57	13,52	13,48	13,46	13,46
9	6,61	5,79	5,41	5,19	5,05	4,95	4,88	4,82	4,78	4,74	4,70	4,68	4,64	4,60	4,55	4,50	4,46	4,44	4,42	4,42	4,42	4,42	4,42	4,42	4,42
10	16,26	13,27	12,06	11,39	10,97	10,67	10,45	10,27	10,15	10,05	9,94	9,84	9,72	9,63	9,53	9,47	9,38	9,29	9,24	9,17	9,13	9,07	9,04	9,02	9,02
11	5,99	5,14	4,76	4,53	4,39	4,28	4,21	4,15	4,10	4,06	4,03	4,00	3,96	3,92	3,87	3,81	3,77	3,75	3,72	3,71	3,69	3,68	3,67	3,67	3,67
12	13,74	10,92	9,70	9,15	8,75	8,47	8,26	8,10	7,98	7,87	7,79	7,72	7,60	7,52	7,39	7,31	7,23	7,14	7,05	7,02	6,99	6,94	6,90	6,85	6,85
13	3,59	4,74	4,35	4,12	3,97	3,87	3,79	3,73	3,68	3,63	3,60	3,57	3,53	3,49	3,44	3,38	3,34	3,32	3,29	3,28	3,25	3,24	3,23	3,23	3,23
14	17,25	9,55	8,45	7,85	7,46	7,19	7,00	6,84	6,71	6,62	6,54	6,47	6,35	6,27	6,13	6,07	5,98	5,90	5,85	5,78	5,75	5,70	5,67	5,65	5,65
15	8,28	4,46	4,07	3,84	3,69	3,58	3,50	3,44	3,39	3,34	3,31	3,28	3,24	3,20	3,15	3,12	3,08	3,05	3,03	3,00	2,98	2,94	2,94	2,93	2,93
16	11,28	8,65	7,59	7,01	6,63	6,37	6,19	6,03	5,91	5,82	5,74	5,67	5,54	5,48	5,36	5,28	5,20	5,11	5,06	5,00	4,96	4,91	4,88	4,85	4,85
17	5,42	4,74	3,86	3,63	3,46	3,37	3,29	3,23	3,18	3,13	3,10	3,07	3,02	2,98	2,93	2,84	2,82	2,80	2,77	2,76	2,73	2,72	2,72	2,71	2,71
18	10,56	8,02	6,99	6,42	6,04	5,80	5,62	5,47	5,35	5,26	5,18	5,11	5,00	4,92	4,80	4,73	4,64	4,58	4,51	4,45	4,43	4,41	4,36	4,33	4,31
19	4,67	4,10	3,71	3,48	3,33	3,23	3,14	3,07	3,02	2,97	2,94	2,91	2,86	2,82	2,77	2,74	2,70	2,67	2,64	2,61	2,59	2,56	2,55	2,54	2,54
20	10,04	7,36	6,35	5,99	5,64	5,39	5,21	5,06	4,93	4,83	4,76	4,71	4,60	4,52	4,41	4,33	4,25	4,17	4,12	4,05	4,01	3,94	3,91	3,89	3,89
21	4,84	3,98	3,39	3,36	3,20	3,09	3,01	2,93	2,90	2,84	2,82	2,79	2,74	2,70	2,65	2,61	2,57	2,53	2,50	2,47	2,43	2,43	2,41	2,40	2,40
22	9,45	7,20	6,22	5,87	5,52	5,27	5,07	4,90	4,74	4,63	4,54	4,46	4,39	4,31	4,20	4,10	4,03	3,94	3,88	3,80	3,74	3,70	3,68	3,62	3,60
23	4,75	3,88	3,49	3,24	3,11	3,00	2,92	2,85	2,80	2,76	2,72	2,69	2,64	2,60	2,54	2,50	2,46	2,42	2,40	2,36	2,33	2,32	2,31	2,30	2,30
24	9,33	6,93	5,95	5,41	5,04	4,82	4,65	4,50	4,39	4,30	4,22	4,15	4,07	3,98	3,84	3,78	3,70	3,61	3,56	3,49	3,46	3,41	3,38	3,35	3,35
25	4,67	3,80	3,41	3,18	3,03	2,92	2,84	2,77	2,72	2,67	2,63	2,60	2,56	2,52	2,46	2,42	2,38	2,34	2,32	2,28	2,24	2,22	2,21	2,21	2,21
26	9,07	6,70	5,74	5,20	4,86	4,63	4,44	4,30	4,19	4,10	4,03	3,96	3,87	3,78	3,67	3,59	3,51	3,43	3,37	3,30	3,27	3,21	3,18	3,16	3,16
27	4,60	3,74	3,34	3,11	2,96	2,85	2,77	2,70	2,65	2,60	2,56	2,53	2,49	2,44	2,39	2,35	2,31	2,27	2,24	2,21	2,18	2,16	2,14	2,14	2,13
28	8,88	6,51	5,56	5,03	4,69	4,46	4,28	4,14	4,03	3,94	3,86	3,79	3,70	3,61	3,51	3,43	3,34	3,26	3,21	3,14	3,11	3,06	3,02	3,00	3,00
29	5,34	3,68	3,29	3,06	2,90	2,79	2,70	2,64	2,59	2,55	2,51	2,48	2,44	2,39	2,35	2,31	2,28	2,25	2,21	2,18	2,15	2,10	2,08	2,07	2,07
30	8,68	6,36	5,42	4,89	4,56	4,32	4,14	4,00	3,89	3,80	3,73	3,67	3,59	3,50	3,38	3,29	3,20	3,12	3,07	3,00	2,97	2,92	2,89	2,87	2,87
31	4,49	3,63	3,24	3,01	2,85	2,74	2,66	2,59	2,54	2,49	2,45	2,42	2,37	2,33	2,28	2,24	2,20	2,16	2,13	2,09	2,07	2,04	2,02	2,02	2,01
32	9,53	6,23	5,29	4,76	4,44	4,20	4,03	3,89	3,76	3,69	3,61	3,55	3,45	3,37	3,25	3,18	3,10	3,01	2,95	2,89	2,84	2,80	2,77	2,75	2,75
33	4,45	3,59	3,20	2,96	2,81	2,70	2,62	2,55	2,50	2,45	2,41	2,38	2,33	2,29	2,23	2,19	2,15	2,11	2,08	2,04	2,02	1,99	1,97	1,97	1,95
34	8,40	6,11	5,18	4,67	4,31	4,10	3,93	3,79	3,68	3,59	3,52	3,45	3,37	3,27	3,16	3,08	3,00	2,92	2,86	2,79	2,74	2,70	2,67	2,67	2,65
35	4,41	3,55	3,16	2,93	2,77	2,66	2,58	2,51	2,46	2,41	2,37	2,34	2,29	2,25	2,19	2,15	2,11	2,07	2,04	2,00	1,98	1,95	1,93	1,93	1,92
36	8,28	6,01	5,09	4,53	4,23	4,01	3,83	3,71	3,60	3,51	3,44	3,37	3,29	3,20	3,07	3,00	2,91	2,83	2,78	2,71	2,68	2,62	2,59	2,57	2,57
37	4,32	3,52	3,13	2,90	2,74	2,63	2,55	2,48	2,43	2,38	2,34	2,31	2,26	2,22	2,15	2,11	2,07	2,02	2,00	1,96	1,94	1,91	1,90	1,89	1,89
38	8,18	5,92	5,01	4,50	4,17	3,94	3,77	3,63	3,52	3,43	3,36	3,29	3,21	3,12	3,00	2,92	2,84	2,74	2,70	2,63	2,60	2,54	2,51	2,51	2,51
39	4,35	3,49	3,10	2,87	2,71	2,60	2,52	2,45	2,40	2,35	2,31	2,28	2,23	2,18	2,13	2,08	2,04	2,00	1,98	1,94	1,91	1,87	1,85	1,85	1,85
40	8,10	5,85	4,94	4,43	4,10	3,87	3,71	3,58	3,45	3,37	3,30	3,23	3,15	3,03	2,94	2,86	2,77	2,68	2,63	2,56	2,53	2,47	2,44	2,44	2,43
41	4,32	3,47	3,07	2,84	2,68	2,57	2,49	2,42	2,37	2,32	2,28	2,25	2,20	2,15	2,09	2,05	2,00	1,96	1,93	1,89	1,87	1,84	1,82	1,81	1,81
42	8,02	5,78	4,87	4,37	4,04	3,81	3,65	3,51	3,40	3,31	3,24	3,17	3,09	2,98	2,88	2,78	2,69	2,63	2,56	2,51	2,47	2,42	2,38	2,38	2,38

$\bar{y} = \text{dk}$ $\bar{p} = \text{dk}$

No	penyakit	$\bar{y} = \text{dk}$										
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
22		4,30	3,44	3,05	2,52	2,46	2,55	2,47	2,40	2,35	2,30	2,24
		7,94	5,72	4,82	4,31	3,99	3,74	3,59	3,45	3,35	3,24	3,18
23		4,28	3,43	3,02	2,60	2,44	2,53	2,45	2,38	2,32	2,28	2,24
		7,88	5,68	4,76	4,26	3,94	3,71	3,54	3,41	3,30	3,21	3,14
24		4,24	3,40	3,01	2,78	2,42	2,51	2,43	2,34	2,30	2,24	2,22
		7,82	5,61	4,72	4,22	3,90	3,67	3,50	3,36	3,25	3,17	3,09
25		4,24	3,38	2,99	2,74	2,40	2,49	2,41	2,34	2,28	2,24	2,20
		7,72	5,57	4,68	4,18	3,86	3,63	3,46	3,32	3,21	3,13	3,05
26		4,22	3,37	2,99	2,74	2,39	2,47	2,39	2,32	2,27	2,22	2,18
		7,72	5,53	4,64	4,14	3,82	3,59	3,42	3,29	3,17	3,09	3,02
27		4,21	3,35	2,94	2,73	2,37	2,44	2,37	2,30	2,25	2,20	2,14
		7,64	5,49	4,60	4,11	3,79	3,56	3,39	3,24	3,14	3,04	2,98
28		4,20	3,34	2,95	2,71	2,34	2,44	2,34	2,29	2,24	2,19	2,15
		7,64	5,43	4,57	4,07	3,74	3,53	3,34	3,23	3,11	3,03	2,95
29		4,18	3,33	2,97	2,70	2,34	2,43	2,33	2,28	2,22	2,19	2,14
		7,60	5,52	4,54	4,04	3,73	3,50	3,33	3,20	3,08	3,00	2,92
30		4,17	3,32	2,92	2,69	2,33	2,42	2,34	2,27	2,21	2,16	2,12
		7,54	5,38	4,51	4,02	3,70	3,47	3,30	3,17	3,06	2,98	2,90
32		4,15	3,29	2,90	2,67	2,31	2,40	2,32	2,25	2,19	2,10	2,07
		7,50	5,34	4,46	3,97	3,66	3,42	3,25	3,08	3,01	2,94	2,86
34		4,13	3,28	2,88	2,65	2,29	2,38	2,30	2,23	2,17	2,12	2,08
		7,44	5,23	4,42	3,93	3,61	3,38	3,21	3,08	2,97	2,89	2,82
36		4,11	3,24	2,80	2,43	2,48	2,34	2,28	2,21	2,15	2,10	2,04
		7,39	5,25	4,33	3,89	3,58	3,35	3,16	3,04	2,94	2,84	2,78
38		4,10	3,25	2,85	2,47	2,46	2,35	2,26	2,19	2,14	2,09	2,03
		7,35	5,21	4,34	3,86	3,54	3,32	3,13	3,02	2,91	2,82	2,75
40		4,09	3,24	2,84	2,41	2,45	2,34	2,25	2,18	2,12	2,07	2,04
		7,31	5,18	4,31	3,83	3,51	3,29	3,12	2,99	2,88	2,80	2,73
42		4,07	3,22	2,82	2,39	2,44	2,32	2,24	2,17	2,11	2,06	2,02
		7,27	5,15	4,29	3,80	3,48	3,26	3,10	2,96	2,86	2,77	2,70
44		4,05	3,21	2,82	2,38	2,43	2,31	2,23	2,14	2,10	2,05	2,01
		7,24	5,12	4,26	3,78	3,46	3,24	3,07	2,94	2,84	2,75	2,68
46		4,03	3,20	2,81	2,37	2,42	2,30	2,22	2,14	2,09	2,04	2,00
		7,21	5,10	4,24	3,74	3,44	3,22	3,05	2,92	2,82	2,73	2,66
48		4,04	3,17	2,80	2,34	2,41	2,30	2,21	2,14	2,08	2,03	1,99
		7,19	5,06	4,22	3,74	3,42	3,20	3,04	2,90	2,80	2,71	2,64
50		4,02	3,18	2,79	2,34	2,40	2,29	2,20	2,13	2,07	2,03	1,98
		7,17	5,04	4,20	3,72	3,41	3,18	3,02	2,88	2,78	2,70	2,62
55		4,02	3,17	2,78	2,34	2,38	2,27	2,18	2,11	2,05	2,00	1,97
		7,12	5,01	4,16	3,68	3,37	3,15	2,98	2,85	2,75	2,66	2,58
60		4,00	3,15	2,76	2,32	2,37	2,25	2,17	2,10	2,04	1,99	1,95
		7,08	4,96	4,13	3,65	3,34	3,12	2,95	2,82	2,72	2,63	2,54
65		3,99	3,14	2,75	2,31	2,34	2,24	2,15	2,08	2,02	1,98	1,94
		7,04	4,93	4,10	3,62	3,31	3,09	2,92	2,79	2,70	2,61	2,54
70		3,98	3,13	2,74	2,30	2,33	2,22	2,14	2,07	2,01	1,97	1,93
		7,01	4,92	4,06	3,60	3,29	3,07	2,91	2,77	2,67	2,59	2,51
12		2,23	2,18	2,13	2,07	2,03	1,98	1,93	1,91	1,87	1,84	1,81
		3,12	3,02	2,94	2,83	2,75	2,67	2,58	2,53	2,46	2,42	2,37
14		2,20	2,14	2,10	2,04	2,00	1,94	1,91	1,83	1,84	1,82	1,79
		3,07	2,97	2,89	2,78	2,70	2,62	2,53	2,48	2,41	2,37	2,32
16		2,18	2,13	2,09	2,02	1,98	1,94	1,89	1,85	1,82	1,80	1,76
		3,03	2,93	2,85	2,74	2,66	2,58	2,49	2,44	2,36	2,32	2,27
18		2,16	2,11	2,06	2,00	1,96	1,92	1,87	1,84	1,80	1,77	1,74
		2,99	2,89	2,81	2,70	2,62	2,54	2,45	2,40	2,32	2,29	2,24
20		2,15	2,10	2,05	1,99	1,95	1,90	1,85	1,82	1,78	1,74	1,72
		2,94	2,84	2,77	2,64	2,56	2,48	2,40	2,34	2,28	2,25	2,19
22		2,13	2,08	2,02	1,97	1,93	1,88	1,84	1,80	1,74	1,71	1,68
		2,93	2,83	2,74	2,63	2,55	2,47	2,38	2,33	2,25	2,21	2,16
24		2,12	2,04	2,02	1,94	1,91	1,87	1,81	1,78	1,73	1,72	1,69
		2,90	2,80	2,71	2,60	2,52	2,44	2,35	2,30	2,22	2,18	2,13
26		2,10	2,05	2,00	1,94	1,90	1,85	1,80	1,77	1,73	1,71	1,68
		2,87	2,77	2,68	2,57	2,49	2,41	2,32	2,27	2,19	2,15	2,10
28		2,09	2,04	1,99	1,93	1,89	1,84	1,79	1,74	1,72	1,69	1,64
		2,84	2,74	2,66	2,55	2,47	2,38	2,29	2,24	2,16	2,13	2,07
30		2,02	1,97	1,91	1,84	1,82	1,74	1,74	1,74	1,69	1,64	1,61
		2,80	2,70	2,62	2,51	2,42	2,34	2,25	2,20	2,12	2,08	2,02
32		2,05	2,00	1,95	1,89	1,84	1,80	1,74	1,71	1,67	1,64	1,61
		2,74	2,64	2,58	2,47	2,38	2,30	2,21	2,15	2,08	2,04	1,98
34		2,03	1,93	1,89	1,87	1,82	1,78	1,72	1,69	1,65	1,62	1,59
		2,72	2,62	2,54	2,43	2,35	2,26	2,17	2,12	2,04	2,00	1,94
36		2,02	1,94	1,92	1,85	1,80	1,76	1,71	1,67	1,63	1,60	1,57
		2,69	2,59	2,51	2,40	2,32	2,22	2,14	2,08	2,00	1,97	1,90
38		2,00	1,95	1,90	1,84	1,79	1,74	1,69	1,66	1,61	1,59	1,53
		2,64	2,54	2,49	2,37	2,29	2,20	2,11	2,03	1,97	1,94	1,88
40		1,99	1,94	1,89	1,83	1,78	1,73	1,68	1,64	1,60	1,57	1,54
		2,64	2,54	2,46	2,35	2,26	2,17	2,08	2,02	1,94	1,91	1,85
42		1,98	1,92	1,86	1,81	1,74	1,72	1,64	1,63	1,54	1,54	1,48
		2,62	2,52	2,44	2,32	2,24	2,15	2,04	2,00	1,92	1,88	1,82
44		1,97	1,91	1,87	1,80	1,75	1,71	1,65	1,62	1,57	1,54	1,48
		2,60	2,50	2,42	2,30	2,22	2,13	2,01	1,98	1,90	1,84	1,78
46		1,96	1,90	1,84	1,79	1,74	1,70	1,64	1,61	1,56	1,53	1,47
		2,58	2,48	2,40	2,28	2,20	2,11	2,02	1,94	1,84	1,78	1,72
48		1,93	1,90	1,85	1,78	1,74	1,69	1,63	1,60	1,55	1,52	1,48
		2,53	2,44	2,36	2,26	2,18	2,10	2,00	1,94	1,84	1,78	1,72
50		1,93	1,88	1,83	1,76	1,72	1,67	1,61	1,58	1,52	1,50	1,44
		2,53	2,43	2,35	2,23	2,15	2,06	1,94	1,90	1,82	1,76	1,70
52		1,92	1,86	1,81	1,75	1,70	1,65	1,59	1,55	1,50	1,48	1,42
		2,50	2,40	2,32	2,20	2,12	2,03	1,93	1,87	1,79	1,74	1,68
54		1,90	1,85	1,80	1,73	1,68	1,63	1,57	1,51	1,49	1,44	1,39
		2,47	2,37	2,30	2,18	2,09	2,00	1,90	1,84	1,74	1,68	1,62
56		1,89	1,84	1,79	1,72	1,67	1,62	1,56	1,51	1,47	1,43	1,37
		2,47	2,37	2,30	2,18	2,09	2,00	1,90	1,84	1,74	1,68	1,62
58		1,89	1,84	1,79	1,72	1,67	1,62	1,56	1,51	1,47	1,43	1,37
		2,45	2,35	2,28	2,16	2,07	2,00	1,90	1,84	1,74	1,68	1,62
60		1,88	1,83	1,78	1,71	1,66	1,61	1,55	1,51	1,47	1,43	1,37
		2,44	2,34	2,27	2,15	2,06	2,00	1,90	1,84	1,74	1,68	1,62
62		1,87	1,82	1,77	1,70	1,65	1,60	1,54	1,50	1,46	1,42	1,36
		2,43	2,33	2,26	2,14	2,05	2,00	1,90	1,84	1,74	1,68	1,62
64		1,86	1,81	1,76	1,69	1,64	1,59	1,53	1,50	1,46	1,42	1,36
		2,42	2,32	2,25	2,13	2,04	2,00	1,90	1,84	1,74	1,68	1,62
66		1,85	1,80	1,75	1,68	1,63	1,58	1,52	1,48	1,44	1,40	1,34
		2,41	2,31	2,24	2,12	2,03	2,00	1,90	1,84	1,74	1,68	1,62
68		1,84	1,79	1,74	1,67	1,62	1,56	1,51	1,47	1,43	1,39	1,33
		2,40	2,30	2,23	2,11	2,02	2,00	1,90	1,84	1,74	1,68	1,62
70		1,83	1,78	1,73	1,66	1,61	1,55	1,50	1,46	1,42	1,38	1,32
		2,39	2,29	2,22	2,10	2,01	2,00	1,90	1,84	1,74	1,68	1,62

DAFTAR D (Lanjutan)

$\chi^2 = dk$ penyebut	$Y = dk$ Pembil.											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
60	3,94	3,11	2,72	2,48	2,33	2,21	2,12	2,05	1,99	1,95	1,91	1,88
100	4,94	4,04	3,58	3,25	3,04	2,87	2,74	2,64	2,55	2,48	2,43	2,41
125	5,94	5,09	4,62	4,29	4,10	3,93	3,80	3,70	3,61	3,53	3,47	3,45
150	6,94	6,09	5,62	5,29	5,10	4,93	4,80	4,70	4,61	4,53	4,47	4,45
200	8,94	8,09	7,62	7,29	7,10	6,93	6,80	6,70	6,61	6,53	6,47	6,45
400	13,94	13,09	12,62	12,29	12,10	11,93	11,80	11,70	11,61	11,53	11,47	11,45
1000	18,94	18,09	17,62	17,29	17,10	16,93	16,80	16,70	16,61	16,53	16,47	16,45
60	3,84	3,02	2,60	2,37	2,21	2,09	2,01	1,94	1,88	1,83	1,79	1,75
100	4,84	4,00	3,58	3,25	3,04	2,87	2,74	2,64	2,55	2,48	2,43	2,41
125	5,84	5,00	4,58	4,25	4,04	3,87	3,74	3,64	3,55	3,48	3,43	3,41
150	6,84	6,00	5,58	5,25	5,04	4,87	4,74	4,64	4,55	4,48	4,43	4,41
200	8,84	8,00	7,58	7,25	7,04	6,87	6,74	6,64	6,55	6,48	6,43	6,41
400	13,84	13,00	12,58	12,25	12,04	11,87	11,74	11,64	11,55	11,48	11,43	11,41
1000	18,84	18,00	17,58	17,25	17,04	16,87	16,74	16,64	16,55	16,48	16,43	16,41

Sumber : Metode Statistika, DR. Sudjana, M.A., H.Sc., Tarsito, Bandung, 1962.

1 a a 9

	14	16	20	24	30	40	50	75	100	200	300	600
1,02	1,77	1,70	1,65	1,60	1,54	1,51	1,48	1,45	1,42	1,38	1,35	1,32
2,32	2,24	2,11	2,03	1,94	1,84	1,78	1,72	1,65	1,57	1,52	1,49	1,46
1,79	1,75	1,68	1,63	1,57	1,51	1,48	1,42	1,39	1,34	1,30	1,28	1,25
2,26	2,19	2,06	1,98	1,89	1,79	1,73	1,64	1,59	1,51	1,46	1,43	1,40
1,77	1,72	1,65	1,60	1,55	1,49	1,45	1,42	1,38	1,34	1,31	1,27	1,25
2,23	2,15	2,03	1,94	1,85	1,75	1,68	1,59	1,54	1,48	1,40	1,37	1,35
1,76	1,71	1,64	1,59	1,54	1,47	1,44	1,37	1,34	1,29	1,25	1,22	1,20
2,20	2,12	2,00	1,91	1,83	1,72	1,66	1,56	1,51	1,43	1,37	1,33	1,30
1,74	1,69	1,62	1,57	1,52	1,45	1,42	1,35	1,32	1,26	1,22	1,19	1,17
2,17	2,09	1,97	1,88	1,79	1,69	1,63	1,53	1,48	1,39	1,33	1,29	1,26
1,72	1,67	1,60	1,54	1,49	1,42	1,38	1,32	1,28	1,22	1,18	1,15	1,13
2,12	2,04	1,92	1,84	1,74	1,64	1,57	1,47	1,42	1,32	1,26	1,22	1,19
1,70	1,65	1,58	1,53	1,47	1,41	1,34	1,30	1,26	1,19	1,15	1,13	1,10
2,09	2,01	1,89	1,81	1,71	1,61	1,54	1,44	1,38	1,28	1,22	1,19	1,16
1,69	1,64	1,57	1,52	1,46	1,40	1,33	1,28	1,24	1,17	1,13	1,11	1,08
2,07	1,99	1,87	1,79	1,69	1,59	1,52	1,42	1,36	1,25	1,19	1,15	1,12

AAA PEGADAIAN

Cabang

BUJUNG PANDANG

Nomor

SURAT BUKTI KREDIT

PERHATIAN

- Jangka waktu kredit maksimum 4 bulan dan dapat diperpanjang dengan cara angsuran atau uang gadai.
- Sewa modal untuk UP sd Rp. 5 juta = 1,75%/15 hari max. 14%
Untuk UP Rp. 5 juta sd Rp. 10 juta = 1,60%/15 hari max. 12,8%
Untuk UP lebih dari Rp. 10 juta = 1,50%/15 hari max. 12 %
- Biaya Pemeliharaan dan Asuransi barang jaminan untuk gol. B sebesar Rp. 500,-; gol. C sebesar Rp. 1.000,-; gol. D (uang pinjaman sd Rp. 2,5 juta) sebesar Rp. 2.500,-; gol. D (uang pinjaman di atas Rp. 2,5 juta) sebesar 0,1% x uang pinjaman.
- Jika s.d. tgl jatuh tempo pinjaman tidak dilunasi diperpanjang, maka barang jaminan akan dilelang pada tanggal :

Nama Nasabah yang dikuasakan :

Alamat :

Telp.

Barang Jaminan :

CONTOH

Golongan

Tanggal kredit

Tanggal jatuh tempo

Tanda Tangan Kacab/KPK

Tanda Tangan Nasabah yang dikuasakan

Taksiran

Rp.

Rp.

Pinjaman

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

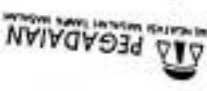
Rp.

Rp.

Rp.

Rp.

Rp.



PT PEGADAIAN

Terima Kasih
Atas Kepercayaan Yang
Diberikan Kepada Kami

Tandatangan Nasabah,
untuk penerimaan kembali
barang jaminan.

PERNYATAAN PEMIJAMAN UANG DENGAN JAMINAN GADAI

- Saya yang nama, dan tanda tangannya tercantum di bawah ini, dengan ini menyatakan bahwa :
- Saya wajib membayar sewa modal atas pinjaman ini, ditung sejak tanggal penerimaan hingga tanggal pengembalian.
 - Sewa modal dan uang pinjaman tersebut merupakan hutang saya terhadap Pegadaian.
 - Untuk menjamin pembayaran hutang, saya menyerahkan barang jaminan sebagaimana diuraikan pada halaman depan.
 - Barang jaminan tersebut seluruhnya atau sebagian milik saya atau milik orang lain yang dikuasakan kepada saya atau milik orang lain yang kepada saya diizinkan untuk dijaminkan. Saya setuju dengan penaksiran sebagaimana ditetapkan oleh Pegadaian. Saya juga setuju apabila diadakan perubahan atau koreksi penaksiran yang dibuat kemudian.
 - Apabila setelah penerimaan uang pinjaman terbukti bahwa nilai sebenarnya barang jaminan kurang dari 113,64 %, dari uang pinjaman, saya bersedia menyerahkan tambahan barang jaminan yang nilainya sedikit-dikitnya sama dengan selisih antara takaran pada saat pemberian uang pinjaman dengan takaran yang dibuat kemudian. Atau, saya akan membayar sejumlah uang, sehingga sisa uang pinjaman setara dengan 88% nilai takaran yang dibuat kemudian. Pembayaran ini ditambah dengan sewa modal.
 - Kewajiban ini akan dipenuhi dalam tempo 14 (empat belas) hari setelah menerima pemberitahuan tertanggal itu. Apabila jera waktu antara koreksi takaran dengan tanggal jatuh tempo kurang dari 14 (empat belas) hari, maka tambahan barang jaminan tersebut akan diserahkan selambat-lambatnya pada tanggal jatuh tempo.
 - Apabila sampai dengan tanggal jatuh tempo saya tidak melunasi/memperbaharui atau mendoli hutang maka Pegadaian berhak dan berkuasa untuk menjual barang jaminan pada tanggal yang ditetapkan. Hasil penjualan setelah dikurangi biaya resmi, merupakan pembayaran hutang saya seluruhnya atau sebagian.
 - Apabila hasil penjualan ternyata kurang dari jumlah hutang serta biaya resmi, sisanya tetap menjadi beban hutang saya untuk dilunasi.
 - Uang kelebihan, yaitu hasil penjualan barang jaminan setelah diburangi dengan hutang serta biaya resmi, akan menjadi milik Pegadaian apabila dalam waktu 12 (dua belas) bulan sejak tanggal lelang, tidak saya ambil.
 - Barang jaminan sebagai mana diuraikan di halaman depan telah di asuransikan. Bila dikemudian hari barang jaminan hilang atau rusak akan diganti sebesar 125% dari nilai takaran.
 - Saya menyatakan akan tunduk pada segala aturan baik yang tercantum dalam Undang-Undang, Peraturan Pemerintah, maupun peraturan dan kebiasaan, yang diadakan oleh Pegadaian.

Nasabah / yang dikuasakan

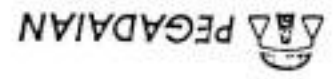
Dibuat oleh, 19

Diterima oleh,

Nomor Urut	Golongan Barang Jaminan	Rata-rata	U.P/Taks.	Pelunasan	Lelang	Jumlah	Akn	
							(Rp)	(Rp)
1								
2								
3								
4								
5								
							Jumlah penerimaan pada bulan ini	
							Jumlah bulan yang lalu	
							Jumlah penerimaan s/d akhir bulan ini	

Bulan : 19

Kantor/Kode :



Kantor/Kode :

No. : KK

Dibayarkan kepada :

Uang Sejumlah :

Rp.

Mata Anggaran	Debet	Kredit

Keterangan

Otorisasi	
Fiat	

19

.Penerima,

BUKTI PEMBAYARAN

Gol./No. SBK		
Uang Pinjaman		Rp
Sewa Modal		
.....hari%	Rp
Jumlah		Rp
Angsuran		Rp
Sisa Uang Pinjaman		Rp
Pembantu Kasir	Kasir	
Tanggal		

potong di sini

SEGI UNTUK PENGELUAR BARANG

No. SBK	Tanggal	Kasir

KAS KREDIT

Kantor/Kode : No. : KK

Dibayarkan kepada :

Uang Sejumlah :

 Rp.

Mata Anggaran	Debet	Kredit

Keterangan

Otorisasi	<input type="text"/>
Fiat	<input type="text"/>

..... 19.....

Penerima,

(.....)

PERUM PEGADAIAN CABANG :

LEMBAR I/II

Tanda Pembayaran Uang Kelebihan

Tgl Pembayaran

No. SBK / Gol	Tgl. Lelang :	Jenis Barang :		Petugas
	Lakunya Lelang			
Bulan Kredit	Uang Pinjaman	Rp.	Rp.	Penerima Uang
	Sewa Modal	Rp.		
	3 % bea lelang	Rp.		
	Uang kelebihan yang dibayarkan	Rp.		



PERMINTAAN KREDIT

No.

Nama Pemohon/Kuasanya :

Alamat :

L P

Pekerjaan (beri tanda) :

- | | | |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> P Petani/Peternak | <input type="checkbox"/> N Nelayan | <input type="checkbox"/> I Industri kecil (barang/jasa) |
| <input type="checkbox"/> D Dagang | <input type="checkbox"/> K Karyawan/ABRI/Pekerja | <input type="checkbox"/> L |

Tujuan penggunaan pinjaman :

<input type="checkbox"/> P	<input type="checkbox"/> N	<input type="checkbox"/> I
<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> L	

No. SBK	Keterangan Mengenai Barang Jaminan	Penaksir
		Taks : Rp.
		UP : Rp.
		Paraf :
		KPK/Kacab
		Taks : Rp.
	UP : Rp.	
	Paraf :	
Golongan		

**LAPORAN RATA-RATA TAKSIRAN
UANG PINJAMAN DAN
PENERIMAAN SEWA MODAL**

 Kantor/Kode :

--	--	--	--

Bulan :19.....

Nomor Urut	Golongan Barang Jaminan	Rata-rata		U.P/Taks. (%)	Sewa Modal Yang Diterima		
		Taksiran	Uang Pinjaman		Pelunasan	Lelang	Jumlah
		(Rp)	(Rp)		(Rp)	(Rp)	(Rp)
1	Akn						
2	Al						
3	B						
4	C						
5	D						
Jumlah penerimaan pada bulan ini							
Jumlah bulan yang lalu							
Jumlah penerimaan s/d akhir bulan ini							

Disetujui oleh,

(.....)

19.....
 Dibuat oleh,

(.....)

UNIVERSITAS HASANUDDIN
FAKULTAS EKONOMI
KAMPUS UNHAS. TAMALANREA
UJUNG PANDANG

199

Nomor :
Lampiran :
Perihal : Penggandaan Skrepsi

Kepada
Yth.

:
Nomor Induk

di

Ujung Pandang

Dersama dengan ini disampaikan kepada Saudara bahwa Skrepsi Saudara dapat diperbanyak sesuai dengan catatan Panitia Ujian Komprehensip Mahasiswa tersebut diatas yang dilaksanakan pada :

Hari : _____

Tanggal : _____

Dengan persetujuan konsultan Mahasiswa bersangkutan. Demikian disampaikan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

D e k a n

u.b. Kepala Sub. Akademik

Drs Marcus Sangga

NIP : 130 535 974

Tembusa :

1. Kotua Jurusan _____

2. Arsip. _____

—000—imp

No.	Nama Mahasiswa	No. Stambuk	Jurusan	Banyaknya	Keterangan

Ujung Pandang, 19..
Yang Menerima,

(_____)

No.	Nama Mahasiswa	No. Stambuk	Jurusan	Banyaknya	Keterangan

Ujung Pandang, 19..
Yang Menerima,

(_____)

No.	Nama Mahasiswa	No. Stambuk	Jurusan	Banyaknya	Keterangan

Ujung Pandang, 19..
Yang Menerima,

(_____)

No.	Nama Mahasiswa	No. Stambuk	Jurusan	Banyaknya	Keterangan

Ujung Pandang, 19..
Yang Menerima,