

**PENGARUH UANG MUKA DAN BESARNYA ANGSURAN
TERHADAP VOLUME PENJUALAN MOBIL DATSUN GO+
PANCA PADA PT INDOMOBIL NISSAN DATSUN HARAPAN
INDAH**

TUGAS AKHIR

**Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Penyelesaian
Program Diploma IV Administrasi Bisnis Otomotif
Pada Politeknik STMI Jakarta**



Disusun Oleh :

RARA FARADIBA

NIM : 1715095

**KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN REPUBLIK INDONESIA
POLITEKNIK STMI JAKARTA
PROGRAM STUDI TEKNOLOGI KIMIA INDUSTRI
2019**

POLITEKNIK STMI JAKARTA
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

JUDUL TUGAS AKHIR :
"PENGARUH UANG MUKA DAN BESARNYA ANGSURAN TERHADAP
VOLUME PENJUALAN MOBIL DATSUN GO+ PANCA A PADA
INDOMOBIL NISSAN DATSUN HARAPAN INDAH"

DISUSUN OLEH :

NAMA : RARA FARADIBA

NIM : 1715095

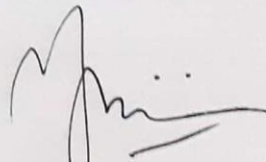
PROGRAM STUDI : ADMINISTRASI BISNIS OTOMOTIF

Telah Diperiksa dan Disetujui untuk
Diajukan dan Dipertahankan dalam Ujian Tugas Akhir
Politeknik STMI Jakarta

Menyetujui

Jakarta, 1 Agustus 2019

Dosen Pembimbing



Drs. Ubaidus Upa, MSc
NIP. 195504121986031003

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR

"PENGARUH UANG MUKA DAN BESARNYA ANGSURAN TERHADAP VOLUME
PENJUALAN MOBIL DATSUN G0+ PANCA PADA PT INDOMOBIL NISSAN
DATSUN DI HARAPAN INDAH"

DISUSUN OLEH:

NAMA : RARA FARADIBA

NIM : 1715095

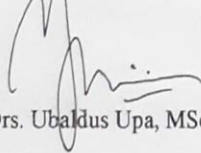
PROGRAM STUDI : ADMINISTRASI BISNIS OTOMOTIF

Telah Diuji oleh Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif
Politeknik STMI Jakarta pada Hari Kamis Tanggal 22 Agustus 2019

Jakarta, 13 September 2019

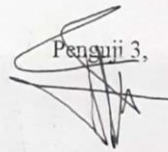
Menyetujui,

Penguji 1,



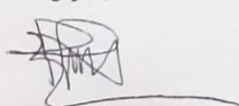
(Drs. Ubaldus Upa, MSc)

Penguji 3,



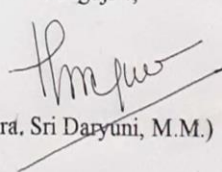
(Bambang Gunadi, SH, M.Si)

Penguji 2,



(Drs. Marison Sitorus, M.M.)

Penguji 4,



(Dra. Sri Daryuni, M.M.)

POLITEKNIK STMI JAKARTA
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN R.I
JAKARTA

2019



LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif Politeknik STMI
Jakarta Kementerian Perindustrian RI

Nama : Rara Faradiba

NIM : 1715095

Dengan ini menyatakan bahwa hasil karya Tugas Akhir yang saya buat dengan
judul :

**“PENGARUH UANG MUKA DAN BESARNYA ANGSURAN TERHADAP
VOLUME PENJUALAN MOBIL DATSUN GO+ PANCA A PADA
INDOMOBIL NISSAN DATSUN HARAPAN INDAH”**

Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan literatur hasil kuliah, survei lapangan, dosen pembimbing, melalui tanya jawab maupun asistensi serta buku-buku jurnal acuan yang tertera dalam referensi pada karya Tugas Akhir ini.

- Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana sains terapan/sarjana di Politeknik STMI Jakarta atau di Universitas/Perguruan Tinggi lain, kecuali pada bagian-bagian tertentu digunakan sebagai referensi yang semestinya dan sumber informasi dengan dicantumkan melalui referensi yang semestinya.
- Bukan merupakan karya tulis terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera dalam referensi pada karya Tugas Akhir saya.

Jika terbukti saya tidak memenuhi apa yang telah saya nyatakan seperti di atas, maka karya Tugas Akhir saya ini dibatalkan.

Jakarta, 1 Agustus 2019

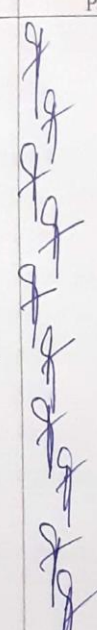
Yang Membuat Pernyataan


METERAI
TEMPEL
18179AFF912062306
(Rara F. 6000
ENAM RIBU RUPIAH




LEMBAR BIMBINGAN PENYUSUNAN LAPORAN TA

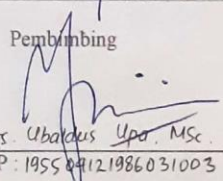
Nama : Para Faradiba
 NIM : 1715095
 Judul TA : Pengaruh Uang Muka dan Besarnya Angsuran terhadap
Volume Penjualan Mobil Datsun Go Panca A pada
Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah
 Pembimbing : Drs. Ubaldus Upa, MSc.

Tanggal	Bab	Keterangan	Paraf
15/05/19	I	Penyerahan bab I dan revisi bagian Latar Belakang	
22/05/19	I - II	ACC bab I, penyerahan bab II dan revisi pada bagian rumus angsuran	
17/06/19	II - III	ACC bab II, penyerahan bab III dan revisi pada penulisan rumus.	
21/06/19	III - IV	ACC bab III, pembahasan bab IV	
27/06/19	IV	ACC bab IV dan pembahasan bab V	
8/07/19	V	Penyerahan bab V, pengoreksian perhitungan rumus	
18/07/19	V	Pengoreksian perhitungan manual dan hasil SPSS.	
22/07/19	V	ACC bab V	
30/07/19	VI	penyerahan bab VI, revisi kesimpulan	
01/08/19	VI	ACC bab VI	

Mengetahui,
Ka Prodi Administrasi Bisnis Otomotif


Julius Satmiko Nuryatno, SE, MM
 NIP : 198607262014021001

Pembimbing


Drs. Ubaldus Upa, MSc.
 NIP : 195504121986031003

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh uang muka dan besarnya angsuran secara parsial dan simultan terhadap volume penjualan pada Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah. Dalam penelitian ini menggunakan variabel independen uang muka (X_1) dan besarnya angsuran (X_2) dan variabel dependen volume penjualan (Y). Metode pengumpulan data yang digunakan dengan menggunakan data penjualan angsuran Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah pada tahun 2014-2018. Data yang digunakan berjumlah 38 hasil penjualan selama 5 tahun. Pengolahan dan analisis data penelitian dilakukan dengan melakukan uji asumsi klasik, uji koefisien determinasi dan uji hipotesa meliputi analisis regresi linier berganda, uji t dan uji f dengan cara manual dan bantuan SPSS versi 22.0. Penelitian ini menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut $Y=19,026-0,00006X_1-0,00442X_2$. Dimana nilai a menunjukkan bahwa jika tidak ada variabel bebas, maka variabel terikat adalah sebesar 19,026. Berdasarkan hasil uji t pada penelitian ini menunjukkan variabel uang muka tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap volume penjualan, dan variabel besarnya angsuran berpengaruh signifikan secara parsial terhadap volume penjualan. Dari hasil uji f menunjukkan bahwa uang muka dan besarnya angsuran berpengaruh secara simultan terhadap volume penjualan. Pada uji koefisien determinasi (R^2) terdapat pengaruh sebesar 22,09% dari variabel independen (uang muka dan besarnya angsuran) terhadap variabel dependen (volume penjualan). Sedangkan sebanyak 77,91% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk kedalam penelitian ini.

Kata kunci: Uang Muka, Besarnya Angsuran, Volume Penjualan, Regresi Linier Berganda.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas Petunjuk, Rahmat dan Hidayah-Nya. Penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir (TA) sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

Penulisan Tugas Akhir (TA) ini merupakan pemenuhan salah satu syarat akademis untuk menyelesaikan program D-IV jurusan Administrasi Bisnis Otomotif pada Politeknik STMI Jakarta, Kementerian Perindustrian RI. Keberhasilan dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan dan motivasi berbagai pihak yang tidak ternilai harganya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini tidak lupa juga penulis mengucapkan terima kasih pada semua pihak yang telah membantu penulis dalam penulisan Tugas Akhir diantaranya:

- Bapak Dr. Mustofa, S.T, M.T, selaku Direktur Utama Politeknik STMI Jakarta.
- Bapak Yulius Jatmiko Nuryatno, SE, MM, selaku Ketua Prodi Administrasi Bisnis Otomotif (ABO) beserta sekretaris jurusan Ibu Angelia Merdiyanti, S.TP, MM. Terima kasih untuk bantuan, dorongan dan bimbingan serta motivasi pada penulis dalam proses penulisan Tugas Akhir ini.
- Bapak Ubaldus Upa, MSc, selaku Dosen Pembimbing. Terima kasih untuk bantuan, dorongan, bimbingan, motivasi, dan waktu yang telah diluangkan untuk penulis dalam proses penulisan Tugas Akhir ini.
- Bapak Augustinus Leonardo, selaku Kepala Cabang Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah yang telah memberi izin kepada penulis untuk melakukan penelitian dan membantu dalam pengumpulan data sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.
- Bapak Tri Yuniardi, selaku mentor di Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah yang telah memberi izin kepada penulis untuk melakukan penelitian dan membantu dalam pengumpulan data sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.

- Keluarga penulis, Ibu saya Cici Setiawati, Ayah saya Sumadi, dan kakak saya Rangga Frandiga. Terima kasih atas semua cinta kasih, dorongan, dan semua doa yang dipanjatkan kepada penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
- Ghivara Ayu Maulidiyah, Imas Listyaningsih, Muhammad Faiz Nugroho, Muhammad Al Fatih, Rahayu Widyaningsih, Surya Dharma DPA, In'Am Eka Putra N.A, Meviabriani Soraya, Ervi Maqfiroh, Ivilna Novianti, dan Aisyah Fithri Rahmati teman seperjuangan selama ini.
- Rekan-rekan seperjuangan Administrasi Bisnis Otomotif (ABO) tingkat akhir yang telah memberikan semangat kepada penyusun dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
- Dan kepada pihak-pihak lain yang telah begitu banyak membantu namun tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kesalahan dalam penyusunan laporan ini. Oleh sebab itu, Penulis berharap bahwa kritik dan saran yang membangun sangat membantu perbaikan selanjutnya. Akhir kata, semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang Administrasi Bisnis Otomotif.

Jakarta, 1 Agustus 2019

Rara Faradiba

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR TABEL	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Balakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Batasan Masalah.....	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.6 Metode Penelitian.....	5
1.7 Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Pengertian Pemasaran	8
2.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	9
2.2.1 Produk (<i>Product</i>)	9
2.2.2 Harga (<i>Price</i>)	10
2.2.3 Tempat (<i>Place</i>)	12
2.2.4 Promosi (<i>Promotion</i>)	14
2.3 Kredit (Penjualan Angsuran)	16
2.4.1 Pengertian Kredit	16
2.4.2 Unsur-unsur Kredit	16
2.4.3 Jenis - jenis Kredit	18
2.4 Pengertian Uang Muka (<i>Down Payment</i>)	19
2.5 Sistem Angsuran	20
2.6 Volume Penjualan	21
2.6.1 Pengertian Volume Penjualan	21
2.6.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan	24

BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Jenis data dan sumber data	26
3.2 Metode Pengumpulan Data	27
3.3 Variabel Penelitian	29
3.4 Kerangka Berpikir	29
3.5 Metode Pengolahan dan Analisis Data	30
3.5.1 Uji Asumsi Klasik	30
3.5.2 Uji Koefisien Korelasi Sederhana dan Berganda	31
3.5.3 Persamaan Regresi Linear Berganda	32
3.5.4 Uji Hipotesis Penelitian	33
3.5.5 Koefisien Determinasi (R^2)	33
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	35
4.1 Pengumpulan Data	35
4.1.1 Sejarah Perusahaan	35
4.1.2 Profil Perusahaan	37
4.1.3 Visi Misi Perusahaan	38
4.1.4 Struktur Organisasi	39
4.1.5 Deskripsi Jabatan	39
4.1.6 Bidang Personalia	42
4.1.7 Aspek Keuangan	45
4.2 Pengolahan Data.....	49
4.2.1 Deskripsi Variabel Penelitian.....	49
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN	52
5.1 Uji Asumsi Klasik	52
5.1.1 Uji Normalitas.....	52
5.1.2 Uji Multikolinearitas.....	53
5.2 Uji Heteroskedastisitas.....	55
5.3 Koefisien Korelasi Parsial	55
5.4 Analisis Regresi Berganda	59
5.5 Koefisien Determinasi	62
5.6 Uji Hipotesis	62

5.6.1 Uji t (Parsial)	62
5.6.2 Uji F (Simultan)	66
BAB VI PENUTUP	69
6.1 Kesimpulan	69
6.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penjualan Unit	2
Gambar 3. 1 Kerangka Berpikir	30
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Perusahaan	39
Gambar 5. 1 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	53
Gambar 5. 2 Scatter Plot Heteroskedastisitas	55
Gambar 5. 3 Grafik Regresi Berganda	62
Gambar 5. 4 Hasil Uji t_1 (Uang Muka terhadap Volume Penjualan).....	66
Gambar 5. 5 Hasil Uji t_2 (Besarnya Angsuran terhadap Volume Penjualan).....	67
Gambar 5. 6 Hasil Uji f (Uang Muka dan Besarnya Angsuran terhadap Volume Penjualan)	69

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Jumlah Tenaga Kerja	43
Tabel 4. 2 Jadwal Kerja	44
Tabel 4. 3 Laporan Laba Rugi	47
Tabel 4. 4 Neraca	48
Tabel 4. 5 Variabel uang muka (X1) dan besarnya angsuran (X2) serta volume penjualan mobil jenis Datsun Go+ Panca A pada Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah	49
Tabel 4. 6 Tabel Pembanding	51
Tabel 5. 1 Hasil Uji Normalitas (<i>Kolmogrov-Smirnov</i>).....	52
Tabel 5. 2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	54
Tabel 5. 3 Tabel Penolong	56

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha semakin bervariasi dengan adanya persaingan bisnis di segala bidang. Persaingan bisnis ini menyebabkan perubahan pola pikir serta sikap dan perilaku konsumen dalam mengambil keputusan terhadap pembelian suatu barang. Kondisi ini mewajibkan para pebisnis untuk mempunyai strategi yang tepat dalam memenuhi target volume penjualan. Setiap perusahaan harus memahami perilaku konsumen terhadap pasar, karena kelangsungan hidup perusahaan sangat tergantung pada perilaku konsumen. Karena alasan tersebut, maka perusahaan akan selalu mencari cara untuk meningkatkan kemampuan beli masyarakat terhadap produk yang mereka produksi agar memperoleh laba perusahaan yang maksimum.

Namun perusahaan juga harus memperhatikan strategi internalnya dalam melakukan suatu kebijakan. Salah satu caranya untuk mencapai laba yang maksimal adalah dengan meningkatkan penjualan produk. Perusahaan dalam meningkatkan volume penjualannya melakukan berbagai cara diantaranya promosi penjualan secara besar – besaran, meningkatkan pelayanan dalam penjualan, modifikasi produk kearah yang lebih unik, meningkatkan mutu produk, menetapkan harga yang menarik dan usaha - usaha penjualan lainnya. Salah satu usaha yang biasanya dilakukan oleh perusahaan dalam meningkatkan volume penjualannya adalah dengan menerapkan sistem penjualan kredit atau angsuran. Dengan adanya kebijakan penjualan kredit perusahaan maka akan lebih mudah bagi konsumen untuk memperoleh barang atau produk yang diinginkannya.

Oleh sebab itu perusahaan harus memiliki kebijakan penjualan yang memiliki daya saing yang kuat. Strategi yang dimaksud yakni penjualan angsuran yang didalamnya terdapat kebijakan penetapan uang muka, lama angsuran, serta besarnya angsuran. Kebijakan ini dapat dilihat dan dianalisis dari data penjualan perusahaan sehingga kita dapat mengetahui pengaruh dari

kebijakan besarnya uang muka dan besarnya angsuran terhadap volume penjualan.

Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah adalah salah satu *dealer* resmi PT Indomobil Trada Nasional yang berfokus pada penjualan *spare part* dan mobil Nissan dan Datsun di Kota Harapan Indah, Bekasi. Tidak hanya itu Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah juga melayani jasa *service* mobil Nissan dan Datsun sebagai bentuk *responsibility* terhadap *after sales* nya. Menyadari jumlah perusahaan penjualan mobil dari berbagai merek dan jenisnya di Indonesia bahkan di Kota Bekasi pun cukup banyak *dealer* yang ada, maka perlu diperhatikan banyaknya kompetitor. Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah berfokus pada penjualan mobil dengan dua merek yaitu Nissan dan Datsun.

CABANG :		PT Indomobil Trada Nasional - Harapan Indah					
	Deskripsi	Saldo					Trend
		2014	2015	2016	2017	2018	
PENJUALAN	Penjualan Mobil (dalam unit)	339	481	527	173	103	
	- NISSAN	125	283	417	92	58	
	- DATSUN	214	198	110	81	45	
	- OTHERS	-	-	-	-	-	
	Unit Entry Workshop	5.946	7.219	6.667	6.841	5.708	
	- General Repair	5.946	7.219	6.667	6.841	5.708	
	- Body Repair	-	-	-	-	-	

Gambar 1.1 Data Penjualan Unit

Sumber: Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah

Dilihat dari data penjualan perusahaan tersebut pada periode 2014-2018, volume penjualan mobil Nissan cukup tinggi dibanding penjualan mobil Datsun. Selain dengan adanya kompetitor eksternal dapat dikatakan merek Nissan menjadi kompetitor internal bagi merek Datsun, sehingga dilihat dari volume penjualan unit yang tertera pada tahun 2014-2018, alangkah baiknya Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah juga memperhatikan dan menerapkan strategi kebijakan besarnya uang muka dan besarnya angsuran agar mobil Datsun juga cukup dapat menyaingi penjualan mobil Nissan. Dengan menyaingi jumlah penjualan mobil Nissan, akan semakin meningkat pula laba perusahaan.

Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan diatas untuk meningkatkan volume penjualan mobil Datsun dalam sebuah penulisan ilmiah dengan judul “PENGARUH UANG MUKA DAN BESARNYA ANGSURAN TERHADAP VOLUME PENJUALAN MOBIL DATSUN GO+ PANCA A PADA INDOMOBIL NISSAN DATSUN HARAPAN INDAH”.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam menyusun tugas akhir ini, penulis menetapkan rumusan masalah untuk mempermudah penulis dalam penyusunannya. Penulis menetapkan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah uang muka secara parsial berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan mobil Datsun GO+ Panca A pada Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah?
2. Apakah besarnya angsuran secara parsial berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan mobil Datsun GO+ Panca A pada Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah?
3. Apakah uang muka dan besarnya angsuran secara simultan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan mobil Datsun GO+ Panca A pada Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang terjadi, maka tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh uang muka secara parsial berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan mobil Datsun GO+ Panca A pada Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah.
2. Untuk mengetahui pengaruh besarnya angsuran secara parsial berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan mobil Datsun GO+ Panca A pada Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh uang muka dan besarnya angsuran secara simultan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan mobil Datsun GO+ Panca A pada Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah.

1.4 Batasan Masalah

Agar penelitian ini mempunyai alur yang jelas dan tidak menyimpang dari pembahasan dan tujuan-tujuan yang telah ditetapkan, maka dibuatlah beberapa pembatasan masalah yaitu :

1. Penelitian dilakukan pada Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah pada tahun 2019 dengan menggunakan data tahun 2014 – 2018.
2. Penelitian menggunakan teknik analisis linear berganda dengan Uji Parsial (Uji t) & Uji Simultan (Uji f)
3. Penelitian ini bersifat deskriptif yaitu memberi gambaran tentang strategi pemasaran produk pada Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah dengan teknik analisis linear berganda.
4. Menggunakan data aspek pemasaran, aspek keuangan, aspek *service*, dan aspek personalia Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah dengan periode 2014-2018 dan berfokus pada volume penjualan mobil Datsun GO+ Panca A.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran yang selanjutnya dapat membantu manajemen Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah dalam merencanakan penjualan di masa yang akan datang agar memperoleh laba sesuai dengan target yang diinginkan.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memperdalam ilmu dalam bidang pemasaran untuk dapat mengetahui strategi yang tepat dalam memenuhi target volume penjualan di masa yang akan datang serta memanfaatkan ilmu yang sudah didapat selama perkuliahan di Politeknik STMI Jakarta.

3. Bagi Pembaca

Penulis berharap hasil penelitian ini bisa menambah pengetahuan serta wawasan bagi para pembaca dan dapat dijadikan referensi untuk pengembangan penelitian lebih lanjut pada PT Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah terutama dalam bidang perencanaan penjualan.

1.6 Metode Penelitian

1. Metode Penelitian

Metodologi penelitian disusun sebagai pedoman penelitian dan merupakan suatu proses berpikir sistematis, yang terdiri atas tahapan-tahapan penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini jelas penelitian yang digunakan adalah riset deskriptif secara kualitatif dan kuantitatif yaitu dengan menjelaskan secara sistematis, aktual dan akurat.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dan pengumpulan data dilakukan pada Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah yang berlokasi di daerah Jl. Harapan Indah Bulevard, Kav Commercial Park I No.9E Kota Harapan Indah, Medan Satria, Bekasi, Jawa Barat 17132. Adapun waktu penelitian dilakukan selama 6 bulan, yaitu terhitung sejak 03 Desember 2018 sampai 03 Mei 2019.

3. Jenis Data dan Sumber Data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini memerlukan data laporan penjualan Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah, serta data lain yang diperoleh saat wawancara dan pengolahan data sebelumnya.

Sumber data yang diperoleh penulis adalah data primer dan data sekunder.

- a) Data primer diperoleh secara langsung dari wawancara dan *interview* dengan Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah baik dari pimpinan perusahaan maupun karyawan.
- b) Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dikumpulkan oleh orang yang berkepentingan dengan data tersebut.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data untuk penyusunan tugas akhir ini dilakukan sebagai berikut:

- a. Wawancara atau *Interview*
Wawancara atau *Interview* merupakan suatu metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab dengan pimpinan maupun karyawan di PT Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah.
- b. Observasi
Pengamatan yang dilakukan langsung pada divisi yang terkait dengan objek penelitian dengan cara mengumpulkan data-data dari dokumen yang ada pada perusahaan.
- c. Observasi Kepustakaan.
Pengumpulan data dilakukan berdasarkan kepustakaan yang dapat menunjang pengerjaan laporan tugas akhir ini yang bersumber dari buku-buku.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pengkajian, penulisan, pembahasan, dan penyusunan laporan Tugas Akhir ini, maka peneliti membuat sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang, pokok permasalahan, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini merupakan bagian yang berisi dasar-dasar teori atau konsep yang digunakan sebagai dasar pemikiran ilmiah untuk membahas dan menganalisa permasalahan yang ada.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Berisikan langkah-langkah yang dilakukan penulis dalam memecahkan masalah yang ada.

BAB IV : PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Berisikan pengumpulan data-data yang dibutuhkan untuk pengolahan data sesuai dengan metode yang dipilih, pengolahan data tersebut akan digunakan dalam analisa data.

BAB V : ANALISA DAN PEMBAHASAN

Berisikan analisa serta pembahasan terhadap hasil yang diperoleh dari data pengolahan data melalui metode yang diterapkan.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan, serta saran-saran yang diperlukan perusahaan dan peneliti selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Pengertian Pemasaran

Peranan yang sangat penting bagi suatu perusahaan salah satunya adalah pemasaran, karena untuk menghadapi persaingan yang tajam dan semakin ketat perusahaan harus memiliki kiat-kiat pemasaran yang handal dan unggul dalam persaingan. Tujuan perusahaan adalah untuk meningkatkan laba dan menjamin kelangsungan hidup usahanya, sehingga perusahaan harus memperhatikan kegiatan pemasaran produknya dari sebelum produk tersebut dihasilkan sampai dikonsumsi oleh konsumen. Dengan memahami kebutuhan konsumen, perusahaan dapat menentukan bagaimana kualitas produk agar sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Pemasaran dapat dikatakan sebagai penghubung antara perusahaan dengan konsumennya. Peran penghubung ini akan berhasil bila semua upaya pemasaran diorientasikan kepada konsumen. Kebanyakan orang mengartikan pemasaran sebagai kegiatan menjual dan memasang iklan, ada pula yang mengatakan pemasaran adalah melakukan kegiatan distribusi, promosi dan sebagainya.

Menurut Suhardi Sigit, (1992 dalam Sunyoto 2013: 25) “Kegiatan pemasaran itu luas, bukan sekedar menjual barang, melainkan segala aktivitas yang berhubungan dengan arus barang sejak dari tangan produsen sampai ke tangan konsumen akhir. Termasuk di bidang pemasaran antara lain saluran distribusi, kebijaksanaan produk, periklanan, seni menjual, promosi penjualan, penyimpanan dan pergudangan produk, transportasi, kouta, kebijaksanaan pelayanan, daerah penjualan, pengawasan penjualan dan organisasi penjualan”. Berdasarkan konsep ini berarti pemasaran tidak hanya meliputi kegiatan sekedar menjual dan memasang iklan, tetapi melebihi dari kegiatan tersebut untuk selalu terhubung dan membuat menarik konsumen jauh dari sebelum produk dibuat sampai ke tangan konsumen.

Kotler (2009 : 6) mendefinisikan pemasaran sebagai suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan

dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan, pemasaran merupakan proses sosial yang melibatkan antara perusahaan dengan konsumen untuk dapat mempertukarkan apa yang mereka butuhkan dan mereka inginkan meliputi nilai, biaya, dan kepuasan serta transaksi hubungan dengan konsumen.

2.2. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Bauran pemasaran adalah kombinasi dari empat elemen pokok yang terdapat dalam program pemasaran perusahaan yang meliputi *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi).

2.2.1. Produk (*Product*)

A. Pengertian Produk

Menurut Philip Kotler, “Produk adalah segala sesuatu yang bisa ditawarkan kepada sebuah pasar agar dapat diperhatikan, diminta, dipakai, atau dikonsumsi sehingga mungkin memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk bias berupa benda fisik, jasa, orang, tempat, organisasi, dan gagasan (ide). Sunyoto (2013 : 69).

Menurut Indriyo Gitosudarmo, “Produk adalah segala sesuatu yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan manusia ataupun organisasi. Suatu perusahaan sering kali menjual atau memasarkan tidak hanya satu produk saja tetapi bermacam produk yang dipasarkannya karena dengan memasarkan banyak produk maka perusahaan akan memperoleh stabilitas hasil yang lebih tinggi.

Sedangkan perusahaan yang hanya menjual satu macam produk jika perusahaan tersebut mengalami kegagalan atau tidak disenangi lagi konsumen, maka perusahaan akan mengalami kesulitan.”, Sunyoto (2013 : 69).

B. Klasifikasi Produk

Dari produk yang biasa dibeli oleh konsumen, kita dapat melakukan penggolongan atau klasifikasi mengenai produk. Menurut Sunyoto (2013 : 73), produk menurut daya tahannya diklasifikasikan menjadi tiga kelompok, yaitu:

a. Barang yang Tahan Lama

Barang yang tahan lama (*durable goods*) adalah merupakan barang nyata yang biasanya melayani banyak kegunaan, misalnya pakaian, peralatan otomotif, komputer, peralatan bengkel, lemari es, dan sebagainya.

b. Barang yang Tidak Tahan Lama

Barang yang tidak tahan lama (*nondurable goods*) adalah merupakan barang nyata yang biasanya dikonsumsi untuk satu atau beberapa kegunaan, misalnya, sikat gigi, kuliner, minuman energi, obat generik dan lainnya.

c. Jasa

Jasa adalah kegiatan, manfaat, atau kegunaan yang ditawarkan untuk dijual, misalnya bengkel sepeda motor, reparasi komputer dan televisi, jasa angkut barang, jasa olah data, rental mobil dan sepeda motor, kursus bahasa asing, kursus program komputer, dan lainnya.

2.2.2. Harga (*Price*)

A. Pengertian Harga

Dalam pemasaran pada umumnya berkaitan langsung dengan masalah harga suatu produk. Apakah harga sudah sesuai dengan kualitas produk? Jika penentuan atau penetapan harga tidak sesuai dengan kondisi produk, tentu saja akan menjadi masalah bagi pemasar. Sebaliknya jika penetapan harga produk terlalu murah, konsumen ada kemungkinan akan membeli dalam jumlah relatif banyak. Menurut Michael J. Etjel di dalam Sunyoto (2013 : 130) “Harga adalah nilai yang disebutkan dalam mata uang atau medium moneter lainnya sebagai alat tukar.”

Sedangkan menurut Kotler di dalam Sunyoto (2013: 131) “Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Perusahaan menetapkan harga dengan berbagai cara. Didalam perusahaan kecil, harga sering

kali ditetapkan oleh manajemen puncak. Di perusahaan-perusahaan besar, penetapan harga biasanya ditangani oleh para manager divisi atau manajer lini produk. Bahkan dalam perusahaan-perusahaan ini, manajemen puncak menyusun tujuan dan kebijakan tentang penetapan harga umum dan seringkali menyetujui harga yang diusulkan oleh manajemen peringkat bawah.”.

B. Tujuan Penetapan Harga

Tujuan penetapan harga mengikuti prosedur lima langkah antara lain:

a. Bertahan

Bertahan merupakan usaha untuk tidak melakukan tindakan-tindakan yang meningkatkan laba ketika perusahaan sedang mengalami kondisi pasar yang tidak menguntungkan. Usaha ini dilakukan demi kelangsungan hidup perusahaan.

b. Memaksimalkan laba

Penentuan harga bertujuan untuk memaksimalkan laba dalam periode tertentu.

c. Memaksimalkan penjualan

Penentuan harga bertujuan untuk membangun pangsa pasar dengan melakukan penjualan pada harga awal yang merugikan.

d. Prestise

Tujuan harga disini adalah untuk memposisikan jasa perusahaan tersebut sebagai produk yang eksklusif.

e. Pengembangan atas investasi

Tujuan penentuan harga didasarkan atas pencapaian pengembalian atas investasi.

2.2.3. Tempat (*Place*)

A. Pengertian Tempat

Bauran pemasaran yang ketiga adalah *place* atau lebih dikenal dengan saluran distribusi produk dari gudang penyimpanan untuk disalurkan ke agen besar,

agen kecil, pengecer dan terakhir ke toko, toko swalayan, warung-warung tradisional dan sebagainya.

Menurut Suhardi Sigit (Danang (2013 : 172) “saluran distribusi adalah perantara-perantara, para pembeli dan penjual yang dilalui oleh perpindahan barang baik fisik maupun perpindahan milik sejak dari produsen hingga ke tangan konsumen. Suatu perusahaan di dalam mendistribusikan barangnya dapat menggunakan salah satu atau lebih dari cara penyaluran. Bagi perusahaan yang baru saja berdiri memilih saluran distribusi merupakan pekerjaan yang tidak mudah, karena baru masuk pasar”.

Menurut Michael J. etzel (Danang 2013 : 172) “saluran distribusi terdiri dari serangkaian lembaga yang melakukan semua kegiatan yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status pemilikannya dari produsen ke konsumen akhir atau pemakai bisnis”.

B. Macam - macam Saluran Distribusi

Untuk mendistribusikan barang dapat melalui beberapa alternatif saluran yang dapat dipilih oleh produsen, tergantung saluran mana yang memberikan kontribusi efektivitas dan efisiensi biaya.

Menurut Wiliam J. Stanton (Danang 2013: 175) saluran distribusi dibedakan menjadi tiga yaitu:

a) Saluran distribusi untuk barang konsumsi

Saluran distribusi ini meliputi produsen ke konsumen, produsen – pengecer - konsumen, produsen - pedagang besar - pengecer - konsumen, produsen – agen – pengecer - konsumen, produsen – agen - pedagang besar – pengecer - konsumen.

- Produsen - konsumen

Produsen menggunakan saluran langsung dengan penjualnya dari rumah ke rumah atau melalui pos. pada perusahaan penertiban buku biasanya menggunakan dengan cara menjual dari sekolah ke sekolah atau dari kampus ke kampus.

- Produsen - pengecer - konsumen

Banyak para pengecer besar bertindak sebagai perantara sekaligus sebagai pengecer dan juga sebagai penyalur industry.

- Produsen - pedagang besar – pengecer – konsumen
Di dalam pasarkonsumen, mereka merupakan grosir atau pedagang besar dan sekaligus pengecer.
- Produsen - agen - pengecer - konsumen
Produsen juga menggunakan perantara agen untuk mencapai para pengecer kecil dipasar.
- Produsen – agen - pedagang besar – pengecer – konsumen
Untuk mencapai pengecer kecil, produsen sering menggunakan perantara agen dengan menggunakan pedagang besar untuk menyalurkannya ke para pengecer kecil.

b) Saluran distribusi untuk barang industri

- Produsen – pemakai
Saluran distribusi ini dilakukan untuk produk industri berat yang harganya relatif mahal dan mempunyai struktur saluran lain.
- Produsen – distributor industri – pemakai
Untuk produk alat-alat kantor, *operating supplies*, dan lain-lain produsen menggunakan distributor industri dalam menyalurkan barangnya ke konsumen.
- Produsen – agen pemakai
Untuk suatu produk baru atau memasuki pasar baru produsen menggunakan agen atau tenaga penjual sendiri.
- Produsen – agen – distributor industri – pemakai
Produsen tidak bisa menjual barangnya dengan menggunakan agen untuk dijual langsung kepada pemakai tetapi menggunakan jasa distributor industri untuk dijual kepada pemakai.

c) Saluran distribusi untuk jasa

- Produsen – konsumen

Karena jasa merupakan barang tidak berwujud maka proses produksi dan aktivitas penjualannya membutuhkan kontak langsung antara produsen dan konsumen.

- Produsen – agen – konsumen

Penjualan jasa juga sering menggunakan agen sebagai penghubung antara produsen dan konsumen, seperti jasa angkutan, travel dan sebagainya

2.2.4. Promosi (*Promotion*)

A. Pengertian Promosi

Menurut A. Hamdani di dalam Sunyoto (2013: 154) “Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya”.

Menurut Indriyo Gitusudarmo di dalam Sunyoto (2013: 155) “Promosi merupakan kegiatan yang ditunjukkan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut. Adapun alat-alat yang dapat dipergunakan untuk mempromosikan suatu produk dapat dipilih beberapa cara, yaitu iklan, promosi penjualan, publisitas, personal *selling* yang disebut bauran promosi”.

B. Bauran Promosi

Menurut Hamdani dalam buku (Danang 2013: 157)” bauran promosi meliputi periklanan (*advertising*), penjualan perseorangan (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relation*), informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*), pemasaran langsung (*direct marketing*).

- a. Periklanan (*advertising*)

Pengertian periklanan merupakan salah satu bentuk dari komunikasi impersonal yang digunakan oleh perusahaan barang atau jasa.

b. Penjualan perseorangan (*personal selling*)

Sifat penjualan perseorangan dapat dikatakan lebih fleksibel karena tenaga penjualan dapat langsung menyesuaikan penawaran penjualan dengan kebutuhan dan perilaku masing-masing calon pembeli. Penjualan perseorangan mempunyai peranan penting dalam pemasaran produk, karena interaksi secara personal antara penyedia produk dan konsumen sangat penting, produk tersebut disediakan oleh orang bukan oleh mesin, dan orang merupakan bagian dari produk.

c. Promosi penjualan (*sales promotion*)

Pengertian promosi penjualan adalah semua kegiatan yang dimaksudkan untuk meningkatkan produk dari produsen sampai pada penjualan akhirnya, misalnya dengan spanduk, dan brosur.

d. Hubungan masyarakat (*public relation*)

Pengertian hubungan masyarakat adalah merupakan kiat pemasaran penting lainnya dimana perusahaan tidak hanya harus berhubungan dengan pelanggan, pemasok dan penyalur tetapi juga harus berhubungan dengan kumpulan kepentingan publik yang lebih besar. Program hubungan masyarakat antara lain publikasi, acara-acara penting, hubungan dengan investor, pameran dan mensponsori beberapa acara.

e. Informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*)

Pelanggan akan berbicara kepada pelanggan lain atau kemasyarakat lainnya tentang pengalaman produk yang dibelinya. Jadi iklan ini bersifat referensi dari orang lain, dan referensi ini dilakukan dari mulut ke mulut, jika dilihat secara fisik kegiatan iklan ini sangat sederhana, namun merupakan jurus jitu untuk menjual produk.

f. Pemasaran langsung (*direct marketing*)

Pengertian pemasaran langsung adalah unsur terakhir dalam bauran komunikasi dan promosi.

2.3. Kredit (Penjualan Angsuran)

2.3.1. Pengertian Kredit

Pengertian kredit menurut Rivai (2013 : 197) bahwa istilah kredit berasal dari bahasa latin, *credo*, yang berarti *I believe, I trust*, saya percaya atau saya menaruh kepercayaan.

Sedangkan menurut Kasmir (2016 : 72) kredit berasal dari bahasa Yunani *Crederre* yang berarti kepercayaan atau dalam bahasa Latin *Creditum* yang berarti kepercayaan akan kebenaran. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang diwajibkan pihak meminjam untuk melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu dengan jumlah bunga.

Menurut Thomas dalam Ismail (2010:93) kredit dalam pengertian umum merupakan kepercayaan atas kemampuan pihak debitur (penerima kredit) untuk membayar sejumlah uang pada masa yang akan datang.

Dari definisi tersebut diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kredit adalah kepercayaan dari kedua belah pihak yang meminjamkan dan/atau pun yang meminjam dan dilakukannya pembayaran sesuai dengan persetujuan dalam jangka waktu tertentu.

2.3.2. Unsur-unsur Kredit

Menurut Kasmir S.E., M.M. (2016) unsur-unsur yang terkandung dalam pemberian suatu fasilitas kredit ialah sebagai berikut:

- a. Kepercayaan yaitu suatu keyakinan pemberi kredit (bank) bahwa kredit yang diberikan baik berupa uang, barang atau jasa akan benar-benar diterima kembali dimasa tertentu di masa datang. Kepercayaan ini diberikan oleh bank, karena sebelum dan dikucurkan, sudah dilakukan penelitian dan penyelidikan yang mendalam tentang nasabah. Penelitian dan penyelidikan dalam membayar kredit yang di salurkan.

- b. Kesepakatan disamping unsur kepercayaan di dalam kredit juga mengandung unsur kesepakatan antara si pemberi kredit dengan si penerima kredit. Kesepakatan ini dituangkan dalam suatu perjanjian di mana masing-masing pihak menandatangani hak dan kewajibannya masing-masing. Kesepakatan penyaluran kredit dituangkan dalam akad kredit yang ditangani oleh kedua belah pihak yaitu pihak bank nasabah.
- c. Jangka Waktu Setiap kredit yang diberikan pasti memiliki jangka waktu tertentu, jangka waktu ini mencakup masa pengambilan kredit yang telah disepakati. Hampir dapat dipastikan bahwa tidak ada kredit yang tidak memiliki jangka waktu.
- d. Faktor resiko kerugian dapat diakibatkan dua hal yaitu resiko kerugian yang diakibatkan nasabah sengaja tidak mau membayar kreditnya padahal mampu dan resiko kerugian yang diakibatkan karena nasabah tidak sengaja yaitu akibat terjadinya musibah seperti bencana alam. Penyebab tidak tertagih sebenarnya dikarenakan adanya suatu tenggang waktu pengembalian (jangka waktu). Semakin panjang jangka waktu suatu kredit semakin besar risikonya tidak tertagih, demikian pula sebaliknya. Resiko ini menjadi tanggungan bank, baik resiko yang disengaja maupun resiko yang tidak disengaja.
- e. Balas Jasa Akibat dari pemberian fasilitas kredit bank tentu mengharapkan suatu keuntungan dalam jumlah tertentu. Keuntungan atas pemberian suatu kredit atau jasa tersebut yang kita kenal dengan nama bunga bagi bank prinsip konvensional. Balas jasa dalam bentuk bunga biaya provisi dan komisi serta biaya administrasi kredit ini merupakan keuntungan utama bank. Sedangkan bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah balas jasanya ditentukan dengan bagi hasil.

2.3.3. Jenis - jenis Kredit

Menurut Kasmir (2007:76-77) dalam praktiknya kredit yang ada di masyarakat terdiri dari beberapa jenis, begitu pula dengan pemberian fasilitas kredit oleh bank kepada masyarakat. Pemberian fasilitas kredit oleh bank dikelompokkan

ke dalam jenis yang masing-masing dilihat dari berbagai segi. Pembagian jenis ini ditujukan untuk mencapai sasaran atau tujuan tertentu mengingat setiap jenis usaha memiliki berbagai karakteristik tertentu.

Secara umum jenis-jenis kredit yang disalurkan oleh bank dan dilihat dari berbagai segi adalah:

1. Dilihat dari Segi Kegunaan Maksud jenis kredit dilihat dari segi kegunaannya adalah untuk melihat penggunaan uang tersebut apakah untuk digunakan dalam kegiatan utama atau hanya kegiatan tambahan. Jika ditinjau dari segi kegunaan terdapat dua jenis kredit yaitu:

a. Kredit investasi Yaitu kredit yang biasanya digunakan untuk keperluan perluasan usaha atau membangun proyek/pabrik baru di mana masa pemakaiannya untuk suatu periode yang relative lebih lama dan biasanya kegunaan kredit ini adalah untuk kegiatan utama suatu perusahaan.

b. Kredit Modal Kerja Merupakan kredit yang digunakan untuk keperluan meningkatkan produksi dalam operasionalnya. Contoh kredit modal kerja diberikan untuk membeli bahan baku, membayar gaji pegawai atau biaya-biaya lainnya yang berkaitan dengan proses produksi perusahaan. Kredit modal kerja merupakan kredit yang dicarikan untuk mendukung kredit investasi yang sudah ada.

2. Dilihat dari Segi Tujuan Kredit Kredit jenis ini dilihat dari tujuan pemakaian suatu kredit, apakah bertujuan untuk diusahakan kembali atau dipakai untuk keperluan pribadi. Jenis kredit dilihat dari segi tujuan adalah:

a. Kredit Produktif Kredit yang digunakan untuk peningkatan usaha atau produksi atau investasi. Kredit ini diberikan untuk menghasil barang atau jasa. Artinya kredit ini digunakan untuk diusahakan sehingga menghasilkan suatu baik berupa barang maupun jasa.

b. Kredit Konsumtif Merupakan kredit yang digunakan untuk dikonsumsi atau dipakai secara pribadi. Dalam kredit ini tidak ada penambahan barang dan jasa

yang dihasilkan, karena memang untuk digunakan atau dipakai oleh seseorang atau badan usaha.

- c. Kredit Perdagangan Kredit perdagangan merupakan kredit yang digunakan untuk kegiatan perdagangan dan biasanya untuk membeli barang dagangan yang pembayarannya diharapkan dari hasil penjualan barang dagangan tersebut. Kredit ini sering diberikan kepada supplier atau agen-agen perdagangan yang akan membeli barang dalam jumlah tertentu.

2.4. Pengertian Uang Muka (*Down Payment*)

Uang muka adalah sejumlah uang yang dibayarkan terlebih dahulu sebagai tanda jadi pembelian, panjar, persekot. Panjar dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah uang muka, persekot, cengkeram sebagai tanda jadi. Belakangan ini transaksi jual beli dengan menggunakan uang muka banyak diterapkan terutama dalam jual beli yang bersifat pesanan.

Tujuan dari diterapkan sistem pembayaran jual beli dengan menggunakan uang muka adalah sebagai simbol tanda jadi antara penjual dan pembeli yang melakukan pesanan. Sehingga, diantara kedua belah pihak baik penjual dan pembeli memiliki ikatan dan saling merasa terjamin atas transaksi yang dilakukan.

Uang muka juga diterapkan agar meminimalisir terjadinya unsur penipuan dalam transaksi jual beli terutama dalam jual beli pesanan.

Simpanan uang panjar memiliki beberapa tujuan:

- a. Simpanan uang panjar menunjukkan kesungguhan pembeli, yang mendorong penjual untuk menarik propertinya dari pasar;
- b. Simpanan uang panjar menutupi resiko yang ditanggung penjual dan sebagai biaya kesempatan atau kerugian lain yang muncul seandainya kontraknya gagal.

Transaksi dengan sistem uang panjar ini, menjelaskan kepada kita bahwa pembeli mengikat dirinya sendiri untuk membeli, dan sebagai jaminan ia memberikan simpanan uang muka yang akan hilang jika ia melanggar

kontraknya. Tetapi jika ia memenuhi kontrak, maka simpanan uang muka tersebut akan dimasukkan kedalam harga pembelian.

2.5. Sistem Angsuran

Pengertian Angsuran menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Angsuran yaitu uang yang dipakai untuk mengangsur atau cicilan. Angsuran adalah uang yang dipakai untuk diserahkan sedikit demi sedikit atau tidak sekaligus, seperti untuk pembayaran utang, pajak dan sebagainya. Sistem Angsuran merupakan suatu pembayaran atau pelunasan atas uang, barang atau jasa secara bertahap atau berkala dengan cara cicilan atau pembayaran sebagian dengan besar pembayaran dan jangka waktunya telah ditentukan sesuai kesepakatan kedua belah pihak yang membayar dan penerima pembayaran.

Sedangkan menurut Evi Maria (2011:1) “Penjualan Cicilan adalah penjualan yang pembayarannya dilakukan secara bertahap dimana pembayaran yang terjadi dalam transaksi penjualan cicilan adalah pembayaran uang muka dan pembayaran cicilan adalah penjualan barang atau jasa yang dibeli secara kredit dan pembayarannya dilakukan secara bertahap dengan memberikan uang muka dan sudah termasuk bunga dalam setiap angsurannya namun pihak penjual masih memiliki hak atas aktiva tersebut sampai dilunasinya semua tagihan.

Jenis-jenis bunga angsuran:

- Bunga *Flat*, yaitu jenis bunga yang dihitung secara rata setiap bulannya dalam pertahun.

$$Cicilan\ pokok = \frac{\text{pokok pinjaman}}{\text{jangka waktu angsuran}}$$

$$Bunga = \frac{\text{cicilan pokok} \times \text{bunga per tahun}}{\text{jangka waktu angsuran}}$$

- Bunga Efektif, jenis bunga yang biasa diterapkan pada kredit dengan jangka waktu atau tenor yang panjang. Suku bunga efektif biasanya lebih rendah dari suku bunga flat.

Bunga bulan 1

bunga

$$= \frac{(\text{pokok pinjaman} - ((1 - 1) \times \text{cicilan pokok})) \times \text{bunga pertahun}}{\text{jangka waktu angsuran}}$$

Bunga bulan 2

bunga

$$= \frac{(\text{pokok pinjaman} - ((2 - 1) \times \text{cicilan pokok})) \times \text{bunga pertahun}}{\text{jangka waktu angsuran}}$$

Bunga bulan 3

bunga

$$= \frac{(\text{pokok pinjaman} - ((3 - 1) \times \text{cicilan pokok})) \times \text{bunga pertahun}}{\text{jangka waktu angsuran}}$$

2.6. Volume Penjualan

2.6.1. Pengertian Volume Penjualan

A. Pengertian Volume Penjualan

Menurut Swastha (2017:141), menyatakan bahwa: “Volume penjualan merupakan penjualan bersih dari laporan laba perusahaan. Penjualan bersih diperoleh melalui hasil penjualan seluruh produk (produk lini) selama jangka tertentu, dan hasil penjualan yang diperoleh dari *market share* (pangsa pasar) yang merupakan penjualan potensial, yang dapat terdiri dari kelompok teritorial dan kelompok pembeli saham jangka waktu tertentu”.

Menurut Basu Swastha (2017:8), menjual adalah ilmu dan seni memengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkannya.

Konsep penjualan (*The Selling Concept*), Kusnadi (2000:39) dalam bukunya; Akuntansi Keuangan Menengah mengacu kepada produk dengan volume penjualan yang tinggi. Penjualan ini mengandung tiga konsep dasar, yaitu:

- a. Perencanaan dan operasi kepada produk dengan volume penjualan yang tinggi.
- b. Alat yang dipergunakan untuk meningkatkan adalah promosi yang gencar.
- c. Tujuan akhir adalah memenuhi atau mencapai tujuan perusahaan (laba) dengan mengusahakan volume penjualan semaksimal mungkin.

Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa volume penjualan adalah total penjualan yang dinilai dengan unit oleh perusahaan dalam periode tertentu untuk mencapai laba yang maksimum.

B. Indikator Volume Penjualan

Menurut Philip Kotler dalam Swastha dan Irawan (2003:404), menyimpulkan bahwa ada beberapa indikator dari volume penjualan adalah sebagai berikut:

- a. Mencapai Volume Penjualan

Volume penjualan menurut Kotler (2009: 179) menyebutkan bahwa menunjukkan jumlah barang yang dijual dalam jangka waktu tertentu. Menurut Basu Swasta (2002: 403) penjualan adalah interaksi antara individu yang saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, atau mempertahankan hubungan pertukaran sehingga menguntungkan bagi pihak lain. Perusahaan harus memperhatikan bauran pemasaran dan memiliki strategi pemasaran yang baik untuk memasarkan produknya untuk mencapai penjualan yang tinggi. Kemampuan perusahaan dalam menjual produknya menentukan keberhasilan dalam mencari keuntungan, apabila perusahaan tidak mampu menjual maka perusahaan akan mengalami kerugian.

- b. Mendapatkan Laba

Menurut pendapat yang dikemukakan oleh J Wild, KR Subramanyan (2003:407), bahwa : “Laba merupakan selisih pendapatan dan keuntungan setelah dikurangi beban dan kerugian. Laba merupakan salah satu pengukuran aktivitas operasi dan dihitung berdasarkan atas dasar akuntansi akural”. Menurut pendapat yang dikemukakan oleh

Hendrikson yang diterjemahkan oleh Suwarjono (2000:242), bahwa : “Laba adalah selisih dari 29 pendapatan dan biaya, dimana jumlah pendapatan lebih besar dari pada biaya”. Sedangkan Pengertian laba usaha menurut pendapat yang dikemukakan oleh Soemarso S.R (2002:227), menyatakan bahwa : “Laba usaha adalah laba yang diperoleh semata-mata dari kegiatan utama perusahaan”. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba akan dapat menarik para investor untuk menanamkan dananya guna memperluas usahanya, sebaliknya tingkat profitabilitas yang rendah akan menyebabkan para investor menarik dananya.

c. Menunjang Pertumbuhan Perusahaan.

Kallapur dan Trombley (2001:58) menjelaskan bahwa pertumbuhan perusahaan merupakan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan ukuran perusahaan melalui peningkatan aktiva. Kemampuan perusahaan untuk menjual produknya akan meningkatkan volume penjualan bagi perusahaan yang dapat menghasilkan keuntungan bagi perusahaan untuk menunjang pertumbuhan perusahaan dan perusahaan akan tetap bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat antar perusahaan.

C. Usaha Untuk Meningkatkan Volume Penjualan

Menurut Kotler (2009) usaha untuk meningkatkan volume penjualan ada 6 cara sebagai berikut:

- Menjajakan produk dengan sedemikian rupa sehingga konsumen melihatnya
- Menempatkan dan pengaturan yang teratur sehingga produk tersebut akan menarik perhatian konsumen
- Mengadakan analisa pasar
- Menentukan calon pembeli atau konsumen yang potensial
- Mengadakan pameran
- Mengadakan discount atau potongan harga

2.6.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan

Aktivitas penjualan banyak dipengaruhi oleh beberapa faktor yang dapat mempengaruhi penjualan. Maka dari itu manajer penjualan perlu mengetahui faktor-faktor tersebut. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penjualan menurut Basu Swastha (2017:129), yaitu:

A. Kondisi dan Kemampuan Penjual

Penjual diharapkan mampu meyakinkan kepada pembeli agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Untuk meyakinkan calon pembeli, maka penjual harus memahami beberapa masalah penting yang berkaitan dengan produk, yaitu:

- a. Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan
- b. Harga produk
- c. Syarat penjualan, seperti: pembayaran, pengantaran, pelayanan purna jual, garansi, dan sebagainya.

B. Kondisi Pasar

Pasar mempengaruhi kegiatan dalam transaksi penjualan baik sebagai kelompok penjual maupun pembeli. Kondisi pasar dipengaruhi beberapa faktor, yaitu: jenis pasar, kelompok pembeli, daya beli, frekuensi pembelian, keinginan dan kebutuhan

C. Modal

Modal perusahaan dalam penjelasan ini adalah modal usaha yang digunakan untuk mencapai target penjualan yang dianggarkan, misalnya biaya transportasi, tempat peragaan baik di dalam perusahaan maupun di luar perusahaan, usaha promosi, dan sebagainya.

D. Kondisi Organisasi Perusahaan

Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipegang orang-orang tertentu/ahli

dibidang penjualan. Lain halnya dengan perusahaan kecil dimana masalah penjualan ditangani oleh orang yang melakukan fungsi-fungsi lain.

E. Faktor Lain

Faktor-faktor lain seperti periklanan, peragaan, kampanye dan pemberian hadiah sering mempengaruhi penjualan. Karena diharapkan dengan adanya faktor-faktor tersebut pembeli akan kembali lagi dengan barang yang sama.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian disusun sebagai pedoman penelitian dan merupakan suatu proses berfikir sistematis, yang terdiri atas tahapan-tahapan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian ini menggunakan riset deskriptif secara kualitatif dan kuantitatif yaitu dengan menjelaskan secara sistematis secara aktual dan akurat.

Pada bab ini akan diuraikan mengenai langkah- langkah yang akan ditempuh dan dilakukan dalam tahap penyelesaian masalah yang dialami oleh perusahaan, dimana langkah tersebut dimulai dari pengumpulan data-data yang berhubungan dengan segala bahan yang menjadi objek penelitian.

3.1 Jenis data dan sumber data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini merupakan data sejarah perkembangan dan gambaran umum perusahaan serta volume penjualan yang dapat dikategorikan sebagai data yang *variabel* dan atribut. Data atribut adalah data kualitatif yakni data yang tidak berbentuk angka, seperti sejarah perkembangan dan gambaran umum perusahaan. Sedangkan data variabel adalah data kuantitatif yakni data yang berbentuk angka seperti data mengenai hasil penjualan produk.

Sumber data yang diperoleh adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari wawancara dan *interview* dengan pihak Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah dari kepala cabang maupun karyawannya. Data sekunder adalah data yang tidak secara langsung dikumpulkan oleh orang yang berkepentingan dengan data tersebut.

A. Jenis Data

Jenis data yang dikumpulkan untuk mendukung variable yang diteliti adalah:

- **Data kualitatif**

Data kualitatif adalah data yang berupa pendapat atau *judgement* sehingga tidak berupa angka, melainkan berupa kata atau kalimat.

Data Kualitatif pada Indomobil Nissan Datsun berupa:

- Gambaran perusahaan
- Struktur organisasi
- Proses produksi

- Data kuantitatif

Data kuantitatif adalah data yang berupa angka atau bilangan.

Data kuantitatif pada Indomobil Nissan Datsun berupa :

- Data mengenai hasil penjualan produk terhitung mulai tahun 2014-2018.
- Sumber Data

Data yang dipergunakan dalam penelitian ini bersumber dari :

a. Data dari perusahaan

Agar penelitian yang dilakukan pada Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah dapat dipertanggungjawabkan segala keakuratan dan kebenarannya, maka penulis mengumpulkan data berdasarkan hasil wawancara langsung dengan Bapak Augustinus Leonardo selaku Kepala cabang Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah dan juga berdasarkan observasi ke lapangan.

b. Data dari luar perusahaan

Yaitu berbagai data yang diperoleh dari berbagai sumber selain dari lapangan tempat penulis melakukan penelitian. Diantaranya melalui literature buku-buku ataupun dari sumber lainnya seperti buku-buku.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Teknik dalam mengumpulkan data untuk penyusunan tugas akhir ini dilakukan sebagai berikut: Dalam penulisan Tugas Akhir ini tidak mungkin memperoleh tulisan informasi yang akurat dan tepat tanpa menggunakan metode dalam penulisan Tugas Akhir untuk memahami permasalahan yang ada dalam saat melakukan penelitian. Metode yang dimaksud disini adalah metode diskriptif

analisis, metode ini digunakan untuk memecahkan masalah yang terjadi dalam suatu perusahaan pada saat melakukan penelitian sebagai usaha untuk dapat mengumpulkan data-data, menyusun, mencatat, dan menganalisis fakta-fakta mengenai suatu masalah. Untuk menyusun Tugas Akhir ini, penulisan menggunakan metode pengumpulan data yang diantaranya sebagai berikut :

a) Penelitian Lapangan

Penelitian Lapangan yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara langsung mengamati obyek yang diteliti. Metode ini dilakukan melalui Tiga cara, yaitu:

1. Observasi

Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan, dengan disertai pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran. Metode ini dilakukan dengan cara terjun langsung ke lapangan atau objek yang sedang diteliti untuk mendapatkan data yang diperlukan sebagai bahan masalah kegiatan yang dilakukan oleh peneliti. Dalam hal ini peneliti mengamati kegiatan dan kinerja dari Indomobil Nissan Datsun.

2. Wawancara

Teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban diberikan oleh yang diwawancarai untuk memperoleh keterangan guna mencapai tujuan penelitian.

b) Penelitian Kepustakaan

Penelitian Kepustakaan dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data, dengan mencari atau membaca dan mempelajari berbagai kepustakaan atau referensi dari literatur, mengumpulkan petikan-petikan dari berbagai buku, dan sumber lainnya dalam menganalisa permasalahan. Selain melalui buku, penulis juga mencari referensi melalui media internet. Hal ini dilakukan dengan maksud agar dalam pemecahan masalah dapat didukung dengan teori- teori yang telah ada.

3.3 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013 : 38).

Pada penelitian ini digunakan 2 macam variabel, yaitu variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Menurut Sugiyono (2013 : 39) variabel independen (bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen biasa disebut juga sebagai variabel stimulus, prediktor, *antecedent*.

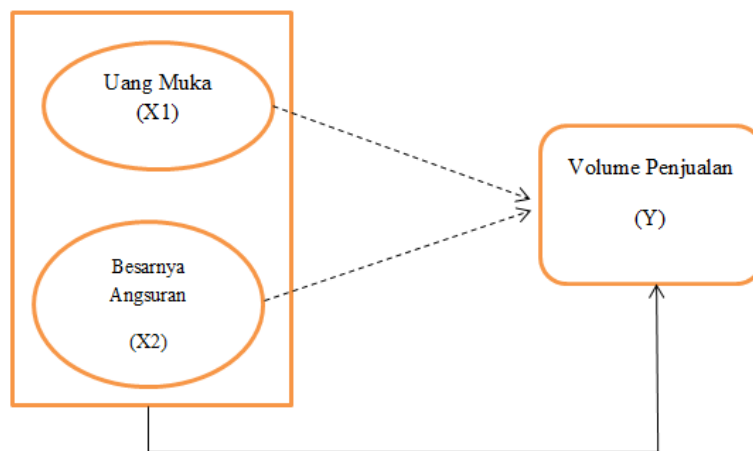
Variabel independen dalam penelitian ini meliputi :

- a) Uang Muka (X_1) yaitu sejumlah uang yang dibayarkan terlebih dahulu sebagai tanda jadi pembelian, panjar, persekot.
- b) Besarnya Angsuran (X_2) yaitu sejumlah uang yang dipakai untuk membayar angsuran (cicilan) sesuai jangka waktu.

Variabel dependen (terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen biasa disebut juga sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Volume Penjualan (Y) yaitu menunjukkan jumlah barang yang dijual dalam jangka waktu tertentu (Kotler, 2009:179).

3.4 Kerangka Berpikir

Sebagaimana yang telah diutarakan pada Bab I, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak dari elemen – elemen ekuitas merek secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian, adapun kerangka pemikiran dari penelitian ini adalah sebagai berikut.



Gambar 3. 2 Kerangka Berpikir

Keterangan :

- > : Hubungan secara parsial
- > : Hubungan secara simultan

3.5 Metode Pengolahan dan Analisis Data

3.5.1 Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Karena uji statistik parametrik mensyaratkan data harus berdistribusi normal. Normalitas data penelitian dapat dilihat melalui nilai signifikansi (p) value pada uji normalitas dengan teknik *One-Sample Kolmogorov Smirnov*. Teknik ini dilakukan apabila data yang akan diuji merupakan data tunggal atau data frekuensi tunggal bukan data dalam distribusi frekuensi kelompok (Supardi, 2013 : 132). Uji Kolmogorov-Smirnov dilakukan dengan kriteria pengujian jika nilai signifikansi (Asymp. Sig) > 0,05 maka data residual berdistribusi normal. Jika nilai signifikansi (Asymp. Sig) < 0,05 maka data residual tidak berdistribusi normal.

Selain itu, kenormalan suatu data dapat dilihat juga dengan cara menganalisis grafik *normal probability plot*. Jika grafik *normal*

probability plot menunjukkan bahwa titik – titik terlihat menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, maka menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi berganda ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (*independen*). Dalam analisis regresi yang baik disyaratkan tidak terjadi kolinearitas atau multikolinearitas diantara variabel bebasnya sampai pada batas tertentu. Kriteria pengujian untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas adalah jika nilai $VIF < 10$ dan nilai *tolerance* $> 0,10$ yang berarti bahwa tidak terdapat korelasi antar variabel bebas (Supardi, 2013 : 157).

3.5.2 Uji Koefisien Korelasi Sederhana dan Berganda

Korelasi merupakan istilah yang digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antar variabel. Korelasi sederhana adalah korelasi antara satu variabel bebas dengan satu variabel terikat. Korelasi ganda adalah korelasi antara dua atau lebih variabel bebas secara bersama – sama dengan satu variabel terikat. Angka yang menunjukkan arah dan besar kuatnya hubungan antara satu atau lebih variabel bebas dengan satu variabel terikat disebut koefisien korelasi, dan biasa disimbolkan dengan R. Koefisien korelasi bertanda + (positif) atau – (negatif) dengan angka berkisar dari -1 hingga +1. Jika koefisien korelasi mendekati +1 , maka koefisien korelasi menunjukkan adanya hubungan yang kuat dan positif. Jika koefisien korelasi mendekati -1, maka koefisien korelasi menunjukkan hubungan yang negatif dan kuat. Jika koefisien bernilai 0 maka menunjukkan variabel bebas dan terikatnya tidak memiliki hubungan.

Rumus koefisien korelasi ganda dengan 2 variabel bebas yaitu sebagai berikut (Supardi, 2013 : 208) :

$$r_{x_1 x_2 y} = \sqrt{\frac{b_1 \cdot \sum x_1 y + b_2 \cdot \sum x_2 y}{\sum y^2}}$$

Keterangan :

y : Variabel terikat (Volume Penjualan)

b_1 - b_2 : Koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada hubungan nilai variabel independen.

x_1 : Variabel bebas (Uang Muka)

x_2 : Variabel bebas (Besarnya Angsuran)

Sedangkan rumus koefisien korelasi sederhana sebagai berikut (Supardi, 2013 : 194) :

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x^2)][n \sum y^2 - (\sum y^2)]}}$$

Keterangan :

y : Variabel terikat (Volume Penjualan)

x : Variabel bebas (Uang Muka / Besarnya Angsuran)

n : jumlah data

3.5.3 Persamaan Regresi Linear Berganda

Untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini maka dilakukan analisis regresi linear berganda dengan tujuan untuk menduga besarnya koefisien regresi yang akan menunjukkan besarnya pengaruh beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat (Supardi, 2013 : 239). Dalam penelitian ini, akan dicari besarnya koefisien regresi yang menunjukkan besarnya pengaruh variabel bebas yang terdiri atas Uang Muka (X_1), Besarnya Angsuran (X_2), terhadap variabel terikat yaitu Volume Penjualan (Y). Rumus persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Dimana,

Y : Variabel terikat (Volume Penjualan)

a : Konstanta

b_1 - b_2 : Koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada hubungan nilai variabel independen.

X_1 : Variabel bebas (Uang Muka)

X_2 : Variabel bebas (Besarnya Angsuran)

3.5.4 Uji Hipotesis Penelitian

a) Uji F

Uji F menunjukkan apakah seluruh variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen atau terkait. Uji ini dilakukan dengan membandingkan antara nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} pada tingkat signifikansi 5%. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka dapat dikatakan bahwa variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat. (Supardi, 2013 : 212)

b) Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara individual terhadap variabel dependen. Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5%. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka terdapat korelasi yang signifikan antara variabel bebas secara individual dengan variabel terikat. (Supardi, 2013 : 214).

3.5.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi menyatakan proporsi variasi keseluruhan dalam nilai variabel terikat yang dapat diterangkan atau diakibatkan oleh hubungan linear dengan variabel bebas, selain itu (sisanya) dijelaskan oleh faktor lainnya. Nilai koefisien determinasi dinyatakan dalam bentuk persentase dari kuadrat nilai koefisien korelasi nya. Nilai R^2 yang mendekati 0 menunjukkan kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikatnya terbatas atau

bahkan tidak ada sama sekali sedangkan nilai R^2 yang mendekati 100% berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat (Supardi, 2013 : 188).

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengumpulan Data

4.1.1 Sejarah Perusahaan

PT Indomobil Trada Nasional merupakan salah satu anak cabang perusahaan yang bergerak di bidang otomotif yang sudah menggunakan sistem *e-business* untuk mendukung proses bisnisnya. Penggunaan sistem *e-business* pada perusahaan otomotif merupakan kebutuhan yang sangat penting karena perusahaan ini memiliki koneksi cabang yang tersebar diseluruh Indonesia bahkan bekerjasama dengan yang ada di luar negeri sehingga sangat membantu proses penyaluran informasi dan penjualan produk ke seluruh bagian di dunia. Melalui *e-business*, PT Indomobil Trada Nasional dapat berkolaborasi secara lebih kreatif, mengatur bisnis operasi dan sumberdaya lebih efektif, serta dapat bertahan di era saat ini dimana perubahan ekonomi sangat cepat.

Pada tahun 1969 Nissan Pertama kali masuk secara resmi ke Indonesia dengan nama Datsun melalui Agen Tunggal PT Indokarya yang didirikan oleh H. Abdul Wahab Affan bersama dengan saudara-saudaranya. Jenis kendaraan yang diproduksi pada tahun itu adalah pick up, multi purpose (jip) dan sedan dengan produksi rata-rata 750 unit/bln yang dipasarkan di Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Bali, Lampung, Bengkulu, Palembang, Padang, Balikpapan, Ujung Pandang, Medan dan Manado.

Ditahun 1978, terjadi konflik antara PT Indokaya dengan Nissan Motor Co, Jepang dan Marubeni (merupakan *trading house* dari Nissan Motor Co, Jepang) yang berakhir dengan penghentian pasokan barang dan kemudian Marubeni menyerahkan permasalahan kepada menteri perindustrian namun tidak mendapatkan tanggapan positif dari pihak PT Indokarya.

Pada tahun 1981, berdirilah PT Wahana Wirawan yang merupakan salah satu perusahaan dibawah Perbabri yang diwakil oleh Mayjen Sukardi. Keagenan tunggal Datsun kemudian diserahkan kepada PT Wahana Wirawan.

Pada tahun 1984 dibentuk perusahaan baru bernama PT Nayaka Wirawan yang berfungsi sebagai *Sole Distributor* sedangkan PT Wahana Wirawan sendiri tetap sebagai pemegang Agen Tunggal Nissan di Indonesia. Akhir tahun 1986, PT Nayaka Wirawan dijual kepada Indomobil Group dan tahun 1989 PT Nayaka Wirawan dibubarkan dan selanjutnya didirikan PT Indocitra Buana pada 23 November 1989. Pada tahun 1991, Indomobil memiliki sebagian saham PT. Wahana Wirawan melalui PT. Indocitra Buana.

Pada 26 Agustus 1997 dengan tujuan untuk mengembangkan bisnis retailer di Nissan Group, didirikanlah PT Indomobil Trada Nasional atau disingkat dengan PT INTAN. Meskipun secara hukum perusahaan tersebut telah didirikan semenjak tahun 1997, namun karena kondisi krisis ekonomi yang melanda Indonesia secara umum, PT Indomobil Trada Nasional baru aktif beroperasi pada Januari 2000.

Pada 1 November 1999, PT Indobuana Autoraya resmi bergabung dengan Nissan Group. Pendirian PT Indobuana Autoraya melengkapi struktur perusahaan dalam group Nissan Ssangyong menjadi sebagai berikut :

- a. PT Wahana Wirawan sebagai Agen Tunggal dan Pemegang Merk Nissan
- b. PT Indocitra Buana sebagai *Sole Distributor* Merek Nissan
- c. PT Indomobil Trada Nasional sebagai *Sales Operation (Retailer)*
- d. PT Indobuana Autoraya sebagai Agen Tunggal dan Pemegang Merk SsangYong.

Namun kerjasama ini berakhir setelah pihak Nissan Jepang menjadi pemegang saham mayoritas dan pengelolaan bisnis SsangYong dijalankan oleh Indomobil Volvo pada Oktober 2001.

Pada tahun 2000, PT Indomobil Trada Nasional mengkhususkan diri pada jenis usaha perdagangan kendaraan bermotor baik *New Cars* maupun *Used*

Cars, Accessories Shop, maupun bengkel perwakilan Nissan. Kantor cabang yang dimiliki PT Indomobil Trada Nasional yaitu Sunter, Halim (sebagai bengkel perwakilan), MT Haryono (khusus untuk *Showroom*), Pondok Indah, Pantai Indah Kapuk, dan Kebon Jeruk (*Showroom* mobil baru dan bekas, *accessories shop*).

Pada pertengahan tahun 2001 dengan telah bergabungnya Nissan dan Renault secara Internasional, maka di Indonesia pun dijalinlah kerjasama antara Indomobil *Group* dalam hal ini diwakili oleh PT Auto Euro Indonesia dan Renault Perancis untuk memasarkan kendaraan Renault di Indonesia dengan dukungan awal manajemen, jaringan pemasaran dan layanan purna jual Nissan.

Saat ini struktur perusahaan Nissan adalah sebagai berikut :

- a. PT Nissan Motor Indonesia sebagai Agen Tunggal dan pemegang Merek Nissan
- b. PT Nissan Motor Distributor Indonesia sebagai *Sole Distributor* Merek Nissan
- c. PT Wahana Wirawan sebagai *Sales Operation* (Join penyalur)
- d. PT Indomobil Trada Nasional sebagai *Sales Operation* (*Retailer*)
- e. PT Auto Euro Indonesia sebagai Agen tunggal Pemegang Merek Renault

4.1.2 Profil Perusahaan

Nama Perusahaan : Indomobil Nissan Datsun
Nama Pemilik : PT. Indomobil Trada Nasional
Alamat Usaha : Jl. Harapan Indah Bulevard, Kav Commercial Park I
No.9E. Kota Harapan Indah, Medan Satria, Bekasi,
Jawa Barat 17132.

Jumlah Tenaga Kerja : 53
Telepon : (021) 82600729
Fax : (021) 82600827
Website : www.indomobilnissan.com/

Logo : 
Perizinan :

1. SIUP :00236-05/PB/P2/1.824.271
2. NPWP : 01.817.492.0-407.001
3. TDP : 09.04.1.1.45.14195
4. AHU : Tahun 2012

4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi :

Menjadi perusahaan penyedia komponen utama industri otomotif.

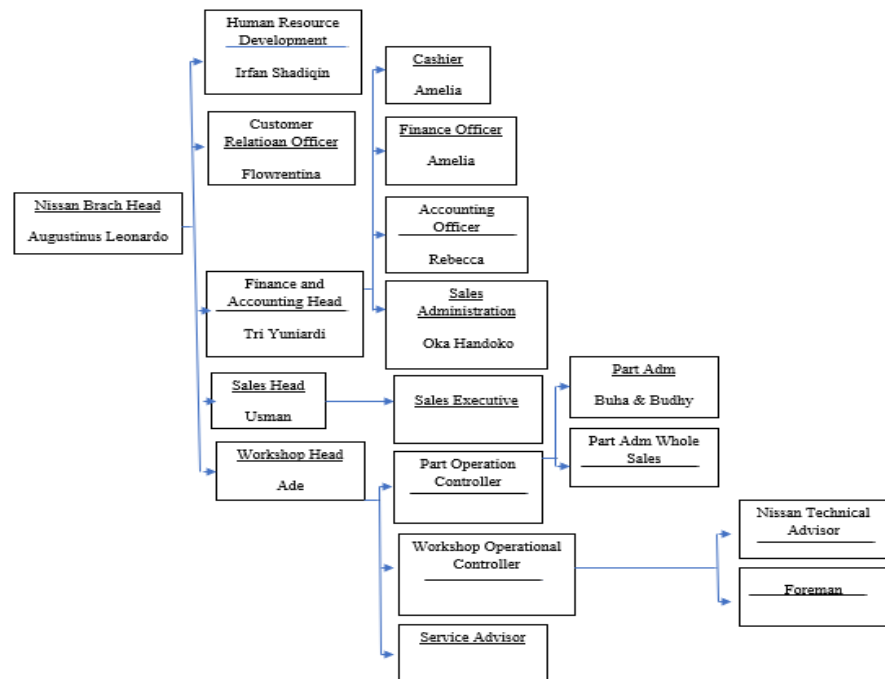
b. Misi :

Membangun perusahaan yang mampu menciptakan lapangan kerja berkualitas rakyat Indonesia dengan mengusung nilai - nilai berikut:

1. Pengembangan kompetensi karyawan secara berkelanjutan.
2. Mengupayakan pertumbuhan *financial*, intelektual dan citra perusahaan yang konsisten serta melakukan investasi kembali ke dalam bisnis yang dijalankan.
3. Mempertahankan *standard* kode etik yang tinggi dalam aktivitas bisnis.

4.1.4 Struktur Organisasi

Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Perusahaan



Sumber: Nissan Harapan Indah

4.1.5 Deskripsi Jabatan

Setiap struktur organisasi memiliki bagian-bagian yang dipegang oleh masing-masing individu dengan menduduki jabatannya untuk menjalankan tugasnya masing-masing yang disertai oleh wewenang maupun tanggung jawab.

1. *Nissan Branch head (Kepala Cabang)*

Kepala cabang mempunyai tugas antara lain :

- Melaksanakan kebijakan dari kantor pusat untuk dilaksanakan di kantor cabang.
- Memimpin, mengelola, merencanakan, dan melaksanakan pemasaran serta membuat rencana kerja bagian penjualan.

2. *Financial Accounting & Tax Head (FAD Head)*

Kepala bagian keuangan mempunyai tugas antara lain :

- Tercapainya tertib administrasi keuangan kantor cabang yang dapat mendukung operasional penjualan tunai maupun kredit

- b. Memonitor dan mengawasi pelaksanaan kebijakan perusahaan dibidang pemasaran, keuangan dan administrasi
- c. Tercapainya pemeliharaan seluruh asset dengan baik.

3. Sales Head

Kepala bagian penjualan mempunyai tugas antara lain :

- a. Mengkoordinasi seluruh *sales* dalam rangka meningkatkan penjualan.
- b. Membantu memecahkan masalah yang dihadapi *sales*.

4. Workshop Head (Kepala Bagian Bengkel)

Kepala bengkel mempunyai tugas antara lain :

- a. Mengontrol dan mengawasi semua kegiatan dalam bagian *service*
- b. Mengkoordinasi semua bawahannya untuk pencapaian target yang telah ditetapkan oleh kantor pusat.

5. Human Resource Development (HRD)

Kepala HRD mempunyai tugas antara lain :

- a. Menyediakan SDM yang dibutuhkan oleh kantor.
- b. Mengontrol dan mengawasi kebutuhan administrasi kantor
- c. Mengontrol dan mengawasi pemeliharaan asset kantor.

6. Cashier

Kasir mempunyai tugas antara lain :

- a. Menerima pembayaran dari pelanggan
- b. Merekap uang kas penjualan setiap harinya
- c. Mengarsipkan *invoice* sesuai dengan kas penjualan

7. Finance Officer

Finance Officer mempunyai tugas antara lain :

- a. Membantu *FAD Head*
- b. Melakukan pembayaran kepada pemasok
- c. Melakukan pembayaran pajak
- d. Mengontrol uang masuk dan uang keluar

8. Accounting officer

Accounting officer mempunyai tugas antara lain :

- a. Membantu *FAD Head*

- b. Membuat laporan pembukuan setiap bulan
- c. Merekap buku *bank*

9. Sales Administration

Sales Administration mempunyai tugas antara lain :

- a. Membuat data pelanggan dari *sales*
- b. Mengatur pembuatan STNK, buku BPKB setiap ada pembelian mobil
- c. Melakukan pencatatan dan registrasi dari setiap pelanggan para *sales*

10. Sales Executive

Sales Executive mempunyai tugas antara lain :

- a. Melakukan penjualan unit mobil
- b. Membuat laporan penjualan setiap bulannya kepada *sales head*
- c. Melayani pelanggan hingga *delivery* mobil
- d. Memasarkan produk

11. Part Operation Controller

Part Operation Controller mempunyai tugas antara lain :

- a. Mengontrol *stock sparepart*
- b. Berkoordinasi dengan pemasok
- c. Mengatur ketersediaan *sparepart*

12. Part Administration

Part Administration mempunyai tugas antara lain :

- a. Membuat *invoice sparepart* untuk diberikan kepada kasir
- b. Melakukan pencatatan setiap pembelian *sparepart*

13. Workshop Operational Controller

Workshop Operational Controller mempunyai tugas antara lain :

- a. Mengontrol dan mengawasi semua kegiatan dalam bagian *service*
- b. Membantu pekerjaan kepala bengkel

14. Nissan Technical Advisor

Nissan Technical Advisor mempunyai tugas antara lain :

- a. Melakukan kegiatan promosi transvision di *modern store*
- b. Melakukan kegiatan penjualan transvision

15. Foreman

Foreman mempunyai tugas antara lain :

- a. Mengawasi langsung pekerjaan mekanik dan memberikan petunjuk atas pekerjaan yang dilakukan oleh mekanik
- b. Mendistribusikan pekerjaan secara merata kepada mekanik.
- c. Memeriksa unit sebelum dan sesudah *service* oleh mekanik.

16. Service Advisor

Service Advisor mempunyai tugas antara lain :

- a. Melayani setiap keluhan pelanggan
- b. Melakukan pengecekan mobil pelanggan yang akan di *service*
- c. Membuat surat perintah bengkel

4.1.6 Bidang Personalia

Sistem rekrutmen karyawan Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah diawali dengan analisa jumlah dan kebutuhan karyawan. Kepala bagian divisi akan melihat kebutuhan karyawan apabila dirasa perlu tambahan karyawan, kepala bagian akan mengajukan permintaan karyawan kepada *Human Resource Development (HRD)* cabang melalui *form* permintaan karyawan. Selanjutnya *Human Resource Development (HRD)* cabang akan memberikan *form* permintaan karyawan kepada *Human Resource Development (HRD)* Pusat. Selanjutnya *Human Resource Development (HRD)* Pusat akan menganalisa tingkat kebutuhan karyawan apabila disetujui maka *Human Resource Development (HRD)* Pusat akan mempublikasikan pengumuman rekrutmen karyawan melalui *pampflet* yang dipasang di papan pengumuman perusahaan, pengumuman melalui *website*, dan melakukan koordinasi melalui. Selain itu pengumuman rekrutmen ini juga bisa diketahui dari cerita mulut ke mulut, surat lewat pos, ataupun *email*. Setelah pelamar terkumpul maka perusahaan akan melakukan serangkaian tes kepada calon pelamar yang meliputi :

1. Wawancara Pendahuluan.
2. Psikotes.
3. Wawancara *User*.
4. *Medical cek up*.

Program pelatihan yang diterapkan perusahaan terhadap karyawan baru dengan melakukan orientasi karyawan baru pada tiap-tiap divisi seperti *sales*, *service*, dan keuangan. Pada pelatihan divisi *sales*, karyawan dilatih selama tiga bulan untuk menjadi seorang *sales*. Selama 3 bulan tersebut mereka akan dilatih untuk meningkatkan *skill*. Ada beberapa tahapan selama pelatihan yaitu *Fundamental Salesmanship Training (FST)*, *Sales Management and Strategy (SMS)*, *Profesional Salesmanship Skill Training (PSST)*. *Service* harus menjalani proses pelatihan selama 3 bulan mereka akan dilatih serta mengikuti *training* dari Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah. Keuangan akan menjalankan masa magang selama sebulan, selama sebulan itu dilatih untuk menggunakan aplikasi DMS (*Dealer Management System*) dan melakukan bukti potong pph.

Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah saat ini memiliki Total keseluruhan tenaga kerja gabungan dari tenaga kerja langsung dan tenaga kerja tidak langsung pada tahun 2019 sebanyak 53 orang, yang terdiri :

Tabel 4. 7 Jumlah Tenaga Kerja

Nissan Brach Head	1
HRD/GA	1
Customer Relation Officer	1
Finance and Accounting Head	1
Cashier	1
Finance Officer	1
Accounting Officer	1
Sales Administration	1
Sales Head	1
Sales Excecutive	17
Workshop Head	1
Part Operation Controller	1
Part Admin	2
Part Adm Whole Sales	1
Workshop Operational Controlle	3
Nissan Technical Advisor	2
Foreman	8
Service Advisor	3
Security	3
Cleaning Service	3

Sumber: Nissan

Harapan

Indah

Karyawan Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah jadwal kerja yang sudah ditetapkan oleh *Human Recource Development (HRD)* sebagai berikut :

Tabel 4. 8 Jadwal Kerja

No.	Hari	Jam Kerja	Keterangan
1.	Senin – Kamis	08.30 – 12.00	Kerja
		12.00 – 13.00	Istirahat
		13.00 – 16.30	Kerja
		16.30	Pulang
		07.30 – 11.45	Kerja
2.	Jum'at	11.45 – 13.30	Istirahat
		13.30 – 16.30	Kerja
		16.30	Pulang
3.	Sabtu	08.30 – 12.00	Kerja
		12.00 – 13.00	Istirahat
		13.00 – 14.30	Kerja
		14.30	Pulang

Sumber: Nissan Harapan Indah

Karyawan Indomobil Nissan Datsun yang telah bekerja minimal satu tahun memperoleh perhatian dari perusahaan berbentuk pemberian fasilitas kepada karyawan, seperti :

1. Tunjangan produksi yang dipengaruhi oleh prestasi
2. Hak cuti bagi karyawan yang telah berkerja lebi dari setahun
3. Cuti hamil bagi karyawan yang sedang hamil
4. Apabila terdapat keluarga yang meninggal, pihak perusahaan akan memberikan uang duka atau santunan yang layak
5. Mendapat THR (Tunjangan Hari Raya) setiap Hari Raya Idul Fitri
6. Uang makan yang termasuk dalam struktur gaji
7. Upah bagi pekerja yang lembur
8. Jaminan Kesehatan BPJS Ketenagakerjaan

9. Terdapat fasilitas yang memberikan nyaman dalam ruang kerja, misalnya : AC (*Air Conditioner*), kamar mandi, tempat ibadah, dan lain-lain

Dalam sebuah perusahaan juga memiliki peraturan yang harus dipatuhi oleh setiap karyawannya apabila hal tersebut dilanggar maka karyawan bisa mendapatkan teguran atau dikeluarkan. Pemutusan hubungan kerja (PHK) adalah berakhirnya hubungan kerja sama antara karyawan dengan perusahaan, baik karena ketentuan yang telah disepakati, atau mungkin berakhirnya ditengah kontrak. Menurut Undang-Undang RI No.31 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan, Pasal 1 ayat 25 , pemutusan hubungan kerja (PHK) adalah pengakhiran hubungan kerja karena suatu hal tertentu yang mengakibatkan berakhirnya hak dan kewajiban antara pekerja atau buruh dan pengusaha. Pelanggaran dan sanksi yang diberikan oleh Indomobil Nissan Datsun diantaranya:

1. Peringatan lisan, diberikan kepada setiap karyawan yang melanggar peraturan perusahaan berlaku 1 minggu.
2. Peringatan tertulis, diberikan kepada setiap karyawan yang sudah diberikan peringatan lisan dan masih melanggar peraturan atau melakukan kesalahan berlaku 1 bulan.
3. Pemutusan Hubungan Kerja (PHK), diberikan kepada karyawan yang sudah mendapatkan SP1 dan SP2

4.1.7 Aspek Keuangan

A. Laporan Laba Rugi

Laporan laba rugi menggambarkan keberhasilan atau kegagalan operasi perusahaan dan upaya mencapai tujuannya. Laporan Laba Rugi merupakan suatu laporan keuangan yang di dalamnya menjelaskan tentang kinerja keuangan suatu entitas bisnis dalam satu periode . Di dalam laporan ini terdapat informasi ringkas mengenai jumlah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk operasional Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah serta laba yang didapatkan selama Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah tersebut beroperasi. Laporan laba rugi sangat diperlukan

untuk mengetahui kondisi dan perkembangan keuangan pada Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah.

B. Laporan Laba Rugi

Neraca adalah suatu laporan yang wajib dibuat oleh sebuah perusahaan. Salah satu bagian dari laporan keuangan suatu perusahaan yang di dalamnya terdapat informasi mengenai aktiva, kewajiban, serta ekuitas pemegang saham pada akhir periode Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah. Laporan tersebut nantinya akan menjadi dasar bagi suatu Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah dalam membuat keputusan bisnis.

Tabel 4. 9 Laporan Laba Rugi

CABANG :		PT Indomobil Trada Nasional - Harapan Indah					
ANALISA LABA (RUGI) TAHUN :							
No.	Deskripsi	Saldo					
		2014	2015	2016	2017	2018	
1	PENJUALAN	Penjualan Mobil (dalam unit)	339	481	527	173	103
		- NISSAN	125	283	417	92	58
		- DATSUN	214	198	110	81	45
		- OTHERS	-	-	-	-	-
		Unit Entry Workshop	5.946	7.219	6.667	6.841	5.708
		- General Rapair	5.946	7.219	6.667	6.841	5.708
		- Body Repair	-	-	-	-	
2	PENJUALAN	PENJUALAN BERSIH	61.333.000.000	76.777.000.000	75.575.000.000	38.079.000.000	28.131.000.000
		Penjualan Mobil	55.185.000.000	70.984.000.000	67.913.000.000	29.656.000.000	19.357.000.000
		Penjualan Unit Entry Workshop	6.148.000.000	5.793.000.000	7.662.000.000	8.423.000.000	8.774.000.000
3	RETUR	Retur Penjualan Mobil	-	-	-	-	-
		- Unit	-	-	-	-	-
		- Nilai (dalam Jutaan rupiah)	-	-	-	-	-
		Retur Penjualan Workshop	-	-	-	-	-
		- Unit	-	-	-	-	-
		- Nilai (dalam Jutaan rupiah)	-	-	-	-	-
4	HPP	HPP	57.182.000.000	71.378.000.000	69.821.000.000	33.593.000.000	24.820.000.000
		-HPP unit	53.211.000.000	67.825.000.000	64.908.000.000	28.048.000.000	18.834.000.000
		-HPP workshop	3.971.000.000	3.553.000.000	4.913.000.000	5.545.000.000	5.986.000.000
5	LABA KOTOR	Labar (Rugi) Kotor	4.151.000.000	5.399.000.000	5.754.000.000	4.487.000.000	3.309.000.000
		- Mobil	1.974.000.000	3.159.000.000	3.005.000.000	1.608.000.000	522.000.000
		- Workshop	2.177.000.000	2.240.000.000	2.749.000.000	2.879.000.000	2.787.000.000
7	BEBAN	Beban (dalam jutaan rupiah)	4.471.000.000	7.343.000.000	6.169.000.000	6.357.000.000	5.995.000.000
		- Beban Variabel	556.000.000	985.000.000	68.000.000	623.000.000	412.000.000
		-Unit	542.000.000	919.000.000	66.000.000	570.000.000	364.000.000
		-Workshop	14.000.000	66.000.000	2.000.000	53.000.000	48.000.000
		Biaya Tetap	3.915.000.000	6.358.000.000	6.101.000.000	5.734.000.000	5.583.000.000
		- Beban Karyawan dan Outsourcing	1.843.000.000	3.391.000.000	3.511.000.000	3.229.000.000	2.947.000.000
		- Iklan dan Promosi	547.000.000	692.000.000	726.000.000	731.000.000	789.000.000
		- Pelayanan Purna Jual	-	-	-	-	1.000.000
		- Sewa, Utilitas, Perbaikan	216.000.000	294.000.000	249.000.000	219.000.000	206.000.000
		- Komunikasi dan IT	93.000.000	107.000.000	108.000.000	94.000.000	81.000.000
		- Perjalanan Dinas & Transportasi	31.000.000	59.000.000	54.000.000	38.000.000	41.000.000
		- Jasa Manajemen & Jasa Teknik	-	120.000.000	120.000.000	120.000.000	120.000.000
		- Royalty	-	-	-	-	-
		- Jasa Profesional dan Konsultan	3.000.000	-	4.000.000	5.000.000	-
		- Beban Operasional Lainnya	1.182.000.000	1.695.000.000	1.329.000.000	1.298.000.000	1.398.000.000
8	PENDAPATAN LAINNYA	Pendapatan Operasional Lainnya	639.000.000	1.189.000.000	6.689.000.000	7.673.000.000	4.440.000.000
		- Pend. Insentif Leasing	509.000.000	861.000.000	1.154.000.000	537.000.000	179.000.000
		- Insentif dan Komisi dari ATPM	-	-	130.000.000	256.000.000	(23.000.000)
		- Pendapatan dan (Beban Lain-lain)	130.000.000	328.000.000	5.405.000.000	6.880.000.000	4.284.000.000
9	LABA (RUGI) SEBELUM PAJAK	LABA (RUGI) SEBELUM PAJAK	319.000.000	(755.000.000)	6.274.000.000	5.803.000.000	1.754.000.000
		Pajak	10%	10%	10%	10%	10%
		Total Pajak	31.900.000	(75.500.000)	627.400.000	580.300.000	175.400.000
10		LABA (RUGI) SETELAH PAJAK	287.100.000	(679.500.000)	5.646.600.000	5.222.700.000	1.578.600.000

Sumber: Nissan Harapan Indah

Tabel 4. 10 Neraca

CABANG :		PT Indomobil Trada Nasional - Harapan Indah				
NERACA:						
No.	Deskripsi	Saldo				
		2014	2015	2016	2017	2018
	TOTAL AKTIVA	43,731,000,000	38,223,000,000	37,201,000,000	37,722,000,000	36,260,000,000
	AKTIVA LANCAR	11,571,000,000	10,421,000,000	8,604,000,000	9,002,000,000	8,482,000,000
	Kas	70,000,000	55,000,000	55,000,000	57,000,000	50,000,000
	Bank	(7,392,000,000)	(4,512,000,000)	(5,671,000,000)	(6,561,000,000)	(4,139,000,000)
	Deposito	-	-	-	-	-
	Investasi Keuangan	-	-	-	-	-
	Piutang Showroom	3,672,000,000	2,701,000,000	2,287,000,000	3,239,000,000	1,887,000,000
	Piutang Workshop	367,000,000	311,000,000	200,000,000	232,000,000	314,000,000
	Piutang Body Repair	-	-	-	-	-
	Piutang Lain-lain	3,421,000,000	2,113,000,000	2,240,000,000	2,199,000,000	2,349,000,000
	Pendapatan yang masih akan diterima	691,000,000	569,000,000	532,000,000	594,000,000	605,000,000
	Persediaan - Bersih	10,472,000,000	8,956,000,000	8,734,000,000	9,043,000,000	7,050,000,000
	Pajak Dibayar Dimuka	-	-	-	-	-
	Uang Muka	59,000,000	41,000,000	45,000,000	20,000,000	85,000,000
	Biaya Dibayar Dimuka	211,000,000	187,000,000	182,000,000	179,000,000	281,000,000
	AKTIVA TETAP	32,160,000,000	27,802,000,000	28,597,000,000	28,720,000,000	27,778,000,000
	Aset Tetap - Nilai Buku	32,100,000,000	27,750,000,000	28,563,000,000	28,677,000,000	27,744,000,000
	Aset Properti Investasi - Nilai Buku	-	-	-	-	-
	Aset Tidak Berwujud - Bersih	29,000,000	25,000,000	10,000,000	17,000,000	8,000,000
	Investasi dan Penyertaan Saham	-	-	-	-	-
	Uang Muka Pembelian - Tanah	-	-	-	-	-
	Aset Pajak Tangguhan	-	-	-	-	-
	Tagihan Pajak Penghasilan	-	-	-	-	-
	Aset Lain-lain	31,000,000	27,000,000	24,000,000	26,000,000	26,000,000
	PASIVA	43,731,000,000	38,223,000,000	37,201,000,000	37,722,000,000	36,260,000,000
	Utang Dagang	7,954,000,000	6,549,000,000	5,043,000,000	5,137,000,000	5,729,000,000
	Utang Lain-lain	44,300,000,000	42,811,000,000	41,970,000,000	43,347,000,000	40,442,000,000
	Utang Pajak	20,000,000	13,000,000	12,000,000	13,000,000	10,000,000
	Biaya Masih Harus Dibayar	446,000,000	344,000,000	401,000,000	342,000,000	422,000,000
	Pinjaman Jk Pendek - Bank	90,000,000	-	-	-	561,000,000
	Pinjaman Jk Pendek - Non Bank	-	-	-	-	-
	Pinjaman Jk Pendek - Obligasi	-	-	-	-	-
	Pinjaman Jk. Panjang Non Bank Jth Tempo Dlm 1 Thn	-	-	-	-	-
	Pinjaman Obligasi Jk Panjang Jth Tempo Dlm 1 Thn	-	-	-	-	-
	Bagian Pinjaman Jk. Panjang yg Jth Tempo dlm 1 Thn	-	-	-	-	-
	Pinjaman Jangka Panjang	-	-	-	-	-
	Liabilitas Imbalan Kerja	-	-	-	-	-
	Liabilitas Pajak Tangguhan	-	-	-	-	-
	Akum. Laba (Rugi) Anak Perusahaan	-	-	-	-	-
	Pend. Diterima Dimuka - Sewa	-	-	-	-	-
	Pend. Diterima Dimuka	21,000,000	15,000,000	10,000,000	14,000,000	5,000,000
	Liabilitas Jangka Panjang - Jaminan	-	-	-	-	-
	Liabilitas Jk Panjang - Lain-lain	-	-	-	-	-
	Ekuitas	(9,100,000,000)	(11,509,000,000)	(10,235,000,000)	(11,131,000,000)	(10,909,000,000)
	Modal	-	-	-	-	-
	Komponen ekuitas lainnya	-	-	-	-	-
	Saldo defisit (laba)	(9,100,000,000)	(11,509,000,000)	(10,235,000,000)	(11,131,000,000)	(10,909,000,000)

Sumber: Nissan Harapan Indah

4.2 Pengolahan Data

4.2.1 Deskripsi Variabel Penelitian

Pada bagian ini akan dipaparkan pembahasan statistik deskriptif dari variabel Uang Muka (X1), Besarnya Angsuran (X2), dan Volume Penjualan (Y).

Tabel 4. 11 Variabel uang muka (X1) dan besarnya angsuran (X2) serta volume penjualan mobil jenis Datsun Go+ Panca A pada Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah

TAHUN	UANG MUKA (Dalam Jutaan Rupiah)	BESARNYA ANGSURAN (Dalam Jutaan Rupiah)	TENOR	VOLUME PENJUALAN
2014	12310	3600	3 Tahun	10
	12310	3055	4 Tahun	8
	12310	2784	5 Tahun	12
	12310	2656	6 Tahun	16
	17425	3402	3 Tahun	5
	17425	2891	4 Tahun	7
	17425	2638	5 Tahun	6
	17425	2519	6 Tahun	4
2015	28225	3242	3 Tahun	5
	28225	2746	4 Tahun	7
	28225	2485	5 Tahun	4
	28225	2346	6 Tahun	10
	28225	2295	7 Tahun	6
	33005	3056	3 Tahun	6
	33005	2593	4 Tahun	3
	33005	2350	5 Tahun	8
	33005	2221	6 Tahun	11
	33005	2175	7 Tahun	10
2016	12310	3623	3 Tahun	3
	12310	3079	4 Tahun	3
	12310	2809	5 Tahun	2
	12310	2683	6 Tahun	8
	17425	3425	3 Tahun	2
	17425	2915	4 Tahun	3
	17425	2662	5 Tahun	3
	17425	2546	6 Tahun	7
2017	23612	3676	3 Tahun	1
	24959	3042	4 Tahun	1
	25209	2727	5 Tahun	4
	29480	3490	3 Tahun	1

	29671	2829	4 Tahun	3
	30136	2568	5 Tahun	2
2018	10200	3724	3 Tahun	0
	10200	3154	4 Tahun	1
	10200	2842	5 Tahun	3
	15412	3510	3 Tahun	1
	15412	2974	4 Tahun	2
	15412	2680	5 Tahun	1

Sumber: Data Diolah, 2019

Uang muka merupakan sejumlah uang yang dibayarkan terlebih dahulu sebagai tanda jadi pembelian secara angsuran, yang menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi volume penjualan pada Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah. Uang Muka yang ditetapkan oleh Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah minimal 20-25% dari harga jual kendaraan. Berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa uang muka yang ditetapkan oleh Indomobil Nissan Datsun berbeda-beda setiap tahunnya.

Besarnya Angsuran merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu barang. Dari tabel tersebut terlihat bahwa besarnya angsuran yang ditetapkan oleh Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah bervariasi dari panjaran uang muka dan disesuaikan dengan pilihan tenor yang tertera pada pilihan untuk konsumen.

Volume Penjualan dalam penelitian ini adalah penjualan mobil Datsun GO+ Panca A pada Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah tahun 2014-2018. Untuk mengetahui pengaruh kedua variabel bebas terhadap volume penjualan, maka diambil data volume penjualan mobil Datsun Go+ Panca A tahun 2014-2018 yang dibagi ke dalam 38 bagian berdasarkan besarnya uang muka dan besarnya angsuran kendaraan tersebut.

Tabel 4. 12 Tabel Pemanding

TAHUN	UANG MUKA (Dalam Jutaan Rupiah)	BESARNYA ANGSURAN (Dalam Jutaan Rupiah)	TENOR	VOLUME PENJUALAN
2016	16500	4720	3Tahun	198
	16500	3987	4Tahun	
	16500	3636	5Tahun	
	17500	4817	3Tahun	
	17500	4068	4Tahun	
	17500	3711	5Tahun	
2017	18145	4800	3Tahun	512
	16049	4090	4Tahun	
	11346	3990	5Tahun	
	18410	4965	3Tahun	
	15971	4280	4Tahun	
	10473	4230	5Tahun	

Sumber: Data Diolah, 2019

Tabel diatas merupakan tabel pembandingan yaitu hasil pengolahan dari data penjualan mobil Toyota Calya sebagai pesaing dari mobil Go+ Panca A. Pada tabel tersebut menggambarkan bahwa volume penjualan mobil Calya di tahun 2016 lebih tinggi dari penjualan mobil Datsun Go+ Panca A di tahun 2016. Bahkan pada penjualan mobil Toyota Calya pun mengalami kenaikan volume penjualannya dari tahun 2016 ke 2017 yang dimana penjualan unit tahun 2016 sejumlah 198 unit dan tahun 2017 512 unit. Dari tabel pembandingan ini pada uang muka dan besarnya angsurannya pun lebih besar dibandingkan dengan mobil Datsun Go+ Panca A akan tetapi volume penjualan pada tahun 2016-2017 berbeda jauh dengan mobil Toyota Calya yang dimana penjualan mobil Toyota Calya jauh lebih tinggi daripada mobil Datsun Go+ Panca A.

BAB V

ANALISA DAN PEMBAHASAN

5.1 Uji Asumsi Klasik

5.6.1. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas (Uji *Kolmogrove-Smirnov*) dan P-Plotnya dengan bantuan SPSS versi 22. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak (Sofyan Siregar, 2014 : 153). Berikut merupakan tabel yang berisi uji normalitas menggunakan uji *kolomogrove-smirnov*.

Tabel 5. 4 Hasil Uji Normalitas (*Kolmogrov-Smirnov*)

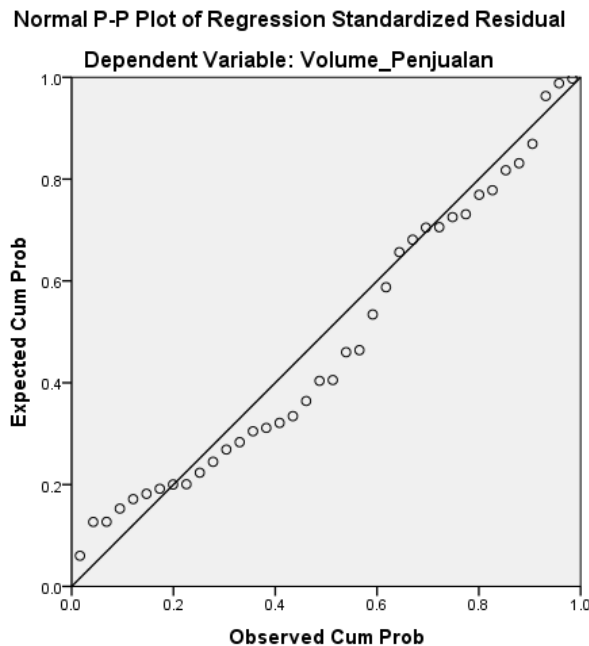
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		38
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.28014290
Most Extreme Differences	Absolute	.124
	Positive	.124
	Negative	-.094
Test Statistic		.124
Asymp. Sig. (2-tailed)		.150 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil SPSS versi 22

Dari hasil Uji *Kolomogrove-Smirnov* pada tabel 5.1 diatas, nilai signifikan (Asymp. Sig.) menunjukkan angka 0.150 dan karena angka tersebut diatas nilai signifikan (0.05) sehingga data terdistribusi secara normal. Berikut merupakan grafik *Normal Probability Plot* untuk menguji kenormalan data *residual* dilihat dari analisis grafik.



Gambar 5. 4 Hasil Uji Normalitas P-Plot

Sumber: Hasil SPSS versi 22

Pada grafik *Normal Probability Plot* diatas menunjukkan bahwa titik-titik yang mewakili data mengikuti arah garis diagonal dan menyebar disekitar garis diagonal.

5.1.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linier antara variabel independen dalam model regresi. Nilai korelasi tersebut dapat dilihat dari VIF (*Variance Inflation Factor*). Dalam analisis regresi yang baik disyaratkan tidak terjadi kolinearitas atau multikolinearitas diantara variabel bebasnya.

Dengan asumsi:

- a) Jika nilai *tolerancenya* lebih kecil dari 0,10 dan nilai VIF lebih dari 10 maka akan mendapat kesimpulan bahwa data yang diuji tesebut memiliki multikolinearitas.
- b) Sedangkan jika nilai *tolerancenya* sendiri lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF dibawah 10, maka akan mendapatkan kesimpulan bahwa data yang diuji tidak memiliki kolinearitas.

- Uji Multikolinearitas

$$VIF = \frac{1}{(1 - r^2)}$$

$$VIF = \frac{1}{(1 - (0,427)^2)}$$

$$VIF = \frac{1}{(1 - 0,182)}$$

$$VIF = 1,22$$

$$Tolerance = \frac{1}{VIF}$$

$$Tolerance = \frac{1}{1,22}$$

$$Tolerance = 0,818$$

Tabel 5. 5 Hasil Uji Multikolinearitas

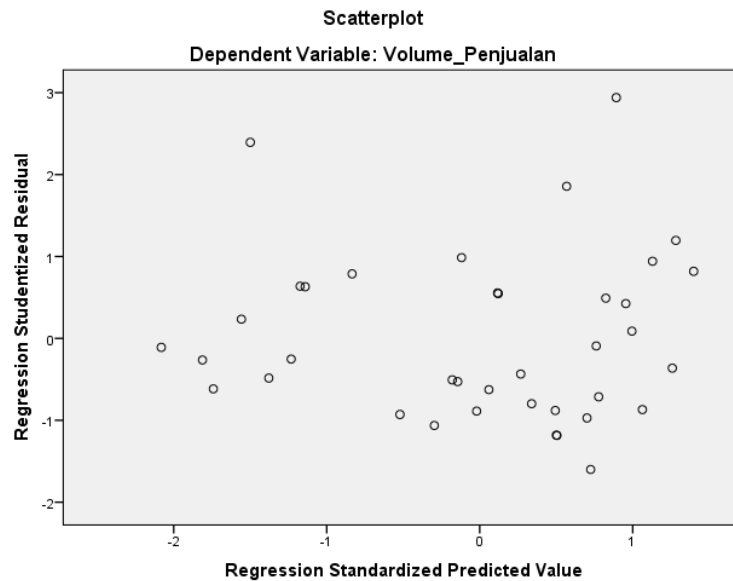
Variabel	Collinearity Statistic		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Uang Muka	0,818	1,223	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Besarnya Angsuran	0,818	1,223	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber: Hasil SPSS versi 22

Dari Tabel 5.2 diketahui bahwa seluruh variabel memiliki angka *Tolerance* > 0,10 dan VIF < 10, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

5.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Uji heteroskedastisitas menghasilkan grafik pola penyebaran titik (*scatterplot*) seperti pada tampak pada gambar dibawah ini:



Gambar 5. 5 Scatter Plot Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil SPSS versi 22

Pada grafik *Scatter Plot* Heteroskedastisitas di atas terlihat bahwa tidak ada pola yang jelas serta titik-titik tersebut menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, hal ini menunjukkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

5.3 Koefisien Korelasi Parsial

Korelasi merupakan teknik analisis yang termasuk dalam salah satu teknik pengukuran asosiasi atau hubungan (*measures of association*) antar variabel. Korelasi parsial yaitu analisis korelasi untuk mencari hubungan variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Sedangkan, korelasi berganda adalah korelasi antara dua atau lebih variabel bebas/independen (X) secara bersama-sama dengan satu variabel terikat/dependen (Y). Hasil perhitungan koefisien korelasi sederhana di bawah ini menghitung korelasi masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian ini akan dijelaskan sebagai berikut.

Tabel 5. 6 Tabel Penolong

No	X1	X2	Y	X1 ²	X2 ²	Y ²	X1.Y	X2.Y	X1.X2
----	----	----	---	-----------------	-----------------	----------------	------	------	-------

1	12310	3600	10	151536100	12960000	100	123100	36000	44316000
2	12310	3055	8	151536100	9333025	64	98480	24440	37607050
3	12310	2784	12	151536100	7750656	144	147720	33408	34271040
4	12310	2656	16	151536100	7054336	256	196960	42496	32695360
5	17425	3402	5	303630625	11573604	25	87125	17010	59279850
6	17425	2891	7	303630625	8357881	49	121975	20237	50375675
7	17425	2638	6	303630625	6959044	36	104550	15828	45967150
8	17425	2519	4	303630625	6345361	16	69700	10076	43893575
9	28225	3242	5	796650625	10510564	25	141125	16210	91505450
10	28225	2746	7	796650625	7540516	49	197575	19222	77505850
11	28225	2485	4	796650625	6175225	16	112900	9940	70139125
12	28225	2346	10	796650625	5503716	100	282250	23460	66215850
13	28225	2295	6	796650625	5267025	36	169350	13770	64776375
14	33005	3056	6	1089330025	9339136	36	198030	18336	100863280
15	33005	2593	3	1089330025	6723649	9	99015	7779	85581965
16	33005	2350	8	1089330025	5522500	64	264040	18800	77561750
17	33005	2221	11	1089330025	4932841	121	363055	24431	73304105
18	33005	2175	10	1089330025	4730625	100	330050	21750	71785875
19	12310	3623	3	151536100	13126129	9	36930	10869	44599130
20	12310	3079	3	151536100	9480241	9	36930	9237	37902490
21	12310	2809	2	151536100	7890481	4	24620	5618	34578790
22	12310	2683	8	151536100	7198489	64	98480	21464	33027730
23	17425	3425	2	303630625	11730625	4	34850	6850	59680625
24	17425	2915	3	303630625	8497225	9	52275	8745	50793875
25	17425	2662	3	303630625	7086244	9	52275	7986	46385350
26	17425	2546	7	303630625	6482116	49	121975	17822	44364050
27	23612	3676	1	557526544	13512976	1	23612	3676	86797712
28	24959	3042	1	622951681	9253764	1	24959	3042	75925278
29	25209	2727	4	635493681	7436529	16	100836	10908	68744943
30	29480	3490	1	869070400	12180100	1	29480	3490	102885200
31	29671	2829	3	880368241	8003241	9	89013	8487	83939259
32	30136	2568	2	908178496	6594624	4	60272	5136	77389248
33	10200	3724	0	104040000	13868176	0	0	0	37984800
34	10200	3154	1	104040000	9947716	1	10200	3154	32170800
35	10200	2842	3	104040000	8076964	9	30600	8526	28988400
36	15412	3510	1	237529744	12320100	1	15412	3510	54096120
37	15412	2974	2	237529744	8844676	4	30824	5948	45835288
38	15412	2680	1	237529744	7182400	1	15412	2680	41304160

Σ	783933	110012	189	18569535325	325292520	1451	3995955	520341	2215038573
----------	--------	--------	-----	-------------	-----------	------	---------	--------	------------

Sumber: Data Diolah, 2019

a) Nilai korelasi sederhana (parsial) antara X1 dengan Y

$$r_{x_1.y} = \frac{n\Sigma x_1y - (\Sigma x_1)(\Sigma y)}{\sqrt{(n\Sigma x_1^2 - (\Sigma x_1)^2)(n\Sigma y^2 - (\Sigma y)^2)}}$$

$$r_{x_1.y} = \frac{38(3995955) - (783933)(189)}{\sqrt{(38(18569535325) - (783933)^2)(38(1451) - (189)^2)}}$$

$$r_{x_1.y} = \frac{3682953}{\sqrt{(91091393861)(19417)}}$$

$$r_{x_1.y} = \frac{3682953}{42056172,93}$$

$$r_{x_1.y} = \mathbf{0,088}$$

b) Nilai korelasi sederhana (parsial) antara X2 dengan Y

$$r_{x_2.y} = \frac{n\Sigma x_2y - (\Sigma x_2)(\Sigma y)}{\sqrt{(n\Sigma x_2^2 - (\Sigma x_2)^2)(n\Sigma y^2 - (\Sigma y)^2)}}$$

$$r_{x_2.y} = \frac{38(520341) - (110012)(189)}{\sqrt{(38(32529250) - (110012)^2)(38(1451) - (189)^2)}}$$

$$r_{x_2.y} = \frac{-1019310}{\sqrt{5018821035872}}$$

$$r_{x_2.y} = \frac{-1019310}{2240272,53}$$

$$r_{x_2.y} = \mathbf{-0,455}$$

c) Nilai korelasi sederhana (parsial) antara X1 dengan X2

$$r_{x_1.x_2} = \frac{n\Sigma x_1x_2 - (\Sigma x_1)(\Sigma x_2)}{\sqrt{(n\Sigma x_1^2 - (\Sigma x_1)^2)(n\Sigma x_2^2 - (\Sigma x_2)^2)}}$$

$$r_{x_1.x_2} = \frac{38(2215038573) - (783933)(110012)}{\sqrt{(38(18569535325) - (783933)^2)(38(325292520) - (110012)^2)}}$$

$$r_{x_1.x_2} = \frac{-2070571422}{\sqrt{23544900000000000000}}$$

$$r_{x_1.x_2} = \frac{-2070571422}{4852308728,84}$$

$$r_{x_1.x_2} = -0,427$$

d) Korelasi secara simultan antara X1 dan X2 dengan Y

$$\begin{aligned} (r_{x_1x_2y}) &= \sqrt{\frac{r^2_{x_1y} + r^2_{x_2y} - 2(r_{x_1y})(r_{x_2y})(r_{x_1x_2})}{1 - r^2_{x_1x_2}}} \\ (r_{x_1x_2y}) &= \sqrt{\frac{(0,088)^2 + (-0,455)^2 - 2(0,088)(-0,455)(-0,427)}{1 - (-0,427)^2}} \\ (r_{x_1x_2y}) &= \sqrt{\frac{0,007744 + 0,207025 - 2(0,088)(-0,455)(-0,427)}{1 - 0,182}} \\ (r_{x_1x_2y}) &= \sqrt{\frac{0,18057484}{0,818}} \\ (r_{x_1x_2y}) &= 0,470 \end{aligned}$$

5.4 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi digunakan untuk menguji pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen, yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari Uang Muka (X1) dan Besarnya Angsuran (X2) terhadap Volume Penjualan (Y). Berikut ini adalah hasil perhitungan dari nilai a, b1, dan b2 untuk menyusun persamaan regresi sederhana dan berganda dari penelitian ini:

➤ Menentukan Skor Deviasi

$$1) \Sigma x_1^2 = \Sigma x_1^2 - \frac{(\Sigma X_1)^2}{n}$$

$$\Sigma x_1^2 = 18569535325 - \frac{(783933)^2}{38}$$

$$\Sigma x_1^2 = 18569535325 - 16172393380$$

$$\Sigma x_1^2 = 2397141944$$

$$2) \Sigma x_2^2 = \Sigma x_2^2 - \frac{(\Sigma X_2)^2}{n}$$

$$\Sigma x_2^2 = 325292520 - \frac{(110012)^2}{38}$$

$$\Sigma x_2^2 = 325292520 - 318490530$$

$$\Sigma x_2^2 = \mathbf{6801989,895}$$

$$3) \Sigma y^2 = \Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{n}$$

$$\Sigma y^2 = 1451 - \frac{(189)^2}{38}$$

$$\Sigma y^2 = 1451 - 940,026$$

$$\Sigma y^2 = \mathbf{510,973}$$

$$4) \Sigma x_1 y = \Sigma X_1 y - \frac{(\Sigma X_1)(\Sigma Y)}{n}$$

$$\Sigma x_1 y = 3995955 - \frac{(783933)(189)}{38}$$

$$\Sigma x_1 y = 3995955 - 3899035,184$$

$$\Sigma x_1 y = \mathbf{96919,815}$$

$$5) \Sigma x_2 y = \Sigma X_2 y - \frac{(\Sigma X_2)(\Sigma Y)}{n}$$

$$\Sigma x_2 y = 520341 - \frac{(110012)(189)}{38}$$

$$\Sigma x_2 y = 520341 - 547164,94$$

$$\Sigma x_2 y = \mathbf{-26823,947}$$

$$6) \Sigma x_1 x_2 = \Sigma X_1 X_2 - \frac{(\Sigma X_1)(\Sigma X_2)}{n}$$

$$\Sigma x_1 x_2 = 2215038573 - \frac{(783933)(110012)}{38}$$

$$\Sigma x_1 x_2 = 2215038573 - 2269527295$$

$$\Sigma x_1 x_2 = \mathbf{-54488721,63}$$

$$7) \Sigma \bar{X}_1 = \frac{\Sigma X_1}{n} \rightarrow \frac{783933}{38} = \mathbf{20629,8}$$

$$8) \Sigma \bar{X}_2 = \frac{\Sigma X_2}{n} \rightarrow \frac{110012}{38} = \mathbf{2895,05}$$

$$9) \Sigma \bar{Y}_2 = \frac{\Sigma y}{n} \rightarrow \frac{189}{38} = \mathbf{4,97}$$

➤ Menghitung nilai koefisien (b_1 dan b_2) & nilai konstanta (a)

$$1) b_1 = \frac{(\Sigma x_2^2)(\Sigma x_1 y) - (\Sigma x_1 x_2)(\Sigma x_2 y)}{(\Sigma x_1^2)(\Sigma x_2^2) - (\Sigma x_1 x_2)^2}$$

$$b_1 = \frac{(6801989,895)(96919,815) - (-54488721,63)(-26823,247)}{(2397141944)(6801989,985) - (-54488721,63)^2}$$

$$b_1 = \frac{659248x10^6 - 1461550x10^6}{1630530x10^9 - 2969020x10^9}$$

$$b_1 = \frac{-802303x10^6}{133363x10^9}$$

$$\mathbf{b_1 = -0,00006}$$

$$2) b_2 = \frac{(\Sigma x_1^2)(\Sigma x_2 y) - (\Sigma x_1 x_2)(\Sigma x_1 y)}{(\Sigma x_1^2)(\Sigma x_2^2) - (\Sigma x_1 x_2)^2}$$

$$b_2 = \frac{(2397141944)(-26823,247) - (-54488721,63)(9619,815)}{(2397141944)(6801989,985) - (-54488721,63)^2}$$

$$b_2 = \frac{64298500x10^6 - 52417x10^6}{16305300x10^9 - 2969020x10^9}$$

$$b_2 = \frac{-64246000x10^6}{13336200x10^9}$$

$$\mathbf{b_2 = -0,00442}$$

$$3) a = \left(\frac{\Sigma Y}{n}\right) - b_1 \left(\frac{\Sigma X_1}{n}\right) - b_2 \left(\frac{\Sigma X_2}{n}\right)$$

$$a = \left(\frac{189}{38}\right) - (-0,00006 \left(\frac{783933}{38}\right)) - (-0,00442 \left(\frac{110012}{38}\right))$$

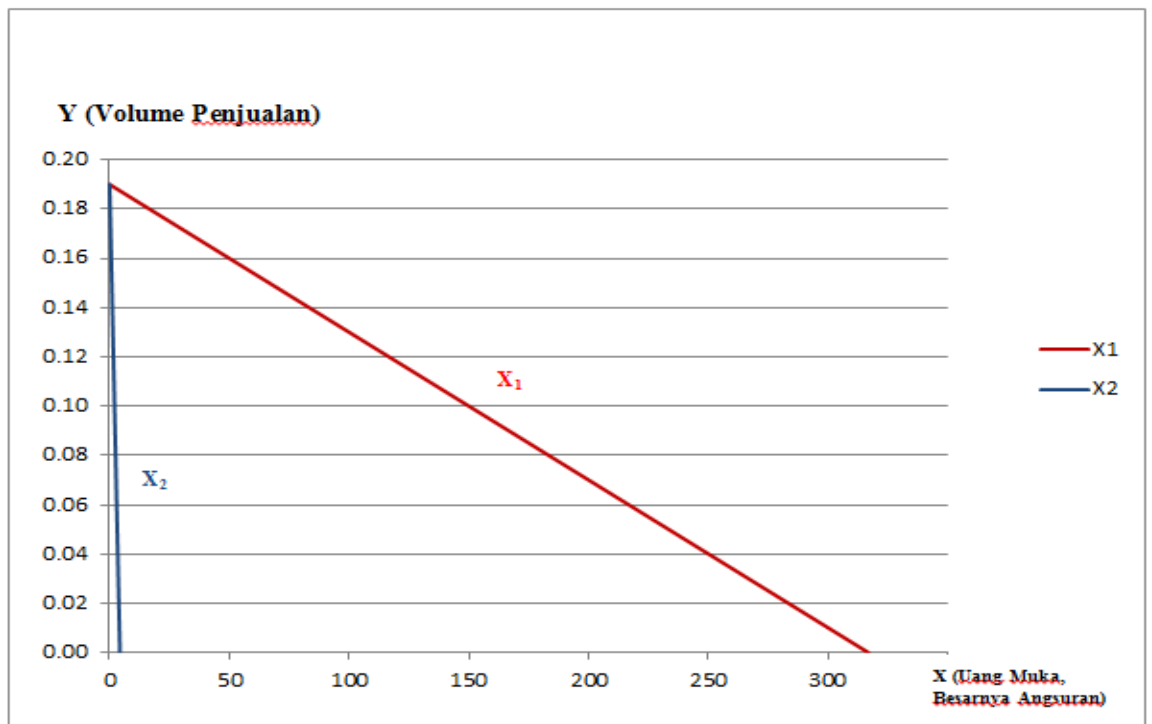
$$a = 4,973 - (-1,2411) - (-12,812)$$

$$\mathbf{a = 19,026}$$

- Perhitungan regresi berganda antara Uang Muka (X1) dan Besarnya Angsuran (X2) terhadap Volume Penjualan (Y):

$$Y = a + bX_1 + bX_2$$

$$Y = 19,026 - 0,00006X_1 - 0,00442X_2$$



Gambar 5. 6 Grafik Regresi Berganda

Sumber: Data Diolah, 2019

Berdasarkan analisis grafik diatas menyatakan dari garis persamaan $Y=19,026 - 0,00006X_1 - 0,00442X_2$ menunjukkan bahwa kurva berwarna merah merupakan kurva dari X_1 yang dimana jika $Y=0$ maka nilai X_1 adalah 317.000, dan jika $X_1=0$ maka nilai Y adalah 19,026. Kurva berwarna biru merupakan kurva dari X_2 yang dimana jika nilai $Y=0$ maka nilai X_2 adalah 4.034 dan jika nilai $X_2=0$ maka nilai Y adalah 19,026. Grafik tersebut menggambarkan bahwa semakin tinggi nilai X_1 (Uang Muka) maka semakin menurun nilai Y (Volume Penjualan). Karena X_1 memiliki koefisien (tingkat kemiringan) *negative* yang berarti berbanding terbalik dengan nilai Y . Hal yang sama pun dengan kurva berwarna biru menggambarkan bahwa semakin tinggi nilai X_2 (Besarnya Angsuran) maka semakin menurun nilai Y (Volume Penjualan). Karena X_2 juga memiliki koefisien (tingkat kemiringan) *negative* yang berarti berbanding terbalik dengan nilai Y .

5.5 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menyatakan proporsi variasi keseluruhan dalam nilai variabel terikat yang dapat diterangkan atau diakibatkan oleh hubungan linear dengan variabel bebas (Supardi,2016:188). Koefisien determinasi (R^2) pada intinya merupakan kadar kontribusi variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Adapun hasil uji determinasi dari kontribusi yang diberikan uang muka (X_1) dan besarnya angsuran (X_2) terhadap volume penjualan (Y) adalah sebagai berikut:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

$$KD = (0,470)^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,2209 \times 100\%$$

$$\mathbf{KD = 22,09\%}$$

5.6 Uji Hipotesis

5.6.1. Uji t (Parsial)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen (bebas) secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (terikat). t hitung $>$ t tabel, maka hasilnya signifikan.

➤ Hipotesis Deskriptif

- Pengaruh Uang Muka terhadap Volume Penjualan(X_1Y)

H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Uang Muka terhadap Volume Penjualan

H_a = Terdapat pengaruh yang signifikan antara Uang Muka terhadap Volume Penjualan

- Pengaruh Besarnya Angsuran terhadap Volume Penjualan (X_2Y)

H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Besarnya Angsuran terhadap Volume Penjualan

Ha = Terdapat pengaruh yang signifikan antara Besarnya Angsuran terhadap Volume Penjualan.

➤ Hipotesis Deskriptif

X₁Y : Ho β = 0

Ha β ≠ 0

X₂Y : Ho β = 0

Ha β ≠ 0

- Perhitungan Varians

$$S_{X_1X_2}^2 = \frac{\Sigma y^2 - ((b_1(\Sigma x_1y) + (b_2(\Sigma x_2y)))}{n - m - 1}$$

$$S_{X_1X_2}^2 = \frac{510,973 - ((-0,00006(96919,815) + (-0,00442(-26823,247)))}{38 - 2 - 1}$$

$$S_{X_1X_2}^2 = \frac{510,973 - (-5,815 + (118,558))}{35}$$

$$S_{X_1X_2}^2 = \frac{398,23}{35}$$

$$S_{X_1X_2}^2 = \mathbf{11,37}$$

- Perhitungan Standar Deviasi Regresi Ganda

$$S_{X_1X_2} = \sqrt{S_{X_1X_2}^2}$$

$$S_{X_1X_2} = \sqrt{11,37}$$

$$S_{X_1X_2} = \mathbf{3,37}$$

- Perhitungan Standar Error

$$Sb_1 = \frac{S_{X_1X_2}}{\sqrt{(\Sigma X_1^2 - n \cdot \Sigma \bar{X}_1^2) \cdot (1 - (r_{X_1X_2})^2)}}$$

$$Sb_1$$

$$= \frac{3,37}{\sqrt{(2397141944 - 38 \cdot (20629,8)^2) \cdot (1 - (-0,427)^2)}}$$

$$Sb_1 = \frac{3,37}{\sqrt{(2397141944 - 16172368626)(1 - 0,182)}}$$

$$Sb_1 = \frac{3,37}{\sqrt{1959432451}}$$

$$Sb_1 = \frac{3,37}{44265,47}$$

$$Sb_1 = \mathbf{0,0000761}$$

$$Sb_2 = \frac{S_{X_1X_2}}{\sqrt{(\sum X_2^2 - n \cdot \bar{X}_2^2) (1 - (r_{X_1X_2})^2)}}$$

$$Sb_2 = \frac{3,37}{\sqrt{(6801989,895 - 38 \cdot 2895,05^2) (1 - (0,427)^2)}}$$

$$Sb_2 = \frac{3,37}{\sqrt{5471836,339}}$$

$$Sb_2 = \frac{3,37}{2339,195}$$

$$Sb_2 = \mathbf{0,0014}$$

- Menentukan nilai t_{hitung}

t_{hitung} untuk b_1

$$t_1 = \frac{b_1}{Sb_1}$$

$$t_1 = \frac{-0,00006}{0,0000761} = \mathbf{-0,788}$$

t_{hitung} untuk b_2

$$t_2 = \frac{b_2}{Sb_2}$$

$$t_2 = \frac{-0,00442}{0,00144} = \mathbf{-3,0695}$$

- Menentukan nilai t_{tabel}

Untuk α sebesar 5% dan $dm = n - m - 1$ atau $dm = 38 - 2 - 1 = 35$, maka didapatkan nilai t_{tabel} sebesar:

$$t_{tabel} = t_{(\alpha/2)(n-m)}, \text{ maka } t_{(0,05/2)(38-3)}$$

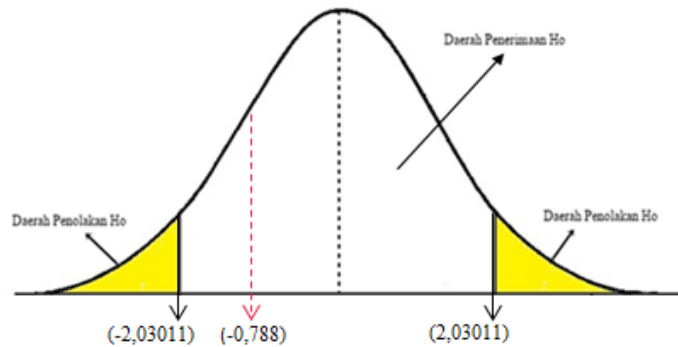
$$t_{(0,05/2)(38-3)} = 2,030$$

- Membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel}

Tujuan dari membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} adalah untuk mengetahui apakah H_0 ditolak atau diterima berdasarkan kaidah pengujian.

Hasil uji t dalam penelitian ini yaitu:

- a) $-0,788 < 2,030$ sehingga H_0 diterima
 - b) $-2,030 < -3,0695$ sehingga H_0 ditolak
- Mengambil keputusan
- a) ang Muka (X1) menghasilkan perhitungan nilai t_{hitung} sebesar $-0,788$. Sehingga diperoleh $t_{hitung} (-0,788) < t_{tabel} (2,030)$, maka H_0 diterima. Dengan demikian tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara Uang Muka dengan Volume Penjualan Mobil Datsun.

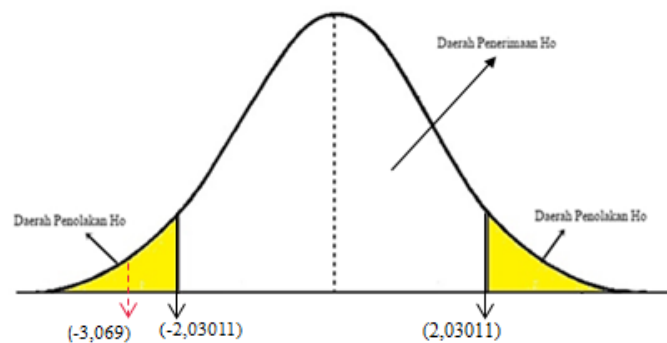


Gambar 5.7
 t_1 (Uang

terhadap Volume Penjualan)

Hasil Uji
Muka

- b) Besarnya Angsuran (X2) menghasilkan perhitungan nilai t_{hitung} sebesar $-3,069$. Sehingga diperoleh $t_{hitung} (-3,069) > t_{tabel} (-2,030)$, maka H_0 ditolak. Dengan demikian terdapat pengaruh *negative* yang signifikan secara parsial antara Besarnya Angsuran dengan Volume Penjualan Mobil Datsun.



Gambar 5. 8 Hasil Uji t_2 (Besarnya Angsuran terhadap Volume Penjualan)

5.6.2. Uji F (Simultan)

Pengujian hipotesis secara simultan bertujuan untuk mengukur ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini, peneliti menguji apakah variabel Uang Muka (X1) dan Besarnya Angsuran (X2) berpengaruh secara simultan terhadap variabel Volume Penjualan (Y). Adapun kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

- Jika probabilitas $>0,05$ dan jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima
- Jika probabilitas $<0,05$ dan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak

➤ Hipotesis Deskriptif

H_0 = Tidak terdapat pengaruh antara Uang Muka dan Besarnya Angsuran secara bersama-sama terhadap Volume Penjualan.

H_a = Terdapat pengaruh antara Uang Muka dan Besarnya Angsuran secara bersama-sama terhadap Volume Penjualan.

➤ Hipotesis Statistik

$H_a \beta \neq 0$

$H_0 \beta = 0$

a) Menghitung F_{hitung}

$$F_{hitung} = \frac{R^2 (n - m - 1)}{m \cdot (1 - R^2)}$$

$$F_{hitung} = \frac{(0,470)^2 (38 - 2 - 1)}{2 \cdot (1 - 0,470^2)}$$

$$F_{hitung} = \frac{0,2209(35)}{2(0,7791)}$$

$$F_{hitung} = \frac{7,7315}{1,5582}$$

$$\mathbf{F_{hitung} = 4,962}$$

b) Menghitung F_{tabel}

Nilai F_{tabel} dapat dicari dengan menggunakan tabel F dengan cara:

$$F_{tabel} = F_{(\alpha)(dk \text{ pembilang} = m, dk \text{ penyebut} = n - m - 1)}$$

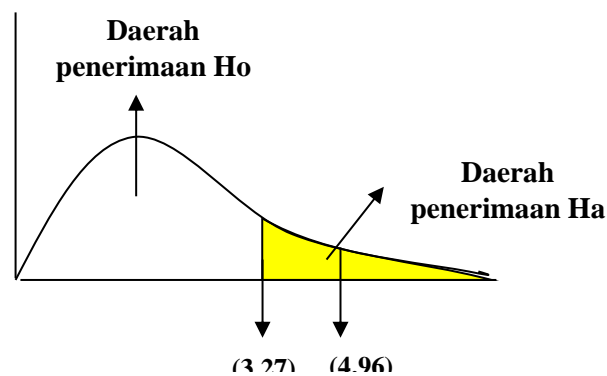
Maka didapat:

$$m = 2, n = 38, \alpha = 0,05$$

$$dk = 38 - 2 - 1 = 35$$

$$F_{tabel} = F_{(0,05/2)(35)} = \mathbf{3,267}$$

Berdasarkan hasil uji simultan didapatkan F_{hitung} sebesar 4,962. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ (4,962 lebih besar dari 3,267) maka H_0 ditolak dan dapat dinyatakan bahwa variabel independen yang meliputi Uang Muka (X1) dan Besarnya Angsuran (X2) secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi variabel dependen yaitu Volume Penjualan (Y).



Gambar 5. 9 Hasil Uji f (Uang Muka dan Besarnya Angsuran terhadap Volume Penjualan)

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan penulis mengenai “Pengaruh Uang Muka dan Besarnya Angsuran terhadap Volume Penjualan Mobil Datsun pada Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah” dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Uang Muka (X1) menghasilkan perhitungan t_{hitung} sebesar -0,788. Sehingga $t_{hitung} (-0,788) < t_{tabel} (-2,030)$ maka H_0 diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara Uang Muka dengan Volume Penjualan pada Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah. Sehingga Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah untuk menentukan tinggi atau rendahnya uang muka tidak mempengaruhi Volume Penjualan karena Uang Muka telah terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan.

2. Besarnya Angsuran (X2) menghasilkan perhitungan t_{hitung} sebesar -3,069. Sehingga $t_{hitung} (-3,069) > t_{tabel} (-2,030)$ maka H_0 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh *negative* yang signifikan secara parsial antara Besarnya Angsuran dengan Volume Penjualan pada Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah. Sehingga Indomobil Nissan Datsun perlu memperhatikan Besarnya Angsuran untuk meningkatkan Volume Penjualan karena Besarnya Angsuran telah terbukti berpengaruh *negative* signifikan terhadap Volume Penjualan.

3. Uji statistik pada F_{hitung} menghasilkan nilai $F_{hitung} = 4,962 > F_{tabel} = 3,267$, maka H_0 ditolak. Karena itu terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara Uang Muka dan Besarnya Angsuran terhadap Volume Penjualan. Koefisien determinasi yang didapatkan sebesar 22,09%. Dengan kata lain, 22,09% Volume Penjualan dipengaruhi secara simultan terhadap Uang Muka dan Besarnya

Angsuran. Sedangkan sisanya sebesar 77,91% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka saran-saran yang dapat diberi sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat diberikan kepada Indomobil Nissan Datsun Harapan Indah sebagai berikut :

1. . Perusahaan perlu memperhatikan kebijakan penetapan Uang Muka agar dapat menarik perhatian pertama pada konsumen. Walaupun Uang Muka tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Volume Penjualan, Uang Muka memiliki hubungan negative dengan Volume Penjualan, apabila Uang Muka yang ditetapkan sangat besar tidak akan menarik perhatian para konsumen sehingga perusahaan sulit untuk meningkatkan Volume Penjualan. Apabila uang muka dapat menarik perhatian konsumen maka perusahaan pun akan berpeluang untuk meningkatkan volume penjualan.

2. Perusahaan perlu memperhatikan kebijakan penetapan Besarnya Angsuran yang bisa dicapai oleh konsumen sehingga menarik konsumen untuk membeli kendaraan yang diinginkan agar Volume Penjualan perusahaan semakin meningkat karena Besarnya Angsuran telah terbukti berpengaruh *negative* terhadap Volume Penjualan jadi semakin tinggi besarnya angsuran akan semakin menurun volume penjualan. Dengan menurunkan besarnya angsuran dapat menarik perhatian konsumen sehingga perusahaan dapat meningkatkan volume penjualan. Dan untuk menurunkan besarnya angsuran, perusahaan dapat memperpanjang jangka waktu (tenor) pembayaran secara angsurannya agar perusahaan juga tetap dapat meningkatkan laba perusahaan.

3. Jika dilihat dari koefisien determinasi penelitian ini sebesar 22,09% maka masih tersisa 77,91 variabel lain yang dapat mempengaruhi Volume Penjualan. Oleh karena itu saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah menggunakan variabel lainnya diluar variabel Uang Muka dan Besarnya Angsuran

seperti kualitas produk, bauran pemasaran, lokasi dan faktor lainnya yang dapat memberikan pengaruh besar terhadap Volume Penjualan. Saran tersebut bertujuan agar penelitian selanjutnya dapat memberikan hasil penelitian yang bervariasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiyos. 2004. *Kamus Standar Akuntansi*. Jakarta: Citra Harta Prima
- Kasmir. 2016. *Bank dan Lembaga Keuangan lainnya*. Edisi Revisi 2014. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2016. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas, Jilid I. Jakarta. PT. Indeks
- Maria, Eva. 2011. *Perhitungan Penjualan Angsuran*. Yogyakarta : BPF
- Rivai, Veitzhal, Andria Permata Veitzhal, dan Anfiandy Permata Veitzhal. 2013. *Credit Management Handbook*. Edisi Revisi. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Cet1. Jakarta: Kencana
- Sugiyono. 2014. *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Cet-2. Bandung: ALFABETA.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Dasar – dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS
- Supardi. 2016. *Aplikasi Statistika dalam Penelitian*.
- Swastha, Basu. 2017. *Manajemen Penjualan Edisi 3*. Yogyakarta: BPF
- Ngurah Darma, Anak Agung. 2015. *Pengaruh Pembebanan Suku Bunga dan Uang Muka terhadap Volume Penjualan Angsuran Motor Suzuki di UD Japan Motor Singaraja Periode 2010-2014*. Jurnal Ekonomi
- Wa Ode, Hasbudin. 2015. *Pengaruh Uang Muka dan Lama Angsuran Terhadap Volume Penjualan Motor Yamaha pada CV. Citra Selaras Raha*. Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Keuangan
- Wibisono, Wahyu. 2012. *Analisis Pengaruh Kebijakan Uang Muka Kredit (Down Payment) Terhadap Volume Penjualan Sepeda Motor di Kabupaten Jombang*. Jurnal Ekonomi Akuntansi