

**ANALISA PENGARUH BIAYA PACKAGING DAN BIAYA
PAMERAN TERHADAP HASIL PENJUALAN PADA PT
TEKNINDO GLOBAL JAYA**

TUGAS AKHIR

untuk Memenuhi Salah Satu Syarat dalam Penyelesaian
Program Diploma IV Jurusan Administrasi Bisnis Otomotif Industri di Politeknik
STMI Jakarta

Di susun oleh :

NAMA : ADAM NENDIANO ISNANDA
NIM : 1713055



POLITEKNIK STMI JAKARTA
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN

2017

**POLITEKNIK STMI JAKARTA
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI**

TANDA PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

JUDUL TUGAS AKHIR:

**“ANALISA PENGARUH BIAYA PACKAGING DAN BIAYA PAMERAN
TERHADAP HASIL PENJUALAN PADA PT TEKNINDO GLOBAL JAYA”.**

DISUSUN OLEH:

NAMA : ADAM NENDIANO ISNANDA

NIM : 1713055

JURUSAN : MANAJEMEN BISNIS INDUSTRI

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

Jakarta, 7 November 2017

Dosen Pembimbing



Drs. Marison, MM

NIP. 1963062019890310003

**POLITEKNIK STMI JAKARTA
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI**

TANDA PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

JUDUL TUGAS AKHIR:

**“ANALISA PENGARUH BIAYA PACKAGING DAN BIAYA PAMERAN
TERHADAP HASIL PENJUALAN PADA PT TEKNINDO GLOBAL JAYA”.**

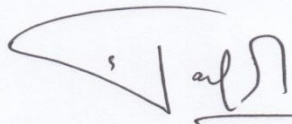
DISUSUN OLEH:

NAMA : ADAM NENDIANO ISNANDA
NIM : 1713055
JURUSAN : MANAJEMEN BISNIS INDUSTRI

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

Jakarta, 8 November 2017

**Asisten Pembimbing
(Pembimbing II)**



Sonny Taufan, M.H.
NIP.198402262010121002

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR :

**“ANALISA PENGARUH BIAYA PACKAGING DAN BIAYA PAMERAN
TERHADAP HASIL PENJULAN PADA PT TEKNINDO GLOBAL JAYA”**

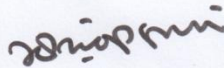
DISUSUN OLEH :

NAMA : ADAM NENDIANO ISNANDA
NIM : 1713055
JURUSAN : ADMINISTRASI BISNIS OTOMOTIF

Telah diuji oleh Tim Penguji Sidang Tugas Akhir Program Studi Administrasi
Bisnis Otomotif Politeknik STMI Jakarta pada hari Senin tanggal 27 November
2017.

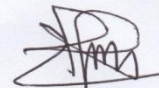
Jakarta, 29 November 2017

Penguji 1,



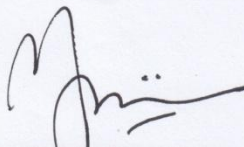
Drs. Parlindungan Pardosi, MM
NIP. 195311281980031005

Penguji 2,



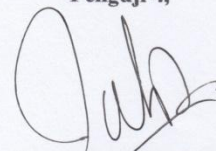
Drs. Marison Sitorus, MM.
NIP. 1963062019890310003

Penguji 3,



Drs. Ubaldus Upa, MS
NIP. 195504121986031003

Penguji 4,



Yulius Jatmiko N.SE, MM.
NIP. 198607262014021001



LEMBAR BIMBINGAN PENYUSUNAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Nama : Adam Nendiano Isnanda
 NIM : 1713055
 Judul TA : Analisa Pengaruh Biaya Packaging dan Pameran Terhadap Penjualan pada PT Teknindo Global Jaya
 Pembimbing : Drs. Marison, MM

Tanggal	BAB	Keterangan	Paraf
24 9/2017	Proposal	Pembahasan Proposal <ACC>	f f
27 9/2017	BAB I	Pembahasan BAB I <ACC>	f f
4 10/2017	BAB II	Pembahasan BAB II <ACC>	f f
12 10/2017	BAB III	Pembahasan BAB III <Revisi>	f f
19 10/2017	III	Pembahasan BAB III <ACC>	f f
26 10/2017	BAB IV	Pembahasan BAB IV <ACC>	f f
27 10/2017	BAB V	Pembahasan BAB V <Revisi>	f f
31 10/2017	V	Pembahasan BAB V <ACC>	f f
2 10/2017	BAB VI	Pembahasan BAB VI <ACC>	f f
7 10/2017		Pembahasan Kesimpulan	f f

Mengetahui,

Ka. Prodi AdministrasiBisnisOtomotif

Drs. Mulyono, MM
NIP: 195309011983031001

Pembimbing

Drs. Marison, MM
NIP: 1963962019890310003



LEMBAR BIMBINGAN PENYUSUNAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Nama : Adam Nendiano Isnanda
 NIM : 1713055
 Judul TA : Analisa Pengaruh Biaya Packaging dan Pameran Terhadap Penjualan pada PT Teknindo Global Jaya
 Pembimbing : Sonny Taufan, M.H.

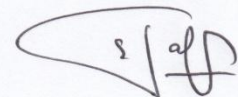
Tanggal	BAB	Keterangan	Paraf
5 ¹⁰ /2017	BAB	Pembahasan BAB I <Revisi>	ST
13 ¹⁰ /2017	I	Pembahasan BAB I <ACC>	ST
20 ¹⁰ /2017	BAB	Pembahasan BAB II <Revisi>	ST
27 ¹⁰ /2017	II	Pembahasan BAB II <ACC>	ST
30 ¹⁰ /2017	BAB III	Pembahasan BAB III <ACC>	ST
1 ¹¹ /2017	BAB IV & V	Pembahasan BAB IV & V <ACC>	ST
3 ¹¹ /2017	BAB VI	Pembahasan BAB VI <ACC>	ST
8 ¹¹ /2017		Pembahasan keseluruhan	ST

Mengetahui,
 Ka. Prodi Administrasi Bisnis Otomotif



Drs. Mulyono, MM
 NIP: 195309011983031001

Asisten Pembimbing (Pembimbing II)



Sonny Taufan, M.H.
 NIP: 198402262010121002

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya mahasiswa Politeknik STMI Jakarta, Kementerian Perindustrian R.I.

Nama : Adam Nendiano Isnanda
NIM : 1713055
Jurusan : Manajemen Bisnis Industri

Dengan ini menyatakan bahwa hasil karya Tugas Akhir yang saya buat dengan judul:
**ANALISA PENGARUH BIAYA PACKAGING DAN BIAYA PAMERAN
TERHADAP HASIL PENJUALAN PADA PT TEKNINDO GLOBAL JAYA**

- Dibuat dan diselesaikan, dengan menggunakan literatur hasil kuliah, survei lapangan, dosen pembimbing, melalui tanya jawab serta buku-buku jurnal acuan yang tertera dalam referensi pada Tugas Akhir ini.
- Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana sains terapan/sarjana di Sekolah Tinggi Manajemen Bisnis Industri atau Universitas/Perguruan Tinggi lain, kecuali pada bagian-bagian tertentu digunakan sebagai referensi yang semestinya.
- Bukan merupakan karya tulis terjemahan dari kumpulan buku atau judul acuan yang tertera dalam referensi pada karya Tugas Akhir saya

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

Jakarta, 7 November 2017

Yang Membuat Pernyataan



(Adam Nendiano Isnanda)

ABSTRAK

Selama ini PT Teknindo Global Jaya dalam memasarkan produknya dengan packaging dan pameran yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan perusahaan. PT Teknindo Global Jaya adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang industri mining manufakturing yaitu water cannon teruntuk tipe MM 40, dan MM 65 yang sudah berkualitas SNI. Perusahaan ini berdiri pada tahun 2009 yang dimiliki oleh Bapak Joko Waluyo. Data yang diperlukan dari analisa adalah data primer dan data sekunder yang diperoleh dari PT Teknindo Global Jaya data keuangan dari tahun 2012-2016. Pada penelitian ini, penulis menganalisis apakah metode pemasaran dengan meningkatkan biaya packaging dan biaya pameran dapat berpengaruh meningkatnya penjualan di PT Teknindo Global Jaya setiap tahunnya dengan menggunakan metode kolerasi dan regresi kemudian penulis menguji dengan program SPSS untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan secara parsial dan simultan antara variabel biaya packaging (X_1) dan biaya pameran (X_2) terhadap penjualan (Y). Hasil analisis adalah sebagai berikut: (1)Perhitungan secara parsial antara biaya packaging tergapad penjuluan menunjukkan nilai korelasi sebesar $r = 0,984$ dan persamaan regresi linier sederhana menunjukkan sebesar $Y=35.037,23 + 64,201X_1$, hasil analisis dengan menggunakan uji t menunjukkan bahwa biaya packaging berpengaruh signifikan terhadap penjualan dengan nilai $t_{hitung} = 15,601 > t_{tabel} = 2,605$. (2)Perhitungan secara parsial antara biaya pameran tergapad penjuluan menunjukkan nilai korelasi sebesar $r = 0,918$ dan persamaan regresi linier sederhana menunjukkan sebesar $Y= 79.516,16 + 89,86X_2$, hasil analisis dengan menggunakan uji t menunjukkan bahwa biaya packaging berpengaruh signifikan terhadap penjualan dengan nilai $t_{hitung} = 6,56 > t_{tabel} = 2,605$. (3)Dari perhitungan secara simultan antara biaya packaging dan biaya pameran terhadap penjualan menunjukkan nilai korelasi sebesar $r = 0,997$ dan perhitungan persamaan regresi linier berganda menunjukkan bahwa sebesar $Y = 430.438,1 + 47,39X_1 + 29,86X_2$. Dengan menggunakan analisis uji F diketahui bahwa nilai $F_{hitung} = 690,114 > F_{Tabel} = 4.74$. Ini berarti H_a diterima dan H_o ditolak maka dapat disimpulkan biaya packaging dan biaya pameran dapat berpengaruh terhadap penjualannnya.

Kata Kunci : Biaya Packaging, Biaya Pameran dan Penjualan

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT dan junjungan besar Nabi Muhammad SAW karena atas berkat rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Penulisan tugas akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sains Terapan jurusan Manajemen Bisnis Industri pada Politeknik STMI Jakarta Kementerian Perindustrian R.I dengan judul “**ANALISA PENGARUH BIAYA PACKAGING DAN BIAYA PAMERAN TERHADAP HASIL PENJUALAN PADA PT TEKNINDO GLOBAL JAYA**”.

Tujuan dari penyusunan Tugas Akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat yang tercantum dalam kurikulum program studi D-IV Manajemen Bisnis Industri, Politeknik STMI Jakarta Kementerian Perindustrian RI. Tugas Akhir ini disusun berdasarkan pengalaman magang pada PT Teknindo Global Jaya.

Penulis menyadari bahwa penyelesaian Tugas Akhir ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada;

1. Bapak Drs. Mustofa, ST, MT, sebagai Direktur Politeknik STMI Jakarta.
2. Bapak Drs. Mulyono, MM selaku ketua jurusan Administrasi Bisnis Otomotif.
3. Bapak Drs. Marison MM sebagai dosen pembimbing akademis yang senantiasa meluangkan waktu dan pikiran dan membantu memberikan penjelasan bimbingan dan arahan dalam menjelaskan skripsi ini
4. Bapak Sonny Taufan, M.H. sebagai asisten dosen pembimbing tugas akhir yang telah memberikan arahan teknis, bimbingan dan nasehat dalam penyusunan tugas akhir ini.
5. Bapak Joko Waluyo selaku pemilik dan direktur utama PT Tekindo Global Jaya dan seluruh karyawan PT TEKNINDO GLOBAL JAYA yang telah memberi izin kepada penyusun untuk melakukan penelitian, memberikan motivasi dan ilmunya serta membatu dan mempermudah penyusun untuk menyelesaikan laporan.

6. Orang tua penulis beserta adik - adik saya Dita dan Arya yang telah memberikan bantuan serta dukungan moril maupun materil kepada penulis.
7. Teman teman seperjuangan Wahid Latifudin, Satrio Argo, Faiz Bagus, Hafidz NDP, Anjar Heriansyah yang telah menemani dan berjuang bersama sama di dalam menghadapi berbagai kesulitan di dalam menyusun tugas akhir ini
8. Teman Crisis Action yaitu, Farass Naufal, Yonas theo, Noorahman dan Hamzah yang telah memberikan dukungan dan menemani hari hari penulis dalam menyusun menjadi menyenangkan bersama kalian.
9. Rekan - rekan seperjuangan Manajemen Bisnis Industri (MBI) tingkat akhir yang telah memberikan semangat kepada penyusun dalam menyelesaikan laporan.
10. Para dosen pengajar jurusan MBI di Politeknik STMI Jakarta. Para Staf Pelayanan Akademik dan Keuangan serta perpustakaan Politeknik STMI Jakarta yang telah memberikan pelayanan akademik selama saya menjalani perkuliahan dan masa-masa saya mengerjakan tugas akhir.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT dapat berkenan membalas seluruh kebaikan pihak-pihak yang membantu. Semoga tugas akhir ini memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 7 November 2017

Adam Nendiano Isnana

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	.Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHANError! Bookmark not defined.
Lembar bimbinganError! Bookmark not defined.
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIANError! Bookmark not defined.
ABSTRAK vi
KATA PENGANTAR viii
DAFTAR ISI x
DAFTAR TABEL xiv
DAFTAR GAMBAR xv
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 RUMUSAN MASALAH 3
1.3 TUJUAN PENELITIAN 3
1.4 Hipotesa 3
1.5 BATASAN MASALAH 5
1.6 MANFAAT PENELITIAN 5
1.7 SISTEMATIKA PENULISAN 6
BAB II LANDASAN TEORI 7
2.1 Pemasaran 7
2.2 Bauran Pemasaran 7
2.3 Produk 9
2.3.1 Pengertian Produk 9

2.3.2	Klasifikasi Produk	9
2.4	Packaging	11
2.4.1	Pengertian Packaging.....	11
2.4.2	Tujuan Desain Kemasan.....	16
2.4.3	Instrument pengumpulan data.....	17
2.5	Bauran Promosi (<i>promotion Mix</i>)	17
2.6	<i>Sales Promotion</i> (promosi penjualan).....	18
2.6.1	Tujuan Promosi Penjualan	19
2.7	Pameran.....	19
2.7.1	Jenis-jenis Pameran	20
2.7.2	Instrument pengumpulan	21
2.8	Penjualan.....	21
2.8.1	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kegiatan Penjualan.....	22
2.9	Metode Pengolahan dan Analisis Data	24
2.9.1	Analisis Korelasi Sederhana dan Berganda	24
2.9.2	Analisis Regresi Linier Sederhana dan Berganda	28
2.9.3	Uji Hipotesis	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		33
3.1	Jenis Data	33
3.2	Metode Pengumpulan Data	33
3.3	Teknik Analisis.....	34
3.3.1	Analisis Regresi Linier Berganda	34
3.4	Kerangka Pemikiran Teoritis	39
3.5	KERANGKA PENELITIAN.....	40

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	41
4.1 Sejarah Perusahaan.....	41
4.1.1 Profil Perusahaan.....	42
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	43
4.1.3 Lokasi Perusahaan.....	44
4.1.4 Struktur Organisasi.....	46
4.1.5 Job Description.....	48
4.2 Bidang personalia.....	52
4.2.1 Ketenagakerjaan dan Kesejahteraan Karyawan.....	52
4.3 Bidang Pemasaran.....	55
4.3.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	55
4.3.2 Wilayah Pemasaran.....	56
4.3.3 Segmentasi Pasar.....	56
4.3.4 Saluran Distribusi.....	57
4.3.5 Penjualan.....	58
4.3.6 Promosi (promotion).....	59
4.3.7 Pembungkusan.....	61
4.3.8 Biaya Pemasaran.....	63
4.4 Bidang Produksi.....	65
4.4.1 Diagram Alur Proses Produksi <i>Water cannon</i>	67
4.5 Bidang Keuangan.....	74
BAB V PEMBAHASAN.....	82
5.1 Analisis korelasi dan regresi linier secara parsial antara X1 terhadap Y... 86	86
5.2 Analisis korelasi dan regresi linier secara parsial antara X2 terhadap Y... 90	90

5.3	Analisis regresi linier secara simultan antara X_1 dan X_2 terhadap Y	94
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		99
6.1	Kesimpulan.....	99
6.2	Saran	100
DAFTAR PUSTAKA.....		101

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi	26
Tabel 4.1 Data Produk Jual.....	56
Tabel 4.2 Data penjualan Water cannon MM 40 dalam semester	58
Tabel 4.3 Data penjualan Water cannon MM 65 dalam semester	59
Tabel 4.4 Harga pameran pertahun (dalam Rupiah)	61
Tabel 4.5 biaya <i>packaging</i> Water cannon MM 40 (Dalam Rupiah).....	62
Tabel 4.6 biaya <i>packaging</i> Water cannon MM 65 (Dalam Rupiah).....	62
Tabel 4.7 biaya <i>packaging</i> Buble Warp (Dalam Rupiah)	63
Tabel 4.8 biaya <i>packaging</i> Label Water cannon (Dalam Rupiah).....	63
Tabel 4.9 Biaya Pemasaran (Dalam Rupiah)	64
Tabel 4.10 Asset Perusahaan	74
Tabel 4.11 Biaya Penyusutan.....	77
Tabel 4.12 Harga Pokok Penjualan Tahun 2012-2016	78
Tabel 4.13 Laba Rugi Tahun 2012-2016	80
Tabel 5.1 Data Biaya Packaging, Biaya Pameran dan Hasil Penjualan.....	82
Tabel 5.2 Tabel Perhitungan untuk Mencari Nilai Konstanta <i>b</i>1 , <i>b</i>2 dan <i>a</i>	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Indikator Pembantu Packaging	17
Gambar 2.2 Empat Komponen P dalam bauran Pemasaran	18
Gambar 2.3 Indikator Pembantu Pameran	21
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran Toritis	39
Gambar 3. 2 Kerangka Pemecahan Masalah	40
Gambar 4.1 DENAH LOKASI PT TEKNINDO GLOBAL JAYA	45
Gambar 4.2 STRUKTUR ORGANISASI PT TEKNINDO GLOBAL JAYA.....	47
Gambar 4.3 Saluran Distribusi PT TEKNINDO GLOBAL JAYA	57
Gambar 4.4 Saluran Distribusi PT TEKNINDO GLOBAL JAYA	57
Gambar 4. 5 Foto pameran PT Teknindo Global Jaya.....	60
Gambar 4.8 Pembungkusan	61
Gambar 4.9 <i>Water cannon</i> MM 40	65
Gambar 4.10 <i>Water cannon</i> MM 65	66
Gambar 4.11 Diagram Alur Proses Produksi <i>Water cannon</i>	67
Gambar 4.12 Design <i>Water cannon</i> MM 40 & 65.....	68
Gambar 4.13 Bahan Baku <i>Water cannon</i>	69
Gambar 4.14 Proses Pembubutan	69
Gambar 4.15 Proses Bor Tub.....	70
Gambar 4.16 Proses Pengelasan	71
Gambar 4.17 Proses Painting.....	72
Gambar 4.18 Proses Perakitan	72
Gambar 4.19 Proses Runnning Test.....	73
Gambar 4.20 Proses Finishing	73
Gambar 5.1 Penentuan Daerah penolakan pada Uji-t antara variabel X1 dan Y	88
Gambar 5.2 Penentuan Daerah penolakan pada Uji-t antara variabel X2 dan Y	92
Gambar 5. 4 Penentuan Daerah Penolakan pada Uji-F.....	97

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan produksi manufaktur mengalami peningkatan sepanjang kuartal III-2017, menurut Suhariyanto selaku kepala BPS, pertumbuhan tersebut lebih besar dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun sebelumnya sebesar 4,87 persen. Dengan demikian perkembangan juga terjadi pada barang logam bukan mesin dan peralatannya naik 8,82 persen. Barang logam bukan mesin yang dimaksud salah satunya adalah water cannon (*ekonomi.metrotvnews.com,2017*).

Water cannon merupakan salah satu alat penyemprot air bertekanan tinggi hingga 10 bar. Water cannon ini menjadi pilihan dari berbagai elemen untuk melakukan aktivitas yang mendukung seperti pemadam kebakaran, mobil taktis, perlengkapan mining dan lain sebagainya.

PT Teknindo Global jaya merupakan perusahaan *mining manufacturing*, perusahaan ini satu-satunya yang memproduksi *water cannon* dan *sprayerhead* di Indonesia. Namun dalam segi penjualan, PT Teknindo Global masih mengalami fluktuasi penjualan di setiap tahunnya. Pada tahun 2015 penjualan mengalami penurunan volume penjualan sebesar 266 produk untuk water cannon 40 dan 65. Penjualan di tahun 2015 lebih sedikit apabila dibandingkan dengan penjualan di tahun 2014 sebesar 298 buah. PT Teknindo Global jaya harus terus berusaha meningkatkan hasil penjualan dengan cara melakukan promosi melalui packaging dan pameran. Karena dengan adanya pengembangan produk dan promosi melalui packaging dan pameran calon konsumennya bisa secara langsung melihat produk yang ditawarkan sehingga calon konsumen dapat melihat sendiri kelebihan dan kekurangan daripada produk yang ditawarkan sehingga mereka mengetahui apakah produk yang ditawarkan sudah sesuai dengan yang mereka inginkan atau belum.

Di dalam bauran pemasaran terdapat packaging yaitu suatu desain dan pengemasan (*packaging*) merupakan proses yang berkaitan dengan perancangan dan

pembuatan wadah (*container*) dan pembungkus (*wrapper*) untuk suatu produk. Dalam konsep pemasaran menyatakan bahwa kunci untuk mencapai suatu sasaran perusahaan tergantung penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan pemberian kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan lebih efisien dari yang dilakukan oleh para pesaingnya.

Promosi merupakan suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga terjadi pembelian dan tetap mengingat produk tersebut. Berbagai bentuk promosi yang dilakukan oleh setiap perusahaan demi menarik perhatian para konsumennya. Didalam promosi terdapat istilah yang biasa disebut “*promotion mix*” yang terdiri dari *advertising, personal selling, sales promotion, publicity*. Namun dalam penelitian ini yang dijelaskan secara mendalam yaitu mengenai packaging dan pameran.

Pameran adalah suatu kegiatan penyajian karya seni rupa untuk dikomunikasikan sehingga dapat diapresiasi oleh masyarakat luas. Pameran dibagi dalam beberapa jenis yaitu pameran tetap (*permanent exhibition*) yaitu pameran yang diselenggarakan disuatu tempat dan waktunya pun tetap (setiap tahun), pameran temporer (*temporer exhibition*), dan pameran keliling (*traveling exhibition*).

Namun belum diketahui sejauh mana pengaruh dari biaya yang sudah dikeluarkan PT Teknindo Global Jaya untuk pengembangan produk dan promosi terhadap hasil penjualan perusahaan. Atas dasar ini, maka penulis bermaksud melakukan penelitian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari biaya packaging dan biaya pameran terhadap peningkatan penjualan perusahaan di PT Teknindo Global jaya.

Dengan demikian peneliti ingin meneliti di permasalahan pemasaran agar dapat mengetahui pengaruh variabel biaya packaging dan biaya pameran terhadap hasil penjualan. Karena sejauh ini belum pernah melakukan observasi biaya packaging dan biaya pameran terhadap hasil penjualan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk mengambil tema pembahasan dengan judul “**Analisa pengaruh biaya packaging dan biaya pameran terhadap penjualan pada PT TEKNINDO GLOBAL JAYA**”

1.2 RUMUSAN MASALAH

Dari latar belakang masalah yang disajikan, yang akan dijadikan permasalahan oleh penulis adalah :

1. Apakah biaya packaging memiliki hubungan dan berpengaruh secara parsial terhadap hasil penjualan pada PT Teknindo Global jaya?
2. Apakah biaya pameran memiliki hubungan dan berpengaruh secara parsial terhadap hasil penjualan pada PT Teknindo Global jaya?
3. Apakah packaging dan pameran memiliki hubungan dan berpengaruh secara simultan terhadap hasil penjualan pada PT Teknindo Global jaya?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana hubungan dan pengaruh biaya *packaging* terhadap hasil penjualan pada PT Teknindo Global jaya.
2. Untuk mengetahui bagaimana hubungan dan pengaruh biaya pameran terhadap hasil penjualan pada PT Teknindo Global jaya.
3. Untuk mengetahui bagaimana biaya packaging dan biaya pameran berhubungan dan berpengaruh meningkatkan hasil penjualan PT Teknindo Global jaya

1.4 Hipotesa

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan

pada teori yang relevan, belum didasarkan fakta-fakta yang diperoleh melalui penelitian.

Berdasarkan permasalahan yang ada dalam perumusan masalah, maka dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut:

- Hipotesa Korelasi

1. Ho : Diduga tidak terdapat hubungan yang positif secara parsial antara biaya packaging (X1) terhadap hasil penjualan (Y).
Ha : Diduga terdapat hubungan yang positif secara parsial antara biaya packaging (X1) terhadap hasil penjualan (Y).
2. Ho : Diduga tidak terdapat hubungan yang positif secara parsial antara biaya pameran (X2) terhadap hasil penjualan (Y).
Ha : Diduga terdapat hubungan yang positif secara parsial antara biaya pameran (X2) terhadap hasil penjualan (Y).
3. Ho : Diduga tidak terdapat hubungan yang positif secara simultan antara biaya packaging (X1) dan biaya pameran (X2) terhadap hasil penjualan (Y).
Ha : Diduga terdapat hubungan yang positif secara simultan antara biaya packaging (X1) dan biaya pameran (X2) terhadap hasil penjualan (Y).

- Hipotesa Regresi

1. Ho : Diduga tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara biaya packaging (X1) terhadap hasil penjualan (Y).
Ha : Diduga terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara biaya packaging (X1) terhadap hasil penjualan (Y).
2. Ho : Diduga tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara biaya pameran (X2) terhadap hasil penjualan (Y).
Ha : Diduga terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara biaya pameran (X2) terhadap hasil penjualan (Y).
4. Ho : Diduga tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara

biaya packaging (X1) dan biaya pameran (X2) terhadap hasil penjualan (Y).

Ha : Diduga terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara biaya packaging (X1) dan biaya pameran (X2) terhadap hasil penjualan (Y).

1.5 BATASAN MASALAH

Dalam melakukan penelitian, penulis membatasi masalah agar penelitian ini mempunyai alur yang jelas dan tidak menyimpang dari pembahasan dan tujuan yang telah ditetapkan. maka dibuatlah beberapa pembatasan masalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan pada PT Teknindo Global jaya
2. Data yang digunakan untuk penelitian packaging dan pameran yang di peroleh dari tahun 2012-2016
3. Penelitian ini menggunakan alat analisis *regresi liniear* berganda untuk menganalisis pengaruh biaya packaging dan biaya pameran terhadap hasil penjualan

1.6 MANFAAT PENELITIAN

Manfaat yang akan diperoleh sehubungan dengan penelitian ini adalah :

1. Bagi Pemilik Usaha
Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dalam pengembangan sektor pemasaran khususnya hasil penjualan untuk mencapai tujuan perusahaan.
2. Bagi STMI
Dapat menambah bahan bacaan dan menambah referensi kepustakaan.
3. Bagi Penulis
Menambah ilmu pengetahuan dalam menerapkan teori yang diperoleh diperkuliahan serta merupakan salah satu prasyarat akademis dalam rangka meraih gelar Sarjana Sains Terapan (D4) Politeknik STMI Jakarta.

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, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penelitian.

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

Bab ini berisikan langkah-langkah yang dilakukan dalam memecahkan masalah yang ada.

BAB IV : PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisikan pengumpulan data yang dibutuhkan untuk pengolahan data sesuai dengan metode yang dipilih, pengolahan data tersebut akan digunakan dalam analisa data.

BAB V : ANALISA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan analisa serta pembahasan terhadap hasil yang diperoleh dari data pengolahan data.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan, serta saran-saran yang diperlukan perusahaan dan peneliti selanjutnya

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pemasaran

Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah, memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan. Sedangkan dalam bukunya *Philip Kotler* (Kotler, 2008: 6) Pemasaran (*marketing*) adalah sebagai proses di mana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.

Menurut *Philip Kotler* (2010: 2-4) Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukeran produk serta nilai dengan pihak lain. Untuk menerangkan definisi diatas, istilah penting di dalam pemasaran, antara lain : kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), dan permintaan (*demand*), produk (*product*) dan jasa (*service*), nilai (*value*), kepuasan (*satisfactions*), dan kualitas (*quality*) pertukaran (*exchange*), transaksi (*transaction*), relasional (*relationship*) dan pasar (*markets*).

Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang, jasa, ide kepada pasar sasaran agar dapat mencapai tujuan organisasi (Swastha, 2016: 8)

Pemasaran berkaitan erat dengan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan masyarakat. Pemasaran mempunyai peran yang demikian penting dalam meningkatkan kegunaan barang yang semula akan diperlukan dan diinginkan guna memenuhi kebutuhan untuk memenuhi kebutuhan untuk meningkatkan taraf hidup konsumen.

2.2 Bauran Pemasaran

Dewasa ini perkembangan teknologi disegala aspek kehidupan mengalami perkembangan yang cukup pesat. Hal ini seiring dengan semakin meningkatnya

tingkat kehidupan manusia dalam memenuhi kebutuhan. Hal ini merupakan alasan menjadi dasar bagi suatu perusahaan menciptakan suatu produk atau jasa guna memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut. Tentunya agar produk yang dihasilkan oleh perusahaan terkenal oleh konsumen, maka perusahaan harus melakukan berbagai upaya. Dan salah satunya yang penting adalah pemasaran, khususnya kegiatan promosi

Promosi merupakan salah satu faktor penentu suatu program pemasaran. Betapapun bagusnya produk tersebut, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka tidak akan membelinya.

Menurut Philip Kotler (2008: 62), bauran pemasaran adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkannya di pasar sasaran. Unsur kombinasi bauran pemasaran yaitu, produk, harga, tempat dan promosi dengan penjelasan pada setiap unsur sebagai berikut:

A. Produk

Produk berarti kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran.

B. Harga

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk.

C. Tempat

Tempat meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran.

D. Promosi

Promosi berarti aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan membelinya. Mewakili semua komunikasi yang seorang pemasar dapat menggunakan dipasar. Promosi mempunyai 4(empat) elemen yang berbeda : periklanan, *public relation*, dari mulut ke mulut dan titik penjualan. periklanan mencakup komunikasi apapun yang dibayar, dari iklan bioskop, radio dan internet iklan. Dimana komunikasi tidak langsung di bayar dan tidak

termasuk siaran pers, sponsor transaksi, pameran konferensi atau pameran perdagangan dan peristiwa dari mulut ke mulut adalah setiap rupanya komunikasi informasi tentang produk oleh individu – individu biasa, puas pelanggan atau orang – orang yang terlibat secara khusus untuk menciptakan momentum dari mulut ke mulut. Strategi promosi adalah komunikasi yang menghubungkan antara penjual dan pembeli atau calon pembeli.

2.3 Produk

2.3.1 Pengertian Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Produk mencakup lebih dari sekadar barang-barang berwujud (*tangible*). Dalam arti luas, produk meliputi objek-objek fisik, jasa, acara, orang, tempat, organisasi, ide atau bauran entitas-entitas ini (Kotler and Armstrong, 2008:266).

2.3.2 Klasifikasi Produk

Menurut kotler dan amstrong (2008:269), Produk terbagi atas dua kelompok berdasarkan tipe konsumen yang menggunakannya produk konsumen dan produk industri.

2.3.2.1 Produk Konsumen

Produk konsumen adalah produk dan jasa yang dibeli oleh konsumen akhir untuk konsumsi pribadi. Pemasar biasanya menggolongkan produk dan jasa ini lebih jauh berdasarkan bagaimana cara konsumen membelinya. Produk konsumen ini meliputi produk kebutuhan sehari-hari, produk belanja, produk khusus dan produk yang tak dicari.

1. Produk kebutuhan sehari-hari adalah produk konsumen yang biasanya sering dan segera dibeli pelanggan, dengan usaha perbandingan dan pembelian yang minimum.

2. Produk belanja adalah produk dan jasa konsumen yang lebih jarang dibeli dan pelanggan membandingkan kecocokan, kualitas, harga, dan gaya produk secara cermat.
3. Produk khusus adalah produk konsumen dengan karakteristik unik atau identifikasi merek di mana sekelompok pembeli signifikan bersedia melakukan usaha pembelian khusus.
4. Produk yang tak dicari adalah produk konsumen yang mungkin tidak dikenal konsumen atau produk yang mungkin dikenal konsumen tetapi biasanya konsumen tidak berpikir untuk membelinya.

2.3.2.2 Produk Industri

Produk Industri (*industrial product*) adalah produk yang dibeli untuk pemrosesan lebih lanjut atau untuk digunakan dalam menjalankan suatu bisnis. Oleh karena itu, perbedaan antara produk konsumen dan produk industri didasarkan pada tujuan untuk apa produk itu dibeli. Terdapat tiga kelompok produk industri, yaitu bahan dan suku cadang, barang modal serta perlengkapan dan jasa.

Bahan dan suku cadang adalah produk industri yang menjadi bagian produk pembeli, lewat pengolahan lebih lanjut atau sebagai komponen. termasuk disini bahan baku utama bahan jadi dan suku cadang.

Bahan jadi dan suku cadang mencakup komponen besi, enam, sembilan, kawat dan komponen suku cadang motor kecil, cetakan. Bahan komponen biasanya diproses lebih lanjut misalnya, besi tuang dibuat menjadi baja dan benang ditenun menjadi kain. Seseorang komponen masuk dalam produk jadi sepenuhnya tanpa perubahan.

Barang modal adalah produk industri yang membantu produksi atau operasi pemilih. Termasuk dalam kategori ini adalah barang yang dibangun dan peralatan tambahan. Barang yang dibangun terdiri dari bangunan pabrik, kantor dan peralatan tetap generator, mesin, komponen besar, elevator.

Perlengkapan dan jasa adalah produk industri yang sama sekali tidak memasuki produk akhir termasuk dalam perlengkapan alat perlengkapan operasi

pelumas batubara kertas komputer pensil dan barang-barang untuk memperbaiki serta memelihara cat, paku, sapu. Perlengkapan adalah berbagai produk pembantu dari bidang industri karena biasanya dibeli dengan usaha dan perbandingan minimal.

2.4 Packaging

2.4.1 Pengertian Packaging

Menurut Philip Kotler dan Keller (2010:30), mendefinisikan packaging (pengemasan) sebagai semua kegiatan merancang dan memproduksi wadah untuk produk. Kemasan dirancang dengan baik dapat menciptakan kenyamanan dan nilai promosi. Kita harus memasukkan pengemasan sebagai senjata pemberian. Kemasan merupakan hal pertama yang dihadapi pembeli menyangkut produk dan mampu mengubah pembeli untuk membeli atau tidak.

Namun, saat ini ada banyak faktor yang membuat kemasan menjadi sarana pemasaran penting. Kompetisi dan kerumunan yang semakin padat di rak-rak toko pengecer berarti bahwa kemasan sekarang harus melakukan banyak tugas penjualan mulai dari menarik perhatian pelanggan, menggambarkan produk, hingga membuat penjualan.

2.4.1.1 Warna

Warna adalah salah satu aspek yang paling berpengaruh dari desain kemasan. Konsumen lebih mengidentifikasi warna kemasan atau produk sebelum fitur visual lainnya. Warna membedakan kepribadian, menarik perhatian ke atribut-atribut lainnya, dan memungkinkan untuk membuat perbedaan dari kompetitor dalam lingkungan ritel yang ramai. Keputusan pembelian sering dibuat berdasarkan hal tersebut.

Warna dapat digunakan untuk mengindikasikan pembuat dan merek. Warna dapat mengindikasikan budaya, jenis kelamin, usia, etnis, daerah lokal dan harga, atau membedakan elemen-elemen visual dan elemen-elemen tipografi.

Penggunaan warna yang tepat dapat menerobos kategori produk dan mendiferensiasi ragam produk-komposisi, rasa, atau bau-dalam suatu lini produk.

Banyak produk konsumsi yang dikenali dari warna desain kemasannya. Warna merupakan segi penting suatu kepribadian produk atau citra merek. Jika warna “mempunyai karakter yang unik” atau memiliki arti sekunder (konsumen segera mengaitkan desain dengan merek tertentu). Warna bisa menjadi suatu merek dagang dan menjadi “pembungkus dagang” suatu kemasan. Ukuran, bentuk, konfigurasi grafis, warna dan komponen-komponen, nonfungsional desain yang lain, bisa menjadi merek dagang.

Pemakaian satu warna yang konsisten dalam satu desain kemasan atau dalam suatu lini produk dapat menetapkan warna sebagai alat pengidentifikasi merek. Konsistensi pemakaian warna dapat mencegah produk pesaing untuk meniru bungkus dagang produk secara sengaja. Karena desain kemasan diidentifikasi dari warnanya.

2.4.1.2 Tipografi

Dalam desain kemasan, tipografi adalah medium utama untuk mengkomunikasikan nama, fungsi, dan fakta produk bagi konsumen luas. Pemilihan tipografi, tata letak, dan penerapan huruf dan kata-kata mempengaruhi bagaimana cetakan dibaca. Akhirnya tipografi pada desain kemasan menjadi salah satu elemen paling penting dari ekspresi visual produk.

Tipografi diturunkan dari kata-kata Yunani *typos* (“impresi”) dan *graphein* (“menulis”). Tipografi adalah penggunaan bentuk huruf untuk mengkomunikasikan secara visual suatu bahasa lisan. Oleh karena huruf dibentuk oleh budaya asal huruf, penggunaan huruf sebagai sarana tipografi adalah bagian dari bahasa visual suatu budaya.

Bentuk tipografi bisa berupa huruf atau karakter individual, kata-kata, bentuk-bentuk, atau simbol-simbol. Kemudahan untuk dibaca, mudah dikenali, waktu bacaan, (berapa lama waktu yang diperlukan seseorang untuk membacanya), ukuran, bentuk, dan gaya, semuanya merupakan karakteristik tipografi yang mempengaruhi komunikasi. Secara khusus, baik mekanika cara pembacaan, (misalnya, dari kiri ke kanan dan sebaliknya) maupun persepsi individual mempunyai pengaruh penting pada komunikasi tipografi.

Aturan tipografi yang dapat diaplikasikan pada medium cetak lainnya seperti ukuran huruf, penggunaan huruf besar, penggunaan tipe huruf dekoratif, urutan tipografi, spasi, kerning, dan tanda sambung bukan merupakan aturan yang diharuskan sama dalam kemasan. Karena tipografi dalam kemasan digunakan untuk mengkomunikasikan pesan pemasaran pada media tiga dimensi dan awalnya terlihat dari kejauhan oleh konsumen masyarakat dari berbagai latar budaya, sosial dan etnis yang berbeda, dalam waktu yang singkat, aturan tipografi diarahkan oleh masing-masing individu.

Tipografi untuk Desain Kemasan haruslah :

1. Dapat dibaca dan mudah dibaca dari jarak beberapa kaki jauhnya.
2. Didesain pada skala dan bentuk struktur tiga dimensi
3. Dapat dimengerti oleh sejumlah pengamat yang berbeda-beda latar belakangnya.
4. Dapat dipercaya dan informatif dalam mengkomunikasikan informasi produk.

2.4.1.3 Struktur dan Material

Dalam pikiran konsumen, kemasan adalah produk. Bagi banyak produk, konfigurasi fisik mewujudkan identitas visual suatu merek. Struktur dan material digunakan sebagai tempat penyimpanan, perlindungan dan transportasi produk dan menyediakan permukaan fisik bagi desain kemasan.

Dalam lingkungan ritel struktur kemasan mendukung umur penyimpanan produk dan menyediakan kualitas nyata dan fitur protektif yang kesemuanya mempengaruhi ketertarikan awal konsumen terhadap produk. Pemilihan struktur pada akhirnya ditentukan oleh keputusan pengguna akhir, dimana struktur melakukan tugas ergonomisnya termasuk membuka dan menutup dengan baik, mengeluarkan dan beberapa kasus menyimpan produk. Pertimbangan material dan keunggulan serta kelemahannya harus dipertimbangkan diawal setiap tugas desain kemasan.

Keputusan struktural dan material bisa menjadi isu yang paling penting karena keputusan ini mengarah pada perlindungan dan transportasi produk yang efektif, dan pada akhirnya kepuasan konsumen. Struktur dan material mungkin

ditentukan oleh apa yang telah tersedia di pasar atau oleh teknologi dan penemuan baru. Apapun itu, dasar desain kemasan ditentukan oleh faktor desain struktural. Pengetahuan dasar mengenai berbagai tipe material dan struktur yang sesuai untuk desain kemasan adalah merupakan hal yang penting. Struktur dan material bisa dibagi kedalam beberapa kategori umum.

a) Kardus

Kardus bisa menjadi kemasan yang fungsional, murah dan dapat didaur ulang. Sifat fungsional kardus memungkinkan kreativitas struktural dan bahkan karton lipat sederhana bisa menjadi solusi yang baik karena permukaannya yang luas dan datar dapat berfungsi sebagai tempat untuk membangun billboard bagi identitas merek.

b) Plastik

Terdapat banyak variasi plastik yang menawarkan kualitas dan properti yang berbeda-beda yang melayani serangkaian kebutuhan penyimpanan. Variasi plastik tersebut bisa kaku atau fleksibel, bening, putih, atau berwarna, transparan, ataupun opak dan dapat dicetak kedalam berbagai bentuk dan ukuran yang berbeda-beda. Struktur kemasan plastik digunakan dalam hampir semua kategori produk, termasuk tempat susu, botol soda, tempat mentega, mangkuk pasta, atau nasi yang dapat dimasukkan dalam micro wave, sampo, obat-obatan beku, sabun, dan lain-lain. Desain kemasan plastik dengan kontur atau bentuk yang khas akan mudah diidentifikasi dan memberikan karakter bagi suatu kategori produk.

c) Karton Lipat

Karton lipat biasanya didesain dengan konstruksi selembat kardus atau kardus gelombang yang di press, kemudian diberi alur untuk dilipat, dan dilem untuk menghasilkan sebuah bentuk struktural.

d) Kotak Jadi

Kotak jadi adalah struktur kaku yang telah dicetak dengan bagian atas dan bagian bawah. Kotak jadi umumnya dibuat dari kardus yang berat atau papan yang terbuat dari serpihan kayu dan dilaminasi dengan kertas dekoratif, material dekoratif atau material lainnya. Sering digunakan untuk bahan kosmetik, permen, perhiasan, dan produk kelas atas lainnya. Struktur ini merupakan struktur rumit yang memberikan kesan mewah dan menambah daya tarik visual bagi produk.

e) Kaleng

Kaleng logam telah dipakai sebagai kemasan sejak awal 1800, dikembangkan untuk menyuplai makanan kepada militer Inggris dan kemudian diperkenalkan ke Amerika Serikat, mengawali diproduksinya kaleng besi lapis timah pertama. Saat ini kaleng logam sangat ringan dan seringkali dilapisi dengan material yang mencegah interaksi dengan produk. Kaleng merupakan benda yang kuat, hemat ruang, dan dapat didaur ulang.

f) Logam

Kemasan logam dibuat dari timah, aluminium dan baja. Ketersediaan bahan baku produksi telah membuat material kemasan ini sebagai struktur berbiaya rendah untuk dapat di produksi. Makanan hasil olahan, aerosol, cat, bahan kimia dan produk-produk otomotif adalah beberapa produksi konsumsi umum yang menggunakan kaleng dan botol baja. Aluminium seringkali digunakan dalam kategori produk minuman berkarbonasi serta kategori kesehatan dan kecantikan.

g) Kaca

Kontainer kaca dikenalkan dalam bentuk, ukuran dan warna yang sangat bervariasi dan merupakan struktur yang umum dalam hampir semua kategori produk konsumsi. Kaca dapat dicetak menjadi bentuk yang beraneka ragam dengan bagian bukaan dan ornamen yang bervariasi. Desain botol yang

inovatif menggunakan pelabelan dan teknik cetak yang berbeda-beda adalah sarana untuk mencapai desain kemasan yang sesuai. Secara alamiah, sifat kaca yang inert (tidak bereaksi dengan isi yang dikandungnya) membuatnya lebih sesuai dibandingkan material lainnya yang cenderung berinteraksi dan mempengaruhi makanan, obat-obatan dan beberapa produk lain.

h) Label

Biasanya terbuat dari kertas, laminasi kertas atau film plastic dengan atau tanpa tambahan perekat (sesitif terhadap tekanan), label dapat mencakup keseluruhan kemasan atau hanya setempat saja, dapat dipotong dalam berbagai bentuk berbeda untuk melengkapi kontur suatu struktur kemasan.

i) Kemasan Siap Pakai

Kemasan siap pakai adalah istilah yang digunakan untuk struktur dan material yang tidak dibuat secara khusus namun tersedia di pasar. Kaca, plastik dan logam adalah beberapa material yang digunakan untuk membuat struktur kemasan dan penutup siap pakai. Struktur kemasan siap pakai tidak dikhususkan untuk satu merek atau perusahaan, yang berarti kemasan tersebut tersedia untuk semua orang. Dengan desain dan pembuatan struktur dan penutup baru yang terus menerus, pilihan kemasan siap pakai menjadi banyak dan tumbuh pesat.

2.4.2 Tujuan Desain Kemasan

Menurut Klimchuk dan Krasovec (2006:49) tujuan desain kemasan adalah:

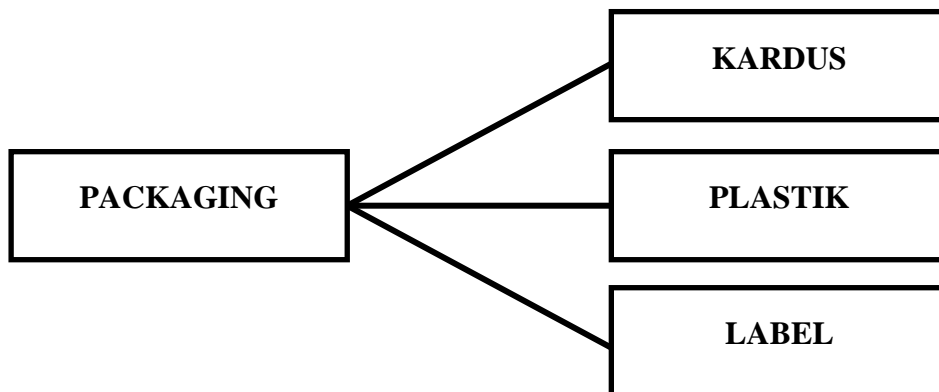
1. Menampilkan atribut unik sebuah produk
2. Memperkuat penampilan estetika dan nilai produk
3. Mempertahankan keseragaman dalam kesatuan merek produk
4. Memperkuat perbedaan antara ragam produk dan lini produk
5. Mengembangkan bentuk kemasan berbeda yang sesuai dengan kategori
6. Menggunakan material baru dan mengembangkan struktur inovatif untuk mengurangi biaya, lebih ramah lingkungan, atau meningkatkan fungsionalitas.

2.4.3 Instrument pengumpulan data

Dalam instrument pengumpulan data ini, penelitian berusaha mengumpulkan data tentang biaya packaging. Data packaging terdiri dari biaya kardus, plastik (*buble warap*) dan label

Adapun variabel-variabel packaging tersebut antara lain:

1. Packaging



Gambar 2.1 Indikator Pembantu Packaging

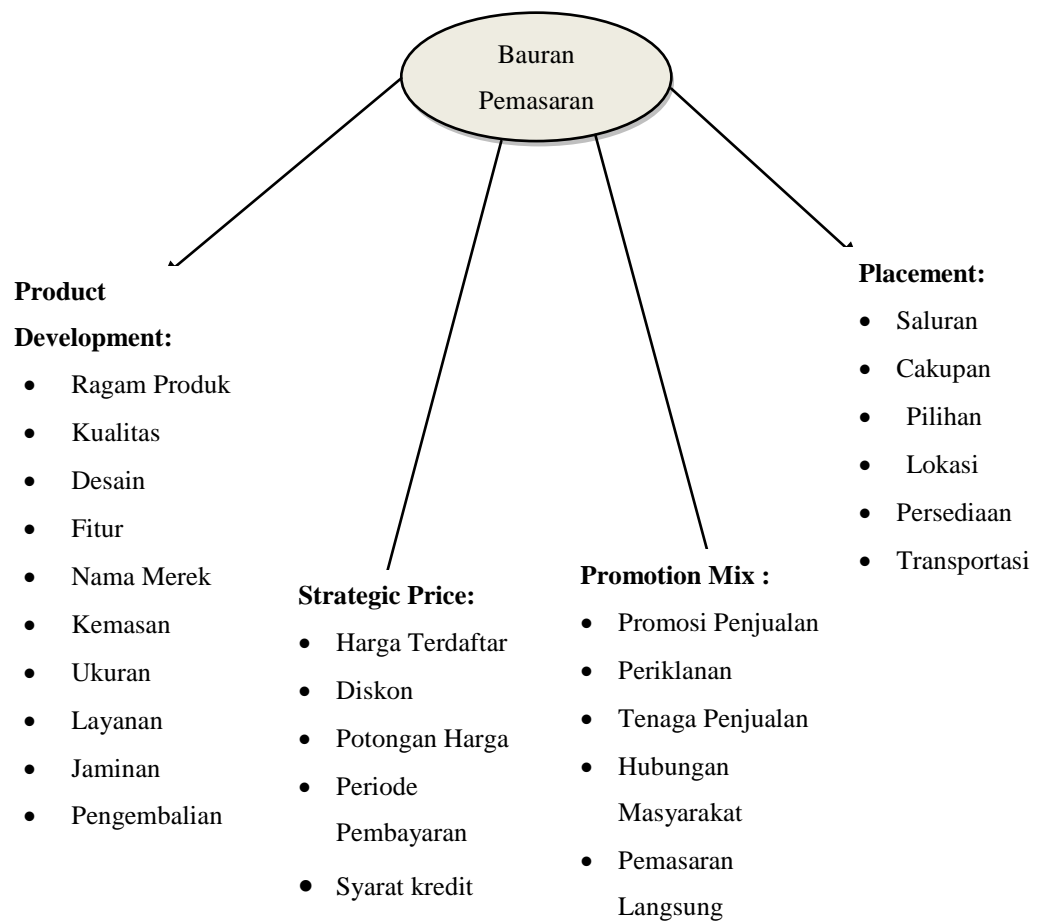
2.5 Bauran Promosi (*promotion Mix*)

Promosi adalah suatu kegiatan dari pemasaran dalam menginformasikan dan mempengaruhi orang atau pihak lain sehingga tertarik untuk melakukan transaksi atau pertukaran produk barang atau jasa yang dipasarkannya.

Menurut Philip kotler (2010:132-133), promotion mix terdiri dari 4 (empat elemen) alat utama yaitu :

- 1) *Advertising : any paid from of personal non presentation and promotion of ideals goods or service by an identifiel sponsor.*
- 2) *Sales promotion : short-term oncentives to encourage purchase or sales of a product or service.*
- 3) *Publicity : nonpersonal stimulation of demand for a product, service, or bussines unit by planting commercially significant news about it in a published medium or obtaining favorablr presentation of it upon radio, televition, or stage that is not paid for by the sponsor.*

- 4) *Personal selling : oral presentation in a conversation with one or more prospective purchase for the purpose oh making sales.*



Gambar 2.2 Empat Komponen P dalam bauran Pemasaran

Sumber : Philip kotler & Kevin L Keller (2010)

2.6 *Sales Promotion* (promosi penjualan)

Sales promotion, unsure utama dalam sebagian berjangka pendek, yang dirancang untuk memasang pembelian produk barang atau jasa tertentu dengan lebih cepat dan lebih besar oleh konsumen atau pedagang.

2.6.1 Tujuan Promosi Penjualan

Alat promosi penjualan berbeda – beda dari segi tujuannya. Sampel gratis bertujuan merangsang konsumen untuk mencoba, sedangkan jasa konsultasi manajemen gratis bertujuan untuk mempererat hubungan jangka panjang dengan pengecer.

Penjualan menggunakan promosi tipe inisiatif untuk menarik orang-orang baru untuk mencoba, untuk member imbalan kepada pelanggan setia, dan muntuk menaikkan tingkat pembelian ulang orang yang beralih merek yang terutama mencari tenaga kerja murah, nilai pemakaian yang setia. Promosi penjualan yang digunakan dipasar yang memiliki kesamaan merek yang tinggi memnghasilkan tanggapan penjualan yang tinggi dalam jangka pendek tetapi sedikit kenaikan permanen dalam pangsa pasar. Dipasar yang memiliki perbedaan merek yang tinggi, promosi penjualan dapat mengubah pangsa pasar secara permanen.

Menurut *Williams J. Stanton*, Promosi penjualan adalah kegiatan diluar penjualan perseorangan, periklanan dan publishitas yang stimulasi pembeli oleh konsumen dan keefektifan *dealer*. Misalnya pameran, pertunjukan, demonstrasi serta berbagai kegiatan penjualan luar biasa yang bukan kerja rutin biasa

2.7 Pameran

Pameran adalah alat bantu pemasaran yang merupakan bagian dari aktivitas promosi penjualan dalam kerangka untuk memasarkan produk, jasa dan gagasan perusahaan (Kennedy, 2009 di dalam Alatas, 2013).

Manfaat dari kegiatan ini adalah menghasilkan petunjuk penjualan baru, mempertahankan hubungan pada pelanggan, memperkenalkan produk baru menemui pelanggan baru, menjual lebih banyak kepada pelanggan lama dan mendidik pelanggan melalui penerbitan, video dan bahan-bahan *audiovisual* lainnya.

Biaya pameran merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan baik melalui media massa atau sponsor non pribadi dengan tujuan untuk mendorong permintaan atas produk, jasa atau ide perusahaan untuk mencapai target penjualan (Hemelda, 2016).

2.7.1 Jenis-jenis Pameran

1. Pameran Tetap

Pameran yang menyajikan karya-karya atau produk suatu perusahaan secara periodik yang ditata berdasarkan konsep kuratorial dan diselenggarakan oleh suatu perusahaan. Waktu penyelenggaraan pameran tetap berlangsung minimal 1 (satu) kali dalam 1 (satu) tahun.

2. Pameran Temporer

Pameran tunggal atau pameran bersama yang menyajikan produk-produk dalam jangka waktu tertentu yang diselenggarakan oleh suatu perusahaan atau bekerjasama dengan pihak lain. Waktu penyelenggaraan pameran temporer berlangsung minimal selama 10 hari, maksimal berlangsung selama 30 hari.

3. Pameran Keliling

Pameran yang menyajikan produk-produk koleksi perusahaan maupun produk di luar koleksi perusahaan ke berbagai daerah di Indonesia dan di luar Negeri yang diselenggarakan oleh suatu perusahaan atau kerjasama dengan pihak lain. Waktu penyelenggaraan pameran keliling minimal berlangsung selama 10 hari.

4. Pameran Tunggal/Pameran Bersama

Materi yang dipamerkan pada pameran bersama merupakan produk-produk lebih dari satu perusahaan. Biaya pameran ditanggung oleh perusahaan yang bersangkutan. Penyelenggaraan pameran dapat dilangsungkan antara 1 (satu) minggu sampai 3 (tiga) minggu. Selama satu tahun pameran yang diselenggarakan di gedung ini dapat mencapai 15 pameran.

5. Pameran Kerja Sama

Pola pameran ini dilaksanakan berdasarkan kerjasama antara perusahaan dengan perusahaan lain ataupun dengan pihak lain. Pihak lain tersebut dapat merupakan lembaga/organisasi, museum, galeri, dan Negara lain. Biaya pameran ditanggung bersama. Pameran kerjasama ini dapat dilaksanakan selama 10 (sepuluh) kali dalam 1 (satu) tahun,

tiap-tiap pameran dapat dilaksanakan antara 2 (dua) minggu sampai 1 (satu) bulan.

6. Pameran Khusus

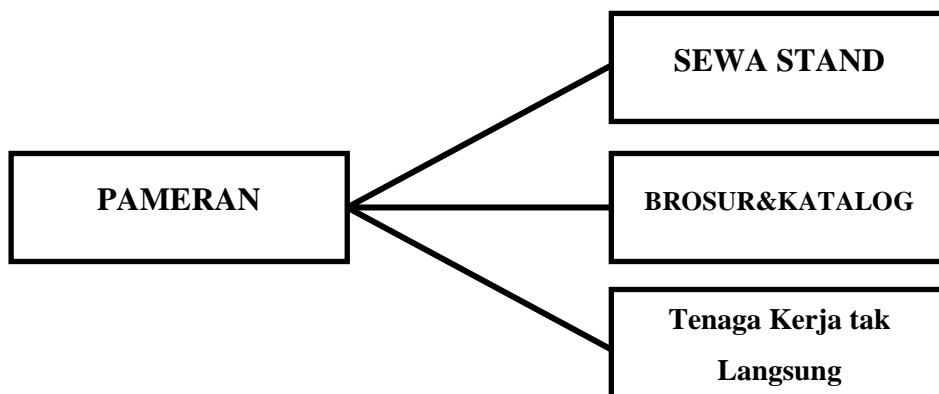
Pameran khusus adalah pameran yang biaya penyelenggaraannya sepenuhnya ditanggung oleh pelaksana pameran. Materi yang dipamerkan dapat merupakan koleksi si pelaksana pameran atau produk milik perusahaan lainnya. Penyelenggaraan pameran khusus mencapai 2 (dua) atau 3 (tiga) kali dalam setahun.

2.7.2 Instrument pengumpulan

Dalam instrument pengumpulan data ini, penelitian berusaha mengumpulkan data tentang biaya packaging. Data packaging terdiri dari Sewa Stand, Brosur & Katalog dan Tenaga Kerja Tak Langsung

Adapun variabel-variabel pameran tersebut antara lain:

1. Pameran



Gambar 2.3 Indikator Pembantu Pameran

2.8 Penjualan

Penjualan merupakan tujuan utama dilakukannya kegiatan perusahaan. Perusahaan dalam menghasilkan barang/jasa mempunyai tujuan akhir, yaitu menjual barang/jasa tersebut kepada masyarakat. Oleh karena itu penjualan memegang peranan penting bagi perusahaan agar produk yang dihasilkan

perusahaan dapat terjual dan memberikan penghasilan bagi perusahaan. Penjualan yang dilakukan perusahaan bertujuan untuk menjual barang/jasa yang diperlukan sebagai sumber pendapatan untuk menutup semua ongkos untuk memperoleh laba.

Sebenarnya, definisi penjualannya cukup luas, beberapa ahli menyebutnya sebagai ilmu dan beberapa hal yang lain menyebutnya sebagai seni ada pula yang mengusulkan masalah etik dalam penjualan. Pada pokoknya, istilah menjual dapat diartikan sebagai berikut:

Menjual adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan nya. (Swastha Basu 2016:135)

Jadi , adanya penjualan dapat tercipta suatu proses pertukaran barang dan jasa antara penjual dengan pembeli, di dalam perekonomian kita, seseorang yang menjual suatu akan mendapatkan imbalan berupa uang dengan alat penukar berupa uang, orang akan lebih mudah memenuhi segala keinginannya dan penjualan menjadi lebih mudah dilakukan ,

2.8.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kegiatan Penjualan

Dalam prakteknya perencanaan penjualan itu dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Basu Swastha (2015) faktor-faktor tersebut yaitu:

a Kondisi dan kemampuan penjual

Transaksi jual beli merupakan pemindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa, pada prinsipnya melibatkan dua pihak yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Disini penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya agar dapat mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Untuk maksud tersebut para penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan yaitu :

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

b Kondisi Pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualan. Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah :

- Jenis pasarnya, apakah pasar konsumen, pasar penjual, pasar industri, pasar pemerintah/pasar internasional.
- Kelompok pembeli atau segmen pasarnya.
- Daya belinya.
- Frekuensi pembeliannya.
- Keinginan dan kebutuhannya.

c Modal

Akan lebih sulit bagi penjual untuk menjual barangnya apabila barang yang dijual itu belum dikenal oleh pembeli atau apabila lokasi pembeli jauh dari tempat penjual dalam keadaan seperti ini, penjual harus memperkenalkan dahulu atau membawa barangnya ketempat pembeli. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya saran serta usaha tersebut seperti alat transportasi. Tempat peraga baik diluar maupun di dalam perusahaan. Usaha promosi dan sebagainya semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjual memiliki sejumlah modal yang diperlukan oleh perusahaan.

d Kondisi Organisasi Perusahaan

Pada perusahaan besar biasanya masalah penjualan ditangani oleh bagian penjualan yang dipegang oleh orang-orang tertentu/ahli dibidang penjualan lain halnya dengan perusahaan kecil masalah-masalah penjualan ditangani oleh orang-orang yang juga melakukan fungsi lain. Hal ini disebabkan oleh tenaga kerjanya yang lebih sedikit. Sistem organisasi juga lebih sederhana masalah-masalah yang dihadapinya juga tidak sekompleks perusahaan besar biasanya masalah perusahaan ini ditangani oleh perusahaan dan tidak diberikan kepada orang lain.

e Faktor lain

Faktor-faktor yang sering mempengaruhi penjualan yaitu periklanan, peragaan, kampanye, dan pemberian hadiah. Namun untuk melaksanakannya diperlukan dana yang tidak sedikit. Bagi perusahaan yang memiliki modal yang kuat kegiatan ini secara rutin dapat dilakukan. Sedangkan bagi perusahaan kecil, kegiatan ini lebih jarang dilakukan. Ada pengusaha yang berpegang pada suatu prinsip bahwa “paling penting membuat barang yang baik”. Bilamana prinsip tersebut dilaksanakan, maka diharapkan pembeli akan kembali membeli lagi barang yang sama. Namun, sebelum pembelian dilakukan, sering pembeli harus dirangsang daya tariknya, misalnya dengan memberikan bungkus yang menarik atau dengan cara promosi lainnya.

2.9 Metode Pengolahan dan Analisis Data

Analisis korelasi berganda dan regresi berganda merupakan teknik analisis yang akan di gunakan. Teknik analisis tersebut bertujuan untuk melakukan pengolahan dan analisis data dalam meneliti permasalahan yang ada dalam perusahaan water cannon di PT TEKNINDO GLOBAL JAYA.

Pada penelitian ini pengolahan dan analisis data dilakukan dengan metode:

2.9.1 Analisis Korelasi Sederhana dan Berganda

Analisis hubungan (korelasi) adalah suatu bentuk analisis data dalam penelitian penelitian yang bertujuan untuk mengetahui kekuatan atau bentuk arah hubungan diantara dua variabel dan besarnya pengaruh yang disebabkan oleh variabel yang satu (variabel bebas) terhadap variabel lainnya (variabel terikat). Dalam menganalisis hubungan antara variabel-variabel terdapat beberapa bentuk hubungan, yaitu:

2.9.1.1 Analisis korelasi Sederhana

Analisis Korelasi adalah metode statistika yang digunakan untuk menentukan kuatnya atau derajat hubungan linier antara dua variabel atau lebih.

Rumus yang digunakan korelasi sederhana yaitu :

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

Di mana :

r = Koefisien Korelasi item yang dicari

$\sum X$ = Jumlah pengamatan variabel X

$\sum Y$ = Jumlah pengamatan variabel Y

$(\sum X^2)$ = Jumlah kuadrat pengamatan variabel X

$(\sum X)^2$ = Kuadrat jumlahan pengamatan variabel X

$(\sum Y^2)$ = Jumlah kuadrat pengamatan variabel Y

$(\sum Y)^2$ = Kuadrat jumlahan pengamatan variabel Y

n = Jumlah hasil kali variabel X dan Y

Menurut J.Supranto (2008), kuat tidaknya hubungan antara X dan Y apabila dapat dinyatakan dengan fungsi linier (paling tidak mendekati), diukur dengan suatu nilai yang disebut Koefisien Korelasi. Nilai koefisien korelasi ini paling sedikit -1 dan paling besar 1. Jadi, jika r = koefisien korelasi, maka nilai r dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$-1 \leq r \leq 1$$

Artinya:

Jika, $r = 1$, hubungan X dan Y sempurna dan positif (mendekat 1,

hubungan sangat kuat dan positif).

= -1, hubungan X dan Y sempurna dan negative (mendekati -1,

hubungan sangat kuat dan negatif).

= 0, hubungan X dan Y lemah sekali atau tidak ada hubungan.

Menurut Robert D. Manson dan Douglas A Lind “ Analisis korelasi adalah sekumpulan teknik statistika yang digunakan untuk mengukur keeratan hubungan (korelasi) anantara dua variabel”

Kuat atau tidaknya suatu hubungan korelasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2.1 Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi

Koefisien Interval	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Ir. Sofyan Siregar M.M (2015)

Koefisien detriminasi (KD) adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih X (bebas) terhadap variabel terikat (terikat).

Pengujian signifikansi berfungsi apabila penelitian ingin mencari makna dari hubungan variabel X terhadap variabel Y, maka hasil korelasi tersebut diuji signifikansi sebagai berikut:

Hipotesis :

Dasar pengambilan keputusan :

- 1) Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas sig atau ($0,05 \leq sig$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak signifikan.
- 2) Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas sig atau ($0,05 \geq sig$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya signifikan.

2.9.1.2 Analisis Korelasi Berganda

Analisis Korelasi adalah metode statistika yang digunakan untuk menentukan kuatnya atau derajat hubungan linier antara dua variabel atau lebih.

Rumus yang digunakan untuk korelasi berganda, yaitu:

$$R_{X_1.X_2.Y} = \sqrt{\frac{r_{X_1.Y}^2 + r_{X_2.Y}^2 - 2(r_{X_1.Y})(r_{X_2.Y})(r_{X_1.X_2})}{1 - r_{X_1.X_2}^2}}$$

Keterangan :

- $R_{X_1.X_2.Y}$ = koefisien korelasi ganda
 X_1 = variabel bebas ke-1
 X_2 = variabel bebas ke-2
 Y = variabel tak bebas

Selanjutnya untuk mengetahui signifikan korelasi ganda dibandingkan antara nilai probabilitas 0,05 dengan nilai probabilitas sig sebagai berikut:

Hipotesis:

- Ho : Variabel X_1 dan X_2 berhubungan secara simultan dan signifikan terhadap variabel Y.
 Ha : Variabel X_1 dan X_2 tidak berhubungan secara simultan dan signifikan terhadap variabel Y.

Dasar Pengambilan Keputusan :

1. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas sig atau ($0,05 \leq \text{sig}$), maka Ho diterima dan Ha ditolak, artinya tidak signifikan.
2. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas sig atau ($0,05 \geq \text{sig}$), maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya signifikan.

Menguji signifikansi koefisien korelasi ganda dengan rumus :

1. Menghitung F_{Hitung}

$$F_{Hitung} = \frac{R_{X_1.X_2.Y}^2 / m}{(1 - R_{X_1.X_2.Y}^2) / (n - m - 1)}$$

Keterangan:

- n : jumlah sampel
 r : koefisien korelasi

m : jumlah variabel bebas

2. Menghitung F_{Tabel}

Nilai F_{Tabel} dapat dicari pada table F_{Tabel} dengan ketentuan :

$$F_{Tabel} = F_{(a,k,dk)}$$

Keterangan:

dk = n-k-1

k = pembilang

dk = penyebut

2.9.2 Analisis Regresi Linier Sederhana dan Berganda

Regresi adalah suatu metode analisis statistik yang digunakan untuk melihat but that does pengaruh antara dua atau lebih variabel. Hubungan variabel tersebut bersifat fungsional yang diwujudkan dalam suatu model matematis.

Menurut Robert D. Manson dan Douglas A Lind “Persamaan regresi adalah suatu persamaan matematika yang mendefinisikan hubungan anantara dua variabel”

Salah satu alat yang dapat digunakan dalam memprediksi permintaan di masa yang akan datang dengan berdasarkan data masa lalu, atau untuk mengetahui pengaruh suatu variabel bebas (*independentt*) terhadap suatu variabel tak bebas (*dependent*) adalah menggunakan regresi linier. Regresi linear dibagi dalam dua kategori yaitu regresi linear sederhana dan regresi linear berganda .

2.9.2.1 Analisis Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (*independentt*) dan satu variabel tak bebas (*dependent*). Sedangkan regresi linier berganda digunakan untuk satu variabel bebas *dependentt* dan dua atau lebih variabel bebas (*independentt*)

Tujuan penerapan kedua metode ini adalah untuk meramalkan atau memprediksi besaran nilai variabel bebas (*dependent*) dan yang dipengaruhi oleh variabel bebas (*independent*)

1. Rumus persamaan yang digunakan untuk regresi linier sederhana, yaitu:

$$Y = a + b.X$$

Keterangan:

Y : Variabel terikat

X : Variabel bebas

a dan b: konstanta

2. Mencari nilai konstanta – konstanta

- a) Rumus mencari nilai konstanta *b* :

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

- b) Rumus mencari nilai konstanta *a* :

$$a = \frac{\sum Y - b \cdot \sum X}{n}$$

2.9.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi berganda merupakan pengembangan dari regresi linier sederhana , yaitu sama-sama alat yang dapat digunakan untuk melakukan prediksi permintaan di masa yang akan datang , berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (*independent*) terhadap satu variabel tak bebas (*dependent*) . perbedaan Penerapan metode ini hanya terletak pada jumlah variabel bebas (*independent*) yang digunakan . penerapan metode regresi berganda jumlah variabel bebas *independent* yang digunakan lebih dari 1 yang memengaruhi satu variabel tak bebas (*dependent*).

1. Rumus yang digunakan untuk regresi linier berganda, yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

Y : Variabel terikat

X_1 : Variabel bebas pertama

X_2 : Variabel bebas kedua

X_n : Variabel bebas ke-n

A dan b_1 serta b_2 : konstanta

2. Menerapkan metode skor deviasi

$$a) \sum X_1^2 = \sum X_1^2 - \frac{(\sum X_1)^2}{n}$$

$$b) \sum X_2^2 = \sum X_2^2 - \frac{(\sum X_2)^2}{n}$$

$$c) \sum y^2 = \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n}$$

$$d) \sum x_1y = \sum X_1Y - \frac{(\sum X_1)(\sum Y)}{n}$$

$$e) \sum x_2y = \sum X_2Y - \frac{(\sum X_2)(\sum Y)}{n}$$

$$f) \sum x_1 \cdot x_2 = \sum X_1X_2 - \frac{(\sum X_1)(\sum X_2)}{n}$$

$$g) \bar{X}_1 = \frac{\sum X_1}{n} \quad (\bar{X}_1)^2$$

$$h) \bar{X}_2 = \frac{\sum X_2}{n} \quad (\bar{X}_2)^2$$

$$i) \bar{Y} = \frac{\sum Y}{n} \quad (\bar{Y})^2$$

3. Mencari nilai konstanta – konstanta

a) Menghitung nilai konstanta b_1

$$b_1 = \frac{(\sum x_2^2)(\sum x_1y) - (\sum x_1 \cdot x_2)(\sum x_2y)}{(\sum X_1^2)(\sum X_2^2) - (\sum x_1 \cdot x_2)^2}$$

b) Menghitung nilai konstanta b_2

$$b_2 = \frac{(\sum x_1^2)(\sum x_2y) - (\sum x_1 \cdot x_2)(\sum x_1y)}{(\sum X_1^2)(\sum X_2^2) - (\sum x_1 \cdot x_2)^2}$$

c) Menghitung nilai konstanta a

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

d) Menentukan persamaan regresi dengan dua variabel bebas

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

e) Mencari korelasi berganda

$$R_{X_1.X_2.Y} = \sqrt{\frac{r_{X_1.Y}^2 + r_{X_2.Y}^2 - 2(r_{X_1.Y})(r_{X_2.Y})(r_{X_1.X_2})}{1 - r_{X_1.X_2}^2}}$$

f) Mencari koefisien determinasi

$$KD = (R_{X_1.X_2.Y})^2 \times 100\%$$

2.9.3 Uji Hipotesis

Tujuan dilakukanya pengujian hipotesis terhadap penerapan metode regresi linier berganda adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh secara simultan antara biaya packaging dan biaya pameran (variabel bebas X_1 dan X_2) terhadap hasil penjualan (variabel tak bebas Y).

- Uji t (Uji Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh yang positif atau tidak, antara variabel bebas (*independent*) dengan variabel terikat (*dependent*). Nilai thitung dapat diperoleh dengan menggunakan bantuan SPSS *for windows*. Bentuk pengujiannya adalah:

HO : $b_i = 0$, artinya secara parsial packaging dan pameran berpengaruh signifikan terhadap hasil penjualan.

HA : $b_i \neq 0$, artinya secara parsial packaging dan pameran berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian.

Selanjutnya dalam penelitian ini nilai thitung akan dibandingkan dengan t tabel dengan tingkat kesalahan (α) = 5% dan derajat kebebasan (df) = (n-k). Kriteria pengambilan keputusan pada uji ini adalah sebagai berikut:

Bila $t_{tabel} \leq t_{hitung}$, maka HO diterima dan HA ditolak.

Bila $t_{tabel} \geq t_{hitung}$, maka HA diterima dan HO ditolak

- Koefisien Determinasi (R^2)

Identifikasi determinasi (R^2) digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama, dimana $0 < R^2 < 1$. Hal ini berarti bila $R^2 = 0$ menunjukkan tidak ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan bila R^2 mendekati 1 menunjukkan semakin kuat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

- Uji F secara simultan (Uji Bersama-sama)

Uji F dilakukan untuk mengetahui semua variabel bebas secara serentak mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel terikat. Bentuk pengujiannya adalah:

H_0 : $b_1 = b_2 = 0$, artinya secara serempak packaging dan pameran berpengaruh tidak signifikan terhadap hasil penjualan.

H_a : $b_1 \neq b_2 \neq 0$, artinya secara serempak packaging dan pameran berpengaruh signifikan terhadap hasil penjualan.

Nilai Fhitung pada penelitian ini akan dibandingkan dengan Ftabel pada tingkat signifikan (α) = 5%. Kriteria penilaian hipotesis pada uji F ini adalah:

Bila Fhitung \leq Ftabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Bila Fhitung \geq Ftabel, maka H_a diterima dan H_0 ditolak

- Koefisien Determinasi (R^2)

Identifikasi determinasi (R^2) digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama, dimana $0 < R^2 < 1$. Hal ini berarti bila $R^2 = 0$ menunjukkan tidak ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan bila R^2 mendekati 1 menunjukkan semakin kuat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Data

a. Data Kualitatif

Data kualitatif yang digunakan dalam Tugas Akhir ini berupa gambaran umum perusahaan yang meliputi sejarah perusahaan, tata kelola perusahaan pada aspek produksi dan pemasaran yang dapat menunjang dalam penyusunan Tugas Akhir.

b. Data Kuantitatif

Data kuantitatif yang disajikan dalam Tugas akhir ini meliputi laporan penjualan, biaya pameran, biaya packaging dan data lainnya yang mendukung dalam Tugas Akhir Ini.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Metode memperoleh data dalam penyusunan tugas akhir ini sebagai berikut:

a. Data Primer

- Observasi langsung: peninjauan langsung dilakukan melalui kegiatan pengamatan penulis terhadap objek penelitian.
- Wawancara: selain peninjauan langsung, pengambilan data agar lebih akurat dilakukan dengan cara melakukan wawancara dengan pihak perusahaan terkait, dalam hal ini adalah dengan pemilik serta karyawan PT Teknindo Global Jaya.

b. Data Sekunder (Observasi Perpustakaan)

Penelitian dilakukan berdasarkan kepustakaan yang dapat menunjang pengerjaan laporan tugas akhir ini yang bersumber dari buku-buku dan literatur lain.

3.3 Teknik Analisis

3.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi berganda merupakan pengembangan dari regresi linier sederhana, yaitu sama-sama alat yang dapat digunakan untuk melakukan prediksi permintaan di masa yang akan datang, berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (*independentt*) terhadap satu variabel tak bebas (*dependent*). perbedaan Penerapan metode ini hanya terletak pada jumlah variabel bebas (*independentt*) yang digunakan. penerapan metode regresi berganda jumlah variabel bebas *independentt* yang digunakan lebih dari 1 yang memengaruhi satu variabel tak bebas (*dependent*).

Rumus yang digunakan untuk regresi linier berganda, yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

Y : Variabel terikat

X_1 : Variabel bebas pertama

X_2 : Variabel bebas kedua

X_n : Variabel bebasi ke-n

a dan b_1 serta b_2 : konstanta

3.3.1.1 Regresi linier dengan Dua Prediktor

Dalam suatu penelitian saat tahap menganalisis data, bila topik permasalahan (kasus) terdiri dari satu variabel tak bebas (*dependentt*) dan sua variabel bebas (*independenttt*), maka digunakan uji statistik dengan metode regresi linier dengan dua variabel bebas.

Rumus regresi linier dengan dua variabel bebas

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

- **Membuat Persamaan Regresi Berganda dengan Dua Prediktor**

a Membuat Tabel penolong

No.	X_1	X_2	Y	X_1^2	X_2^2	Y^2	X_1Y	X_2Y	X_1X_2
1
2
3
4
.
n
	$\sum X_1$	$\sum X_2$	$\sum Y$	$\sum X_1^2$	$\sum X_2^2$	$\sum Y^2$	$\sum x_1y$	$\sum x_2y$	$\sum x_1 \cdot x_2$

b Menerapkan metode skor deviasi

- a $\sum X_1^2 = \sum X_1^2 - \frac{(\sum X_1)^2}{n}$
- b $\sum X_2^2 = \sum X_2^2 - \frac{(\sum X_2)^2}{n}$
- c $\sum y^2 = \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n}$
- d $\sum x_1y = \sum X_1Y - \frac{(\sum X_1)(\sum Y)}{n}$
- e $\sum x_2y = \sum X_2Y - \frac{(\sum X_2)(\sum Y)}{n}$
- f $\sum x_1 \cdot x_2 = \sum X_1X_2 - \frac{(\sum X_1)(\sum X_2)}{n}$
- g $\bar{X}_1 = \frac{\sum X_1}{n} \quad (\bar{X}_1)^2$
- h $\bar{X}_2 = \frac{\sum X_2}{n} \quad (\bar{X}_2)^2$
- i $\bar{Y} = \frac{\sum Y}{n} \quad (\bar{Y})^2$

c. Mencari nilai konstanta – konstanta

- Menghitung nilai konstanta b_1

$$b_1 = \frac{(\sum x_2^2)(\sum x_1y) - (\sum x_1 \cdot x_2)(\sum x_2y)}{(\sum X_1^2)(\sum X_2^2) - (\sum x_1 \cdot x_2)^2}$$

- Menghitung nilai konstanta b_2

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

- Menghitung nilai konstanta a

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

- d. Menentukan persamaan regresi dengan dua variabel bebas

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

- e. Mencari korelasi berganda

$$R_{X_1.X_2.Y} = \sqrt{\frac{b_1 \cdot \sum x_1 y - b_2 \sum x_2 y}{\sum y^2}}$$

- f. Mencari koefisien determinasi

$$KD = (R_{X_1.X_2.Y})^2 \times 100\%$$

B) Uji Hipotesis regresi Berganda Dua Prediktor

Tujuan dilakukannya pengujiannya hipotesis terhadap penerapan metode regresi linier berganda adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh secara pengaruh secara simultan antara kelompok A (biaya packaging) dan B (biaya pameran) terhadap kelompok data C (Hasil Penjualan).

- 1) Uji signifikansi secara simultan (bersama-sama)

- a. Membuat hipotesis dalam uraian kalimat

HO : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan (bersama-sama) antara kelompok A (biaya packaging) dan B (biaya pameran) terhadap kelompok data C (Hasil Penjualan).

Ha : terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan (bersama-sama) antara kelompok A (biaya packaging) dan B (biaya pameran) terhadap kelompok data C (Hasil Penjualan).

b. Membuat hipotesis dalam bentuk model statistik

Ho : $\beta = 0$

Ha : $\beta \neq 0$

c. Menentukan taraf signifikan α

d. Kaidah pengujian

Jika, $F_{Hitung} \leq F_{Tabel}$, maka terima Ho.

Jika, $F_{Hitung} \geq F_{Tabel}$, maka tolak Ho.

e. Menghitung F_{Hitung} dan F_{Tabel}

• Menghitung nilai

$$F_{Hitung} = \frac{(R_{X1,X2,Y})^2 (n - m - 1)}{m(1 - R_{X1,X2,Y}^2)}$$

Keterangan :

m = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah responden

• Menentukan nilai F_{Tabel}

Nilai F_{Tabel} dapat dicari dengan menggunakan table F

$$F_{Tabel} = F_{(\alpha),(dka,dkb)}$$

Keterangan:

dka = jumlah variabel bebas (pembilang)

dkb = n-m-1 (penyebut)

f) Membandingkan F_{Hitung} dan F_{Tabel}

Tujuan membanding antara F_{Hitung} dan F_{Tabel} adalah untuk mengetahui apakah Ho ditolak atau diterima berdasarkan kaidah pengujian.

g) Mengambil Keputusan

Menerima atau menolak Ho.

2) Uji signifikan secara parsial

Tujuan dilakukan uji signifikansi secara parsial dua variabel bebas (biaya packaging dan pameran) terhadap variabel tak bebas (hasil penjualan) adalah untuk mengukur secara terpisah dampak yang ditimbulkan dari masing-masing variabel bebas (biaya packaging dan pameran) terhadap variabel tak bebas (hasil penjualan).

a. Membuat hipotesis dalam uraian kalimat

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara kelompok data kelompok A atau B (biaya packaging atau pameran) terhadap kelompok data C (hasil penjualan)

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara kelompok data kelompok A atau B (biaya packaging atau pameran) terhadap kelompok data C (hasil penjualan).

b. Membuat hipotesis dalam bentuk model statistik

HO : $\beta_j = 0$

Ha : $\beta_j \neq 0$

Di mana : β_j = koefisien yang akan di uji

c. Menentukan taraf signifikansi (α)

d. Kaidah pengujian

Jika, $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka Ho diterima.

Jika, $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka Ho ditolak.

e. Menghitung t_{hitung}

Tahapan menghitung nilai t_{hitung}

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

r = nilai korelasi

n = jumlah sampel

f. Menentukan nilai t_{tabel}

Nilai t_{tabel} dapat dicari dengan menggunakan table *t-student*. Bila pengujian dua sisi. Maka nilai α dibagi 2.

Rumus :

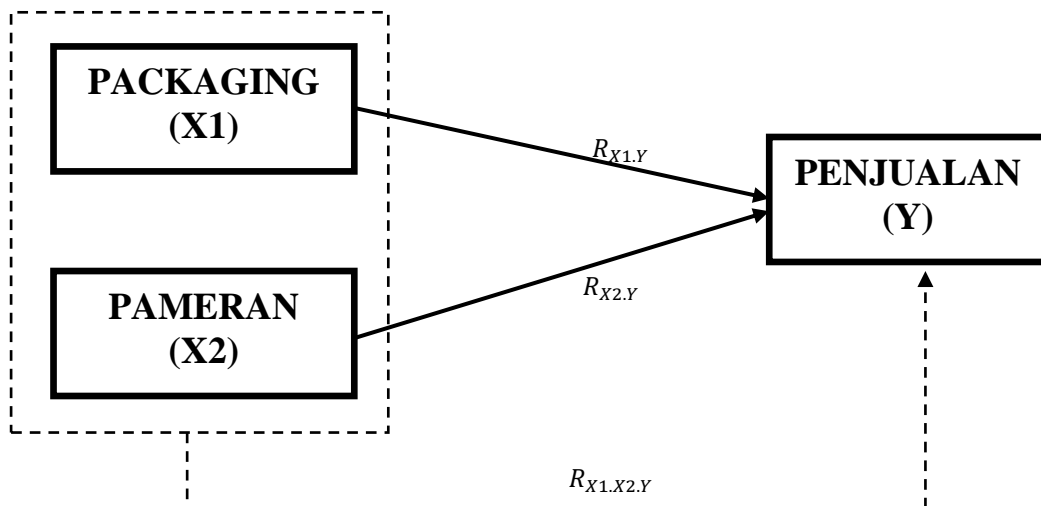
$$t_{tabel} = t_{(\alpha/2)(n-2)}$$

g. Membandingkan t_{tabel} dan t_{hitung} adalah untuk mengetahui apakah H_0 ditolak atau diterima berdasarkan kaidah pengujian.

h. Mengambil keputusan

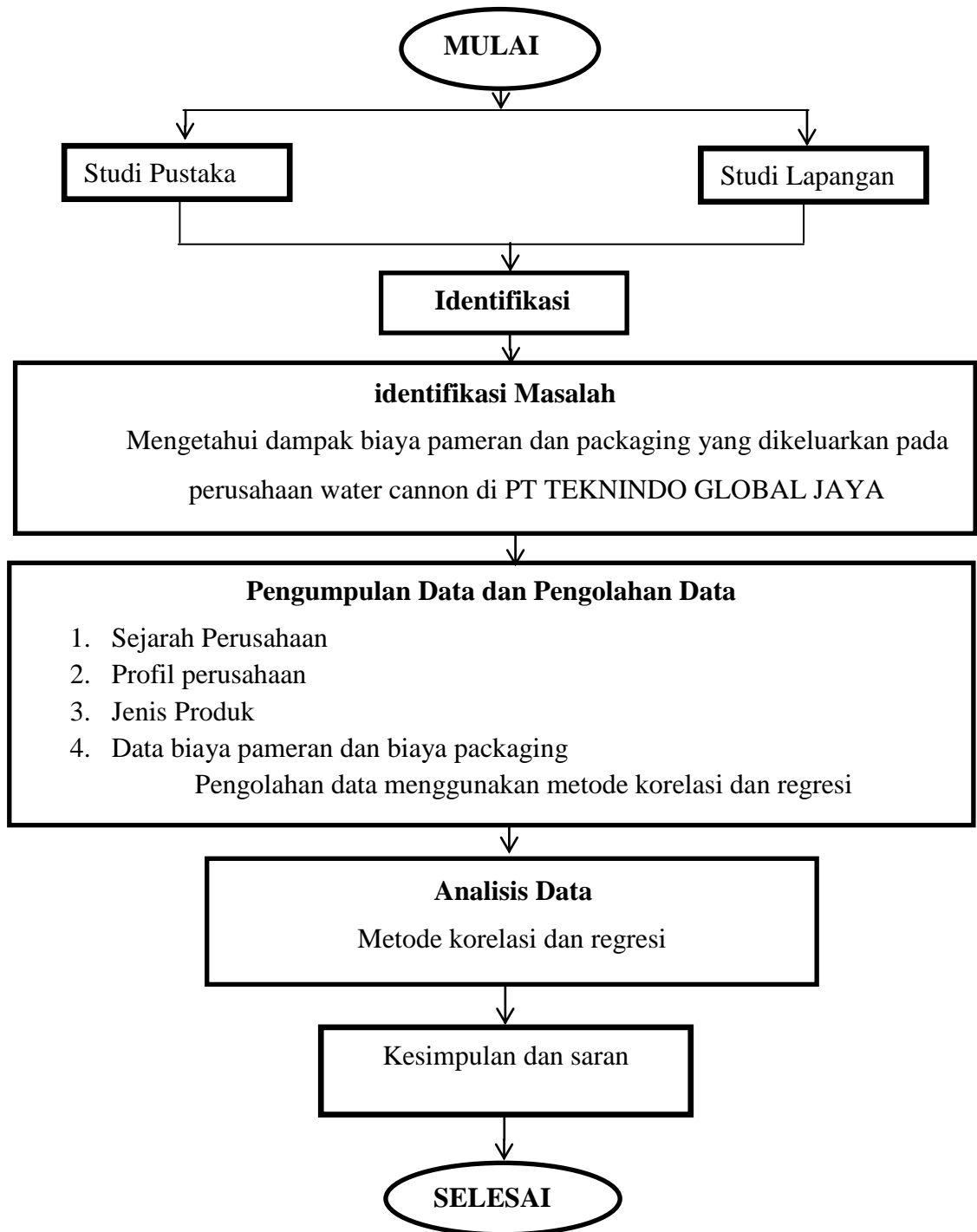
Tujuan dari membuat keputusan adalah untuk mengetahui hipotesis mana yang terpilih H_0 atau H_a .

3.4 Kerangka Pemikiran Teoritis



Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran Teoritis

3.5 KERANGKA PENELITIAN



Gambar 3. 2 Kerangka Pemecahan Masalah

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Sejarah Perusahaan

Awal mula berdirinya PT Teknindo Global Jaya berawal dari pak Joko Waluyo berinisiatif mendirikan CV. Mitra Mandiri Usaha setelah *resign* dari perusahaan sejenis pada tahun 2009 di daerah Bekasi. Kemudian pak joko hanya mempunyai satu unit mesin bubut dan mempunyai dua orang karyawan. CV. Mitra Mandiri Usaha dulu hanya mengerjakan memodifikasi baut dan lain-lain yang berkaitan dengan menyelesaikan banyak pekerjaan pembubutan, misalnya pembubutan permukaan, bobot tirus, pembubutan rata, pembubutan rata-rata pembubutan lobang maupun memperbesar dimensi lobang.

Setelah berlangsung selama satu setengah tahun dengan nama CV. Mitra Mandiri Usaha ternyata usaha pak joko waluyo semakin berkembang lalu beliau membeli peralatan dan mesin yang pada akhirnya mempunyai dua buah mesin bubut dan mempunyai dua buah mesin bor dan alat alat pendukung lainnya akhirnya beliau memutuskan untuk membuat perusahaan baru bernama PT Teknindo Global Jaya sebagai perusahaan baru yang menggantikan CV. Mitra Mandiri Usaha.

PT Teknindo Global Jaya merupakan perusahaan yang bergerak di *manufacturing* dan *karoseri*. *Manufacturing* di perusahaan ini membuat perlengkapan *mining* diantaranya membuat *water cannon* dan *sprayhead*. Sedangkan *karoseri* di perusahaan ini membuat *Mining Manufacturing, Distributor Parts & Service Water Truck, Tyre Handler, FDS Fuel Dispensing System, Lube Container, Fuel Truck . Water Truck Manufacturing & Service FDS Fuel Dispensing System & Distributor Spareparts Jual Tyre Handler dan Service Lube Container Manufacturing dan Service Fuel Truck Manufacturing.*

Misi dari perusahaan baru dibuat ini pak Joko waluyo bermaksud menjadikan perusahaan ini menjadi salah satu *supplier* komponen *mining* dan *support sparepart*

di Indonesia yang diarahkan untuk pergerakan menengah ke atas. Dengan memperdagangkan alat berat, alat industri dan perlengkapan konstruksi termasuk *water cannon* dan *sprayhead*.

PT TEKNINDO GLOBAL JAYA didirikan dengan status kepemilikan perorangan yang di miliki oleh pak Joko Waluyo. Komponen *water cannon* dan *sprayhead* sebagian besar dibuat sendiri oleh PT Teknindo Global Jaya. PT Teknindo Global Jaya sudah bekerja sama dengan Jasa Marga, PU, PELINDO, *Mining* dan Perkapalan.

4.1.1 Profil Perusahaan

Nama Perusahaan	: PT TEKNINDO GLOBAL JAYA
Nama Pemilik	: Joko Waluyo
Direktur	: Joko Waluyo
Jenis Usaha	: <i>Manufacturing dan Karoseri</i> (Komponen Otomotif dan perakitan truck)
Alamat Usaha	: Jl. Kali Baru Barat KD. Rawa Bebek No.14 RT001/RW.015 Kota Baru, Bekasi Barat, Kode pos 17133
Tahun Berdiri	: 2009, berubah menjadi PT 2013
Jumlah Tenaga Kerja	: 19 orang
Luas Tanah	: 450 m ²
Modal Awal	: Rp 250.000.000
Telepon	: (021) 8896 9401 (Kantor)
Marketing	: 081210115989 (Joko Waluyo)
Fax	: (021) 8896 8218
Web	: www.teknindoglobaljaya.com
Email	: marketing@teknindoglobaljaya.com
Facebook	: www.facebook.com/teknindoglobaljaya
Nomor surat SIUP	: 510/PM/63/BPPT.4

Nomor surat NPWP : 71.818.749.5-407.000
Nomor surat TDP : 102614606166
Nomor surat SKDP : no. 503/74-KI.KB
Nomor surat SPPKD : no. S-6S/WPJ.22/KD.0103/2015

4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi

Menjadi pelayan industri pertambangan di Indonesia

Misi

1. Kami selalu memberikan kualitas yang terbaik.
2. Kami ingin menjadi mitra usaha yang dapat dipercaya.
3. Kami berusaha memenuhi kebutuhan anda dalam bidang distributor *crane*, fabrikasi *stainless steel*, perlengkapan *mining*, *mechanical engineering & electrical consultan*, *service and maintenance heavy equipment*, *truck & genset*, *hydroulic system*, dan *sparepart*.
4. Kami ingin memberikan solusi terkini, termudah dan terbaikdalm hal pelayanan untuk mencapai hasil yang paling efesien dan optimal.
5. Kami mendengar, mempelajari, memahami dan memberikan solusi yang terbaik.

4.1.3 Lokasi Perusahaan

Lokasi perusahaan merupakan tempat dimana perusahaan melakukan aktifitasnya. Lokasi perusahaan juga dapat menentukan maju atau tidaknya sebuah perusahaan. Dengan lokasi yang mudah dijangkau dan strategis, maka akan memudahkan perusahaan untuk mencapai tujuan dan target pasar yang akan dituju oleh perusahaan. PT Teknindo Global Jaya berlokasi di Jl. Kali Baru Barat KD. Rawa Bebek No.14 RT001/RW.015 Kota Baru, Bekasi Barat.

Adapun pertimbangan mengenai lokasi perusahaan tersebut diantaranya:

1. Pabrik untuk produksi cukup luas dan pekerja bisa leluasa didalam melakukan pekerjaan.
2. Lingkungan sekitar lokasi cukup aman.
3. Mudah dan cepat untuk mendapatkan bahan baku karena lokasi pemasok yang dekat.
4. Lokasi sangat strategis yaitu dekat dengan jalan besar dan jalan bebas hambatan (Tol).

Berikut Gambar Denah Lokasi :



Gambar 4.1 DENAH LOKASI PT TEKNINDO GLOBAL JAYA

(Sumber: google maps)

4.1.4 Struktur Organisasi

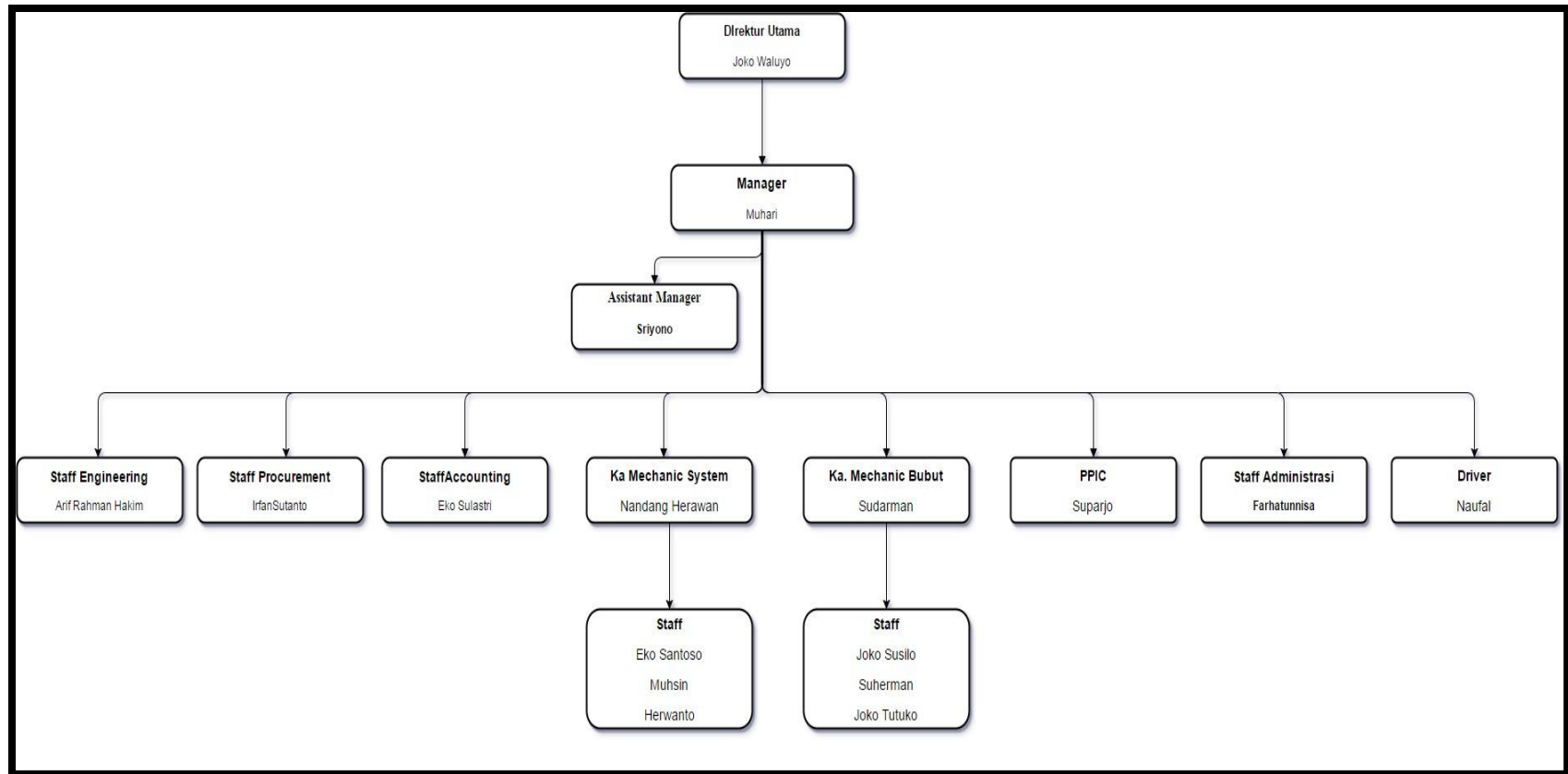
Struktur Organisasi dapat diartikan sebagai susunan dan hubungan antara bagian dan posisi dalam perusahaan . Struktur organisasi menjelaskan pembagian aktivitas kerja, serta memperhatikan hubungan fungsi dan aktivitas tersebut sampai batas batas tertentu. Selain itu, struktur organisasi memperlihatkan tingkat spesialisasi aktivitas tersebut. Struktur organisasi juga menjelaskan hierarki dan susunan kewenangan, serta memperhatikan tingkat spesialisasi aktivitas tersebut. Dengan adanya struktur organisasi, stabilitas dan komunitas organisasi tetap bertahan.

Struktur Organisasi pada PT Teknindo Global Jaya memakai struktur organisasi garis. Didalam bentuk organisasi garis, tanggungjawab dan kekuasaan dari tingkat atas ke bawah berdasarkan tanggung jawabnya masing-masing. Ciri-ciri organisasi lini / garis adalah jabatan yang tercantum di dalam bagian organisasi terletak pada satu garis vertikal. Biasanya diterapkan pada perusahaan kecil yang sedang berkembang.

Di dalam organisasi dikenal beberapa bentuk organisasi atau lebih tepat disebut struktur organisasi, yaitu: Organisasi Garis, Organisasi Fungsional, Organisasi Garis dan Staff, Organisasi Gabungan dan matriks. Organisasi Garis merupakan bentuk organisasi ini merupakan bentuk yang paling sederhana.

Organisasi Garis dan staff. Jika suatu organisasi telah berkembang semakin besar, mungkin sekali akan timbul berbagai kesulitan bagi seseorang pemimpin untuk mengambil keputusan, sehingga ia merasa perlu meminta bantuan kepada orang lain yang merasa lebih mampu. Oleh sebab itu, dibentuklah staf penasihat yang merupakan kumpulan orang-orang ahli dalam bidang-bidang tertentu. Didalam organisasi yang kompleks, pimpinan biasanya mendelegasikan wewenang kepada para staff sesuai dengan bidang masing-masing untuk memberikan perintah atau instruksi kepada bawahan atas nama pimpinan.

Berikut ini adalah struktur organisasi PT Teknindo Global Jaya:



Gambar 4.2 STRUKTUR ORGANISASI PT TEKNINDO GLOBAL JAYA

(Sumber: PT Teknindo Global Jaya)

4.1.5 Job Description

Job description adalah sebuah kumpulan informasi jabatan dan disusun secara sistematis yang dapat mengidentifikasi dan menguraikan suatu jabatan atau posisi tertentu. *Job description* membuat status setiap jabatan menjadi jelas akan fungsi dan perannya, hasilnya, serta tanggung jawabnya. Dari struktur organisasi diatas, maka *job description* dari masing - masing pekerjaan adalah:

1. Direktur Utama, Tugas:
 - a. Bertanggung jawab terhadap semua aktivitas yang berlangsung di perusahaan.
 - b. Memimpin dan mengendalikan aktivitas perusahaan.
 - c. Berkoordinasi dengan semua kepala divisi untuk menentukan target produksi.
 - d. Bertanggung jawab terhadap kemajuan sumber daya manusia yang ada di perusahaan.
 - e. Memastikan kebutuhan pelanggan telah tercapai
 - f. Berkewajiban menentukan harga jual produk atas dasar *cost estimate* dari *finance*.
2. *Manager*, Tugas:
 - a. Bertanggung jawab kepada Direktur Utama dalam hal penanganan Sistem Manajemen Mutu serta Manajemen Lingkungan.
 - b. Menentukan dan menetapkan efisiensi perusahaan.
 - c. Bertanggung jawab terhadap kemajuan sumber daya manusia kepada Direktur Utama
3. *Assistan Manager*, Tugas :
 - a. Bertanggung jawab terhadap target hasil produksi serta kualitas produk yang dihasilkan.
 - b. Berkoordinasi dengan bagian *marketing* dalam hal penentuan jenis produksi.
 - c. Bertanggung jawab terhadap pemakaian-pemakaian bahan kimia serta efisiensi pada bagian produksi. Mutu produk yang akan dikirim ke pelanggan
 - d. Penghentian proses produksi, jika ditemukan ketidaksesuaian pada proses.

- e. Keakurasian alat ukur/tes yang digunakan
 - f. Mutu barang yang masuk
 - g. Penentuan kualifikasi personel dibagiannya.
4. *Staff engineering*, tanggung jawab dan tugasnya :
- a. Memberikan petunjuk kepada tim, dalam melaksanakan pekerjaan pengawasan teknis segera setelah kontrak fisik ditandatangani.
 - b. Memberikan petunjuk kepada tim dalam melaksanakan pekerjaan, untuk menyiapkan desain secara terinci atas usulan desain, termasuk data pendukung yang diperlukan.
 - c. Menjamin bahwa semua isi dari kerangka acuan pekerjaan ini akan dipenuhi dengan baik yang berkaitan dengan pelaksanaan pekerjaan serta pemeliharaan jalan.
 - d. Bekerjasama dengan pihak pemberi tugas sehubungan dengan pekerjaan.
5. *Staff Procurement* tanggung jawab dan wewenangnya adalah:
- a. Bertanggung jawab atas fungsi operasional manajemen sumber daya manusia (lingkup pengadaan, pelatihan dan pemeliharaan).
 - b. Bertanggung jawab atas pembuatan dan penyempurnaan kebijakan dan prosedur perusahaan.
 - c. Berwenang memberi sanksi kepada karyawan yang melanggar sistem mutu.
 - d. Bertanggung jawab mengelola fungsi perizinan.
 - e. Bertanggung jawab mengelola fungsi umum lainnya.
 - f. Bertanggung jawab fungsi transportasi.
6. *Staff accounting*, tugasnya adalah:
- a. Membantu pengelolaan Kas Kecil.
 - b. Memeriksa rangkuman kas kecil untuk memastikan penggunaan dan ketersediaan kas kecil yang efektif.
 - c. Bertanggung jawab atas fungsi sistem penggajian.

- d. Menginput penerimaan pembayaran dari pelanggan, dan pembayaran ke *supplier* dengan tepat waktu dan akurat untuk memastikan ketepatan waktu dan keakuratan penerimaan maupun pembayaran.
 - e. Menerima dan menjawab telepon berkaitan dengan informasi akan produk tersebut
 - f. Membuat , mencetak tagihan dan surat tagihan untuk memastikan tagihan terkirim kepada pelanggan dengan benar dan tepat waktu.
 - g. Membuat, memeriksa dan mengarsip faktur, nota *supplier* untuk memastikan status hutang/piutang.
7. *Production Planning and Inventory Control* (PPIC), bertanggung jawab terhadap:
- a. Tersedianya *material* produksi sesuai dengan persyaratan yang telah ditentukan
 - b. Perencanaan program produksi dan pengendaliannya dengan memperhatikan stok dan jadwal pengiriman yang telah ditetapkan
 - c. Pembuatan program produksi, seperti *core*, *hand mould*, *shoot blast* dan *finishing*.
8. *Staff Administrasi*, bertanggung jawab terhadap:
- a. Mengagendakan Surat Masuk dan Surat Keluar.
 - b. Mengarsip Surat Masuk dan Surat Keluar.
 - c. Mempersiapkan Rapat/Pertemuan rutin/Diskusi (mempersiapkan ruangan, mengurus snack/konsumsi dan penerima tamu).
 - d. Memonitor kebutuhan-kebutuhan ATK, peralatan kebersihan, dan keamanan kantor serta layanan photo copy.
 - e. Bertanggung jawab mengelola fungsi rumah tangga.
 - f. Bertanggung jawab mengelola fungsi pemeliharaan kebersihan pabrik/kantor
 - g. Menjadwalkan kegiatan Direktur Utama.
 - h. Menangani pengiriman Kartu Ucapan Lebaran, Natal, dan Tahun Baru untuk relasi-relasi.

9. Kepala Mechanic System & Ka. Mechanic bubut bertanggung jawab terhadap:
 - a. Pengembangan sistem *maintenance* dan *engineering* untuk menjamin mesin dan peralatan produksi dapat dioperasikan sesuai dengan jadwal dan *standard* mutu yang telah ditetapkan
 - b. Pengawasan kegiatan *maintenance* pada mesin dan peralatan produksi untuk mencegah dan meminimalisasi timbulnya kerusakan pada saat mesin dan peralatan beroperasi.
10. Driver bertanggung jawab terhadap :
 - a. Bertanggung jawab fungsi transportasi
 - b. Bertugas sebagai divisi pengiriman barang ke *customer*
 - c. Sebagai alat transportasi memuat barang dari *supplier*

4.2 Bidang personalia

Dalam bidang personalia di perusahaan PT TEKNINDO GLOBAL JAYA pengelolaannya dilakukan oleh pemilik perusahaan itu sendiri, karena perusahaan tidak memiliki karyawan khusus yang bertugas menangani bagian personalia.

4.2.1 Ketenagakerjaan dan Kesejahteraan Karyawan

4.2.1.1 Ketenagakerjaan

Undang-undang RI Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan menyebutkan bahwa ketenagakerjaan adalah segala hal yang berhubungan dengan masalah tenaga kerja pada waktu sebelum, selama, dan sesudah masa kerja. Ketenagakerjaan merupakan masalah yang berhubungan erat dengan pengelolaan ketenagakerjaan dan kepegawaian dengan tujuan akhir untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk serta berhasil tidaknya pelaksanaan bisnis yang ditetapkan oleh perusahaan.

4.2.1.2 Waktu Kerja dan Jumlah Karyawan

A. Jam Kerja

Jam kerja pada PT TEKNINDO GLOBAL JAYA adalah sebagai berikut:

Hari Kerja	:	Senin – Sabtu
Jam Kerja	:	08.00 s.d. 16.00 WIB (Senin – Jumat)
	:	08.00 s.d. 12.00 WIB (hari Sabtu)
Istirahat	:	12.00 s.d. 13.00 WIB
Jam lembur	:	16.00 s.d. 20.00 WIB (Senin – Jumat)
	:	12.00 s.d. 16.00 WIB (hari Sabtu)

Hari kerja efektif pada PT TEKNINDO GLOBAL JAYA adalah hari Senin-Sabtu, jam kerja di mulai dari pukul 08.00 s.d. 16.30 dengan 1x waktu istirahat yaitu pukul 12.00 s.d. 13.00 untuk istirahat makan siang + sholat untuk karyawan yang beragama Islam. PT TEKNINDO GLOBAL JAYA juga menerapkan waktu lembur

ketika pesanan barang meningkat. Hari Senin - Jumat dan hari sabtu adalah hari lembur sedangkan jam lembur di mulai dari pukul 16.00 s.d. 20.00 dan pada hari Sabtu pukul 12.00 s.d. 16.00.

Total keseluruhan tenaga kerja di PT TEKNINDO GLOBAL JAYA adalah 19 orang, dengan jumlah laki-laki sebanyak 17 orang dan perempuan sebanyak 2 orang tenaga kerja.

Tenaga kerja perempuan itu mempunyai tugas pada bagian Staff Accounting dan Staff Administrasi, sedangkan tenaga kerja laki-laki mempunyai tugas pada bagian produksi, gudang, *driver*, operator mesin, dan ada juga di bagian *office*.

4.2.1.3 Kesejahteraan Karyawan

Pimpinan PT TEKNINDO GLOBAL JAYA memperhatikan kesejahteraan karyawan untuk meningkatkan semangat kerja. Kebijakan yang selama ini telah dilakukan pimpinan perusahaan, antara lain:

- Memberikan tunjangan lembur yang berbeda beda sesuai dengan kebijakan perusahaan di mana perhitungan uang lembur pada hari senin sampai jumat , 1 jam pertama di kali 1,5 dan jam ke 2 dan 3 di kali 2 , sedangkan di untuk hari libur perhitungannya sesuai dengan ketentuan perusahaan di mana 6 hari kerja dan perhitungan jika karyawan mengambil lembur di hari libur makan dapat di hitung 7 jam pertama di kali 2 , jam ke 8 di kali 3 dan jam ke 9 dan 10 di kali 4 maka dengan begitu kita tidak dpat menentukan besar nya gaji karyawan di karena jam lembur dan besar upah yang berbeda.
- Memberikan minuman susu kaleng sebanyak 4 kaleng setiap sebulan sekali
- Memberikan tunjangan hari raya (THR) sebesar 2x gaji pokok.
- Memberikan tunjangan kesehatan.

4.2.1.4 Kondisi Keselamatan Kerja

Kondisi keselamatan kerja di PT TEKNINDO GLOBAL JAYA menjadi prioritas utama. Karena kondisi di lapangan kerja yang secara umum menggunakan mesin produksi yang tingkat kecelakaannya tinggi. Oleh sebab itu PT Teknindo Global Jaya memberikan alat perlengkapan keselamatan kerja untuk di bagian produksi, antara lain :

- a Helm Kerja
- b Sarung Tangan Kerja
- c Sepatu Kerja
- d Kaca Mata Kerja
- e Earplug

Alat – alat perlengkapan tersebut di berikan kepada karyawan yang di bidang produksi untuk menekan angka kecelakaan dan untuk mengurangi tingkat resiko kecelakaan. PT Teknindo Global Jaya mewajibkan seluruh karyawan yang berada di bidang produksi untuk memakai perlengkapan kerja. Yang bertanggung jawab dengan alat – alat perlengkapan adalah inventaris kantor/staff administrasi.

PT Teknindo Global Jaya memperhatikan kecakapan kerja dengan memberikan seragam 3 (tiga) stel pakaian kerja untuk masing masing karyawan yang berada di bidang produksi. Sedangkan karyawan yang berada di kantor / staff hanya di wajibkan memakai pakaian kemeja rapih dan tidak ada criteria khusus yang melambangkan perusahaan yang terpenting adalah pakaian yang sopan dan rapih.

Di bidang produksi tingkat pencahayaannya sudah cukup dengan hanya membuka jendela dan pintu karena jendelanya cukup besar sehingga pencahayaan di dalam ruang produksi cukup terang.

Kondisi Lingkungan kerja PT Teknindo Global jaya sudah cukup kondusif. Karena setiap sebelum masuk kerja dan setelah jam kerja para karyawan melakukan bersih – bersih di bagian produksi dan di dalam kantor sehingga para kartawan dapat bekerja dengan nyaman.

Mesin – mesin bubut yang mengeluarkan serpihan bahan baku juga sangat berbahaya. Oleh karena itu PT Teknindo Global Jaya memberikan kaca mata kerja untuk karyawan di bidang produksi untuk melindungi mata dari serpihan tersebut.

4.3 Bidang Pemasaran

Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan.

Pada umumnya, dalam pemasaran perusahaan berusaha menghasilkan laba dari penjualan barang dan jasa yang diciptakan untuk memenuhi kebutuhan pembeli.

4.3.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.3.1.1 Produk yang Dipasarkan

Barang atau produk adalah suatu sifat yang kompleks baik dapat diraba maupun tidak dapat diraba, termasuk bungkus, warna, harga, *prestise* perusahaan dan pengecer, pelayanan perusahaan dan pengecer. Yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan atau kebutuhannya. Produk tidak hanya benda benda fisik, apa saja yang berkemampuan untuk memenuhi kebutuhan dapat dinamakan produk. Disamping barang dan jasa, yang termasuk produk adalah manusia, tempat, organisasi kegiatan dan gagasan.

Teknindo Global Jaya bergerak dalam bidang produksi *mining manufacturing* dalam kegiatan sehari-harinya PT TEKNINDO GLOBAL JAYA memproduksi 2 jenis produk *water canon* yaitu: ukuran MM 40 dan MM 65 untuk *water cannon*. Selain itu produk yang dihasilkan perusahaan ini juga terbuat dari bahan-bahan yang berkualitas, yang menjadikannya lebih awet, tidak mudah rusak dan tahan lama.

Tabel 4.1 Data Produk Jual

No	Jenis Produk	Keterangan
1	<p><i>Water cannon</i> MM 65</p> 	<p><i>Water cannon</i> MM 65 merupakan alat untuk meneruskan tekanan air hingga 10 Bar di gunakan di bagian sisi depan atau belakang truk , dan memiliki dimensi 65 mm (2½’’)</p>
2	<p><i>Water cannon</i> MM 40</p> 	<p><i>Water cannon</i> MM 40 merupakan alat untuk meneruskan tekanan air hingga 7 Bar di gunakan di bagian sisi depan atau belakang truk , dan memiliki dimensi 40 mm (1½’’)</p>

(Sumber : PT TEKNINDO GLOBAL JAYA)

4.3.2 Wilayah Pemasaran

Wilayah pemasaran *Water cannon* PT TEKNINDO GLOBAL JAYA baru meliputi wilayah Jakarta dan Kalimantan.

4.3.3 Segmentasi Pasar

Pada PT TEKNINDO GLOBAL JAYA ini segmentasi pasarnya yaitu perusahaan yang bergerak di sektor perkebunan dan pertambangan, serta pemadam kebakaran. Dengan melaksanakan segmentasi pasar, kegiatan pasar dapat dilakukan lebih terarah dan sumber daya yang dimiliki perusahaan dapat digunakan secara lebih efektif dan efisien dalam rangka memberikan kepuasan pelanggan.

4.3.4 Saluran Distribusi

Suatu barang tidak bergerak secara otomatis dari produsen ke konsumen. Oleh karena itu, setelah barang selesai dibuat dan siap dipasarkan, tahap berikutnya adalah menentukan metode dan cara yang akan dipakai untuk menyalurkan barang tersebut ke pasar, namun kita selaku produsen tidak dapat mengontrol alur distribusi ini karena pembeli yang datang bukan hanya konsumen, selain itu ada juga beberapa pedagang besar dan pengecer yang datang untuk membeli barang hasil produksi.

Berikut adalah saluran distribusi yang digunakan PT TEKNINDO GLOBAL JAYA dalam memasarkan produknya:

1)

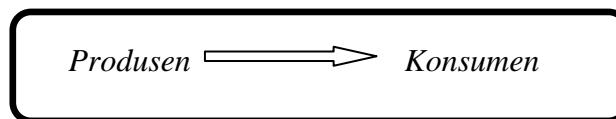


Gambar 4.3 Saluran Distribusi PT TEKNINDO GLOBAL JAYA

(Sumber : PT TEKNINDO GLOBAL JAYA)

Saluran distribusi dari ke produsen lalu kepada konsumen merupakan saluran distribusi sederhana, dimana produsen menyalurkan barangnya ke distributor lalu distributor menjualnya kekonsumen. Oleh karena itu saluran ini disebut saluran distribusi tidak langsung. Produsen dalam arti PT Teknindo Global Jaya menyetok atau mengirim produk ke toko di kawasan Jakarta dan Kalimantan untuk bias menjangkau konsumen di daerah tersebut

2)



Gambar 4.4 Saluran Distribusi PT TEKNINDO GLOBAL JAYA

(Sumber : PT TEKNINDO GLOBAL JAYA)

Saluran distribusi dari produsen lalu kepada konsumen merupakan saluran distribusi sederhana, dimana produsen menyalurkan barangnya langsung kekonsumen tanpa menggunakan perantara. Oleh karena itu saluran ini disebut saluran distribusi langsung. Dalam hal ini perusahaan mengirimkan produk langsung kepada konsumen

yang sudah bekerja sama dengan PT Teknindo Global Jaya atau biasa disebut workshop dan juga melalui toko *online*. Pada perusahaan ini memasang iklan di *bukalapak.com*, *indotrading.com* dan *indonetwork.co.id*.

4.3.5 Penjualan

PT TEKNINDO GLOBAL JAYA dalam melakukan penjualannya yaitu dengan menjual produk tersebut langsung ke konsumen. Hal ini dilakukan agar konsumen dapat dengan mudah mendapatkan produk dari PT TEKNINDO GLOBAL JAYA

Data penjualan *water cannon* tahun 2012-2016 :

Tabel 4.2 Data penjualan Water cannon MM 40 dalam semester

Tahun	Semester	Water Cannon MM 40		
		Unit terjual	Harga Per unit (Rp)	Total (Rp)
2012	1	65	6.000.000	390.000.000
	2	65	6.000.000	390.000.000
2013	1	72	6.000.000	432.000.000
	2	72	6.000.000	432.000.000
2014	1	83	6.000.000	498.000.000
	2	83	6.000.000	498.000.000
2015	1	71	7.500.000	532.500.000
	2	71	7.500.000	532.500.000
2016	1	85	7.500.000	637.500.000
	2	85	7.500.000	637.500.000
Total Penjualan tahun 2012 sampai dengan 2016				4.980.000.000

(Sumber : PT TEKNINDO GLOBAL JAYA)

Tabel 4.3 Data penjualan Water cannon MM 65 dalam semester

Tahun	Semester	Water Cannon MM 65		
		Unit terjual	Harga Per unit (Rp)	Total (Rp)
2012	1	58	12.000.000	696.000.000
	2	58	12.000.000	696.000.000
2013	1	64	12.000.000	768.000.000
	2	64	12.000.000	768.000.000
2014	1	66	12.000.000	792.000.000
	2	66	12.000.000	792.000.000
2015	1	63	13.500.000	850.500.000
	2	63	13.500.000	850.500.000
2016	1	71	13.500.000	958.500.000
	2	71	13.500.000	958.500.000
Total Penjualan tahun 2012 sampai dengan 2016				8.130.000.000

(Sumber : PT TEKNINDO GLOBAL JAYA)

4.3.6 Promosi (promotion)

Suatu usaha dari pemasar dalam menginformasikan dan mempengaruhi orang atau pihak lain sehingga tertarik untuk melakukan transaksi atau pertukaran produk barang atau jasa yang dipasarkannya. Suatu produk yang memiliki kualitas tinggi dan harga yang murah, namun tidak dikenal oleh pasar maka segala kelebihan yang dimiliki oleh produk tersebut menjadi sia-sia.

Promotion Mix dilakukan melalui beberapa cara, antara lain penjualan langsung, *word of mouth*, iklan dan publisitas. PT TEKNINDO GLOBAL JAYA menggunakan *promotion mix* untuk mengenalkan produknya melalui cara berikut :

4.3.6.1 Pameran

Pameran PT Teknindo Global Jaya memperkenalkan suatu produk melalui komunikasi langsung (tatap muka) konsumen tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Melalui acara pameran yang di selenggarakan oleh pemerintah di sektor mining yang diadakan dua kali dalam setahun. Pameran PT Teknindo Global Jaya

dilakukan oleh Pak Joko waluyo selaku direktur utama di perusahaan tersebut. Dalam usaha mempromosikan produk tersebut pak Joko Waluyo dan Pak Irfan melakukan penjualan secara langsung dengan calon *customer* dengan memberikan katalog produk beserta brosurnya.



Gambar 4. 5 Foto pameran PT Teknindo Global Jaya

4.3.6.2 Brosur dan Kartu Nama

Dalam kegiatan periklanan / promosi yang dilakukan oleh PT TEKNINDO GLOBAL JAYA salah satunya adalah dengan menggunakan Brosur dan Kartu nama. Kegiatan ini biasanya dilakukan saat PT TEKNINDO GLOBAL JAYA mengikuti pameran-pameran.

Tabel 4.4 Harga pameran pertahun (dalam Rupiah)

Tahun	Semester	Biaya Pameran per semester				Jumlah
		Brosur	Kartu Nama	Sewa Stand	Biaya gaji tak Langsung	
2012	1	400.000	300.000	2.000.000	1.300.000	4.000.000
	2	400.000	300.000	2.000.000	1.300.000	4.000.000
2013	1	400.000	300.000	2.000.000	1.600.000	4.300.000
	2	400.000	300.000	2.000.000	1.600.000	4.300.000
2014	1	400.000	300.000	2.000.000	1.900.000	4.600.000
	2	500.000	300.000	2.000.000	1.900.000	4.700.000
2015	1	800.000	400.000	4.000.000	2.200.000	7.400.000
	2	1.000.000	500.000	4.000.000	2.200.000	7.700.000
2016	1	1.000.000	700.000	4.000.000	2.500.000	8.200.000
	2	1.000.000	700.000	4.000.000	2.500.000	8.200.000

(Sumber : PT TEKNINDO GLOBAL JAYA)

4.3.7 Pembungkusan

Pembungkusan mempunyai peranan penting dalam pemasaran yang dilakukan perusahaan. Karena dengan pembungkusan yang berkualitas maka permintaan produk akan meningkat dan dapat meyakinkan konsumen terhadap produk yang dibelinya. Kemasan yang digunakan oleh PT TEKNINDO GLOBAL JAYA yaitu plat stainless, dimana terdapat logo perusahaan. Proses pengemasan dilakukan secara manual oleh karyawan bagian produksi, sehingga lebih mudah mengontrol kebersihan pada proses pengemasan.



Gambar 4.6 Pembungkusan

(Sumber : PT TEKNINDO GLOBAL JAYA)

Data biaya packaging Water cannon:

Tabel 4.5 biaya packaging Water cannon MM 40 (Dalam Rupiah)

Water cannon MM 40				
Tahun	Semester	Harga Kardus (Rp)	jumlah Kardus	Total Biaya (Rp)
2012	1	24.000	65	1.560.000
	2	24.000	65	1.560.000
2013	1	27.000	72	1.944.000
	2	27.000	72	1.944.000
2014	1	30.000	83	2.490.000
	2	30.000	83	2.490.000
2015	1	33.000	71	2.343.000
	2	33.000	71	2.343.000
2016	1	36.000	85	3.060.000
	2	36.000	85	3.060.000

(Sumber : PT TEKNINDO GLOBAL JAYA)

Tabel 4.6 biaya packaging Water cannon MM 65 (Dalam Rupiah)

Water cannon MM 65				
Tahun	Semester	Harga Kardus (Rp)	jumlah Kardus	Total Biaya (Rp)
2012	1	66.000	58	3.828.000
	2	66.000	58	3.828.000
2013	1	66.000	64	4.224.000
	2	66.000	64	4.224.000
2014	1	72.000	66	4.752.000
	2	72.000	66	4.752.000
2015	1	75.000	63	4.725.000
	2	75.000	63	4.725.000
2016	1	81.000	71	5.751.000
	2	81.000	71	5.751.000

(Sumber : PT TEKNINDO GLOBAL JAYA)

Tabel 4.7 biaya *packaging Buble Warp* (Dalam Rupiah)

Plastik Buble Warp				
Tahun	Semester	Harga plastik/ rol	Jumlah Plastik /rol	Total Biaya (Rp)
2012	1	570.000	2	1.140.000
	2	570.000	2	1.140.000
2013	1	630.000	2	1.260.000
	2	630.000	2	1.260.000
2014	1	630.000	2	1.260.000
	2	630.000	2	1.260.000
2015	1	660.000	2	1.320.000
	2	660.000	2	1.320.000
2016	1	690.000	2	1.380.000
	2	690.000	2	1.380.000

(Sumber : PT TEKNINDO GLOBAL JAYA)

Tabel 4.8 biaya *packaging Label Water cannon* (Dalam Rupiah)

Label Water cannon				
Tahun	Semester	Harga Label	Jumlah Label	Total Label (Rp)
2012	1	42.000	123	5.166.000
	2	42.000	123	5.166.000
2013	1	42.000	136	5.712.000
	2	42.000	136	5.712.000
2014	1	45.000	149	6.705.000
	2	45.000	149	6.705.000
2015	1	51.000	134	6.834.000
	2	51.000	134	6.834.000
2016	1	60.000	156	9.360.000
	2	60.000	156	9.360.000

(Sumber : PT TEKNINDO GLOBAL JAYA)

4.3.8 Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran adalah semua biaya yang sejak saat produk selesai diproduksi dan disimpan dalam gudang sampai dengan produk tersebut berubah kembali dalam bentuk uang tunai.

Tabel 4.9 Biaya Pemasaran (Dalam Rupiah)

KETERANGAN	Tahun (Rp)				
	2012	2013	2014	2015	2016
A. Gaji/upah divisi pemasaran					
Pemasaran	48.800.000	51.450.000	54.750.000	59.350.000	64.500.000
Driver	20.400.000	21.600.000	24.000.000	27.600.000	27.600.000
Total biaya Gaji pemasaran	69.200.000	73.050.000	78.750.000	86.950.000	92.100.000
B. Biaya operasi Kendaraan					
Bahan Bakar	8.450.000	8.800.000	9.250.000	8.500.000	9.700.000
Service kendaraan	2.500.000	2.500.000	3.000.000	4.000.000	4.000.000
Total Biaya Operasi	10.950.000	11.300.000	12.250.000	12.500.000	13.700.000
C. Biaya pengemasan					
kardus	10.776.000	12.336.000	14.484.000	14.136.000	17.622.000
Label	10.332.000	11.424.000	13.410.000	13.668.000	18.720.000
Plastik	2.280.000	2.520.000	2.520.000	2.640.000	2.760.000
Total Biaya Pengemasan	23.388.000	26.280.000	30.414.000	30.444.000	39.102.000
D. Biaya Promosi					
internet	5.400.000	5.400.000	6.000.000	6.000.000	7.200.000
Brosur	800.000	800.000	900.000	1.800.000	2.000.000
Kartu nama	600.000	600.000	600.000	900.000	1.400.000
Pameran	6.600.000	7.200.000	11.100.000	12.400.000	13.000.000
Total biaya promosi	13.400.000	14.000.000	18.600.000	21.100.000	23.600.000
TOTAL BIAYA PEMASARAN	116.938.000	124.630.000	140.014.000	150.994.000	168.502.000

(Sumber : pengolahan Data)

4.4 Bidang Produksi

Dalam bidang produksi ini produk merupakan suatu sifat yang kompleks, baik dapat diraba maupun yang tidak dapat diraba, termasuk bungkus, warna, harga, *prestige* perusahaan dan pengecer, pelayanan perusahaan dan pengecer, Yang diterima oleh pembeli untuk memenuhi keinginan atau kebutuhannya.

Pada PT TEKNINDO GLOBAL JAYA ini memproduksi jenis produk *water cannon* dengan berbagai macam variasi.

A. *Water cannon* MM 40



Gambar 4.7 *Water cannon* MM 40

(Sumber : PT TEKNINDO GLOBAL JAYA)

Water cannon MM 40 merupakan alat untuk meneruskan tekanan air hingga 7 Bar di gunakan di bagian sisi depan atau belakang truk , yang terbuat dari besi pipa pilihan terbaik agar kualitas menjadi yang terbaik di kelasnya dan memiliki dimensi 40 mm (1½’’)

B. *Water cannon* MM 65



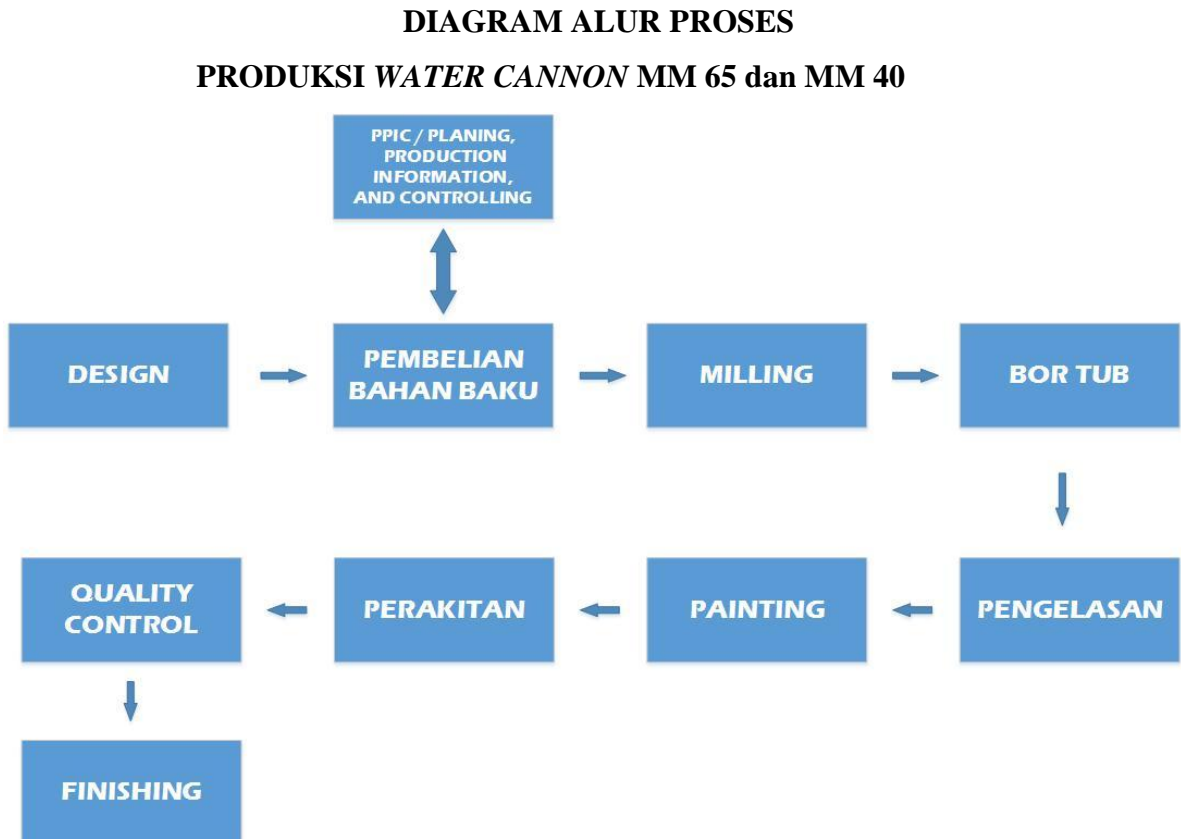
Gambar 4.8 *Water cannon* MM 65

(Sumber : PT TEKNINDO GLOBAL JAYA)

Water cannon MM 40 merupakan alat untuk meneruskan tekanan air hingga 10 Bar di gunakan di bagian sisi depan atau belakang truk ,yang terbuat dari besi pipa pilihan terbaik agar kualitas menjadi yang terbaik di kelasnya dan memiliki dimensi 65 mm (2½’’)

4.4.1 Diagram Alur Proses Produksi *Water cannon*

Proses Produksi adalah proses perubahan masukan menjadi keluaran.



Gambar 4.9 Diagram Alur Proses Produksi *Water cannon*

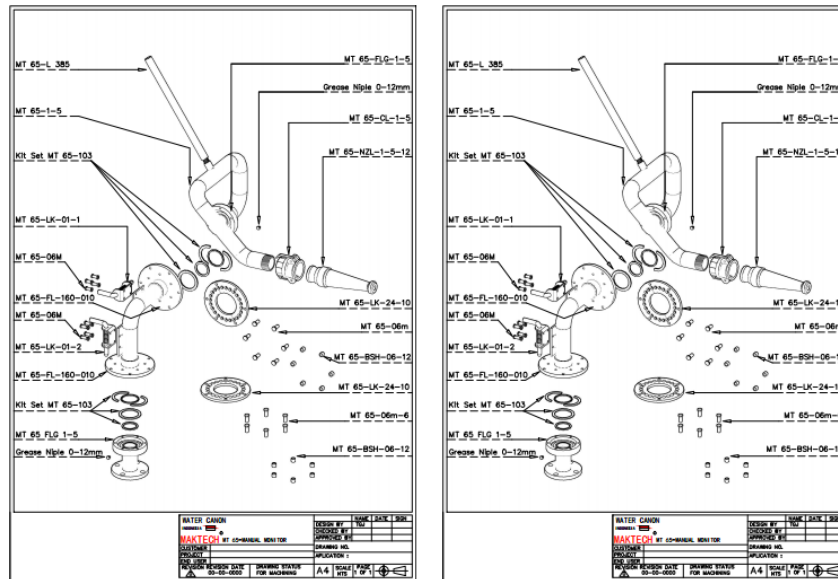
(Sumber : PT TEKNINDO GLOBAL JAYA)

Berdasarkan diagram alur produksi diatas, dapat dijelaskan alur produksitersebut antara lain sebagai berikut:

1. Proses produksi yang pertama ialah Desain

Pembuatan desain merupakan proses produksi pertama dalam pembuatan *Water cannon* ukuran MM 65 dan MM 40 di PT Teknindo Global Jaya. Dalam Proses produksi ini di kerjakan oleh satu orang yang membuat

desain agar dalam proses pengerjaan (Pembutan flang , Bor tub , Pengeboran, dan pengelasan) agar ukuran sesuai dengan desain yang telah di berikan.



Gambar 4.10 Design *Water cannon* MM 40 & 65

(Sumber : PT TEKNINDO GLOBAL JAYA)

2. Pembelian Bahan Baku

Bahan baku merupakan material atau bahan dasar yang diperlukan untuk menghasilkan suatu produk tertentu setelah melewati suatu proses tertentu. Bahan baku terdiri dari bahan mentah, barang setengah jadi dan barang jadi. Penanggung jawab atas ketersediaan bahan baku proses produksi di PT Teknindo Global Jaya adalah PPIC. PPIC bertanggung jawab dengan membeli bahan baku dan mengontrol stok atau ketersediaan bahan baku di gudang bahan baku. Sehingga pada saat proses pengerjaan tidak ada kendala dengan bahan baku. Bahan baku di perusahaan ini merupakan proses produksi ke dua, dimana PT Teknindo Global Jaya melakukan pembelian bahan baku yaitu pipa hitam sebagai bahan dasar pembuatan *water cannon*.



Gambar 4.11 Bahan Baku *Water cannon*

(Sumber : PT TEKNINDO GLOBAL JAYA)

3. Miling

Miling merupakan proses kegiatan bahan baku yang berupa besi yang telah dipotong sesuai dengan desain yang sudah ditentukan dengan ukuran. Kemudian potongan besi tersebut di bubut dengan mesin bubut untuk membolongkan besi dan mengurangi ketebalan besi sesuai dengan ketentuan desain yang tersedia dan hasil akhir dari proses pembubutan ini tersedianya bahan baku yang akan di rakit bernama flang.



Gambar 4.12 Proses Pembubutan

(Sumber : PT TEKNINDO GLOBAL JAYA)

4. Pengeboran (Bor Tub)

Proses Bor Tub adalah dimana flang yang sudah di bubut , di lanjutkan proses pabrikan selanjutnya yaitu flang (bawah, tengah dan atas) di bor tub untuk membuat lubang pada flang tersebut. Flang bawah dan atas di Bor yang bertujuan untuk memasukan baut sebagai pengunci antar komponen dengan kerangka *Water cannon* dan flang tengah (flang Lock, di buat beberapa lubang yang Ber fungsi untuk untuk mengunci sesuai *Water cannon*).



Gambar 4.13 Proses Bor Tub

(Sumber : PT TEKNINDO GLOBAL JAYA)

5. Pengelasan

Proses pengelasan adalah proses pengelasan pipa - pipa yang sudah terpotong potong dan di bubut pada proses pembubutan. Dengan cara menyambung el bow dengan pipa lalu di las, setelah bagian ini di las lalu di lanjutkan dengan pengelasan bagian flang bawah dan flang atas. Setelah bagian ini sudah di las kemudian semua komponen di satukan dan las bagian pipa yang sudah terpasang *elbow* dan bagian flang.



Gambar 4.14 Proses Pengelasan

(Sumber : PT TEKNINDO GLOBAL JAYA)

6. Painting

Proses painting *Water cannon* terbagi menjadi beberapa tahap, yang pertama adalah pendempulan yang berfungsi agar bagian yang di las tidak terlihat dalam proses pendempulan membutuhkan waktu 30-50 menit hingga dempul kering. Tahap selanjutnya adalah pengecatan dasar menggunakan proxy dalam proses pengecatan dasar hingga menunggu kering membutuhkan waktu 3-4 jam . lalu setelah di lakukan pengecatan dasar di lanjutkan dengan pengecatan dengan warna merah sesuai dengan desain produk dalam pengecatan ini membutuhkan waktu 3-4 jam hingga cat itu kering . setelah itu di lanjutkan dengan *vernes* yang berfungsi untuk memberikan kesan mengkilap dan untuk menghambat proses pengkaratan



Gambar 4.15 Proses Painting

(Sumber : PT TEKNINDO GLOBAL JAYA)

7. Perakitan

Proses Perakitan merupakan tahap memasang semua bagian *water cannon* setelah selesai dari proses painting, *Water cannon* lalu di rakit dengan memasang flang bawah, flang tengah, flang atas, pipa soket, *came lock*, dan nozzle.



Gambar 4.16 Proses Perakitan

(Sumber : PT TEKNINDO GLOBAL JAYA)

8. *Quality Control*

Proses ini merupakan pengecekan terhadap produk apakah sudah layak untuk di jual atau masih harus memasuki tahap perbaikan. Dengan cara memasang dua bagian *water cannon* di mesin kompresor dan memberikan tekanan angin di dua

4.5 Bidang Keuangan

Keuangan di PT. Nusa Indah Jaya Utama dipegang oleh Ibu Eko Sulastri selaku *Staff Accounting*. Sebagai manajer keuangan, tugas dan tanggung jawab yang harus dilakukan yaitu:

- a Bertanggung jawab penuh atas keluar masuk aliran kas/uang
- b Melaporkan dana dan membayarkan pajak perusahaan kepada kantor pajak setempat sesuai dengan neraca rugi laba yang telah disetujui oleh direktur.
- c Bekerja sama dengan bagian penjualan dalam hal neraca rugi laba tahunan

Aspek ini hanya diuraikan ringkas mungkin karena pengembangan usaha yang telah ditekankan pada sumber daya manusia akan mendukung aspek lainna termasuk aspek keuangan.

Tabel 4.10 Asset Perusahaan

Keterangan	unit	satuan	Harga	Jumlah
Mesin				
Mesin Bubut Magnum Tech 2010	1	unit	120.000.000	120.000.000
Mesin Bubut Magnum Tech 2010	1	unit	110.000.000	110.000.000
Mesin Drilling dan Milling Eagle 2010	1	unit	95.000.000	95.000.000
Mesin Drilling dan Milling West Lake 2008	1	unit	25.000.000	25.000.000
Mesin Press 5 Ton	1	unit	15.000.000	15.000.000
Subtotal mesin				365.000.000
Peralatan				
Meja Stainles	3	unit	3.000.000	9.000.000
Las Argon 200A	1	unit	7.000.000	7.000.000
Kompresor	1	unit	3.600.000	3.600.000
Spray Gun		unit		

Keterangan	unit	satuan	Harga	Jumlah
	1		115.000	115.000
Stigmat	4	unit	195.000	780.000
Penggaris besi 30 cm	5	unit	8.000	40.000
penggaris besi 100 cm	1	unit	45.000	45.000
gunting	4	unit	5.000	20.000
cutter	5	unit	17.000	85.000
kaca Las	5	unit	10.000	50.000
Helm Las	5	unit	440.000	2.200.000
sarung tangan argon	6	unit	200.000	1.200.000
1 set Kunci L	3	unit	185.000	555.000
tool box	3	unit	2.900.000	8.700.000
holles pw	4	unit	45.000	180.000
grinda Potong	1	unit	3.000.000	3.000.000
Bench Grinder	1	unit	2.000.000	2.000.000
pel	2	unit	15.000	30.000
sapu	2	unit	25.000	50.000
ember	4	unit	40.000	160.000
Subtotal Peralatan				38.810.000
Kendaraan				
Mobil Avanza	2	unit	120.000.000	240.000.000
Motor Vario	1	unit	8.000.000	8.000.000

Keterangan	unit	satuan	Harga	Jumlah
Mobil Bak	1	unit	65.000.000	65.000.000
Motor Vega R	1	unit	4.000.000	4.000.000
Motor Beat	1	unit	8.000.000	8.000.000
Subtotal Kendaraan				325.000.000
Inventaris kantor				
Laptop	4	unit	4.000.000	16.000.000
Komputer + PC	1	unit	3.000.000	3.000.000
Printer Cannon	1	unit	1.000.000	1.000.000
Printer Epson	2	unit	2.000.000	4.000.000
Mesin Fax	1	unit	2.000.000	2.000.000
ATK (set)	4	unit	100.000	400.000
Lemari	1	unit	2.500.000	2.500.000
Dispenser	1	unit	250.000	250.000
Galon	2	unit	50.000	100.000
Telpon	2	unit	1.500.000	3.000.000
Meja Rapat	1	unit	1.390.000	1.390.000
Meja Kantor	4	unit	1.000.000	4.000.000
AC	3	unit	2.900.000	8.700.000
Sofa	1	unit	7.500.000	7.500.000
TV	1	unit	5.450.000	5.450.000
Subtotal Inventaris				59.290.000

Keterangan	unit	satuan	Harga	Jumlah
Asset tak terlihat				
Perizinan			15.000.000	15.000.000
subtotal perizinan				15.000.000
JUMLAH ASSET				803.100.000

Tabel 4.11 Biaya Penyusutan

Aktiva	Nilai Perolehan	Nilai Sisa	Umur ekonomis	Jumlah
Mesin	365.000.000	219.000.000	10	14.600.000
Peralatan	38.810.000	23.286.000	5	3.104.800
Kendaraan	325.000.000	195.000.000	5	26.000.000
Inventaris Kantor	59.290.000	35.574.000	5	4.743.200
Perizinan	15.000.000	9.000.000	5	1.200.000
Total Biaya Penyusutan				49.648.000

Tabel 4.12 Harga Pokok Penjualan Tahun 2012-2016

Keterangan	2012	2013	2014	2015	2016
A. PERSEDIAAN					
1. Persediaan Awal Bahan Baku	14.862.800	38.583.400	24.876.800	5.732.600	15.800.000
2. Pembelian Bahan Baku	134.335.000	160.055.000	164.117.000	179.710.000	226.101.000
3. Persediaan Bahan Baku Tersedia untuk produksi	149.197.800	198.638.400	188.993.800	185.442.600	241.901.000
4. persediaan Bahan Baku akhir tahun	38.583.400	24.876.800	5.732.600	15.800.000	44.768.800
Total Bahan Baku (A)	110.614.400	173.761.600	183.261.200	169.642.600	197.132.200
Biaya TK produksi					
1. Ka. produksi	28.800.000	31.200.000	34.800.000	39.600.000	39.600.000
2. TK langsung	68.400.000	75.600.000	82.800.000	93.600.000	100.800.000
Total Tenaga Kerja (B)	97.200.000	106.800.000	117.600.000	133.200.000	140.400.000
Biaya Overhead Pabrik pabrik					
1. Biaya Bahan Penolong	169.588.400	187.453.700	185.911.800	219.863.500	272.417.200
2. Biaya listrik	23.677.000	24.284.000	26.430.000	22.359.000	28.498.000
3. Biaya Telepon	4.200.000	4.550.000	4.800.000	5.000.000	5.400.000
4. Biaya Peny. Mesin	14.600.000	14.600.000	14.600.000	14.600.000	14.600.000
5. Biaya Pemeliharaan	3.400.000	3.400.000	3.400.000	3.400.000	3.400.000
6. Biaya peny Peralatan	3.104.800	3.104.800	3.104.800	3.104.800	3.104.800
Total BOP (C)	218.570.200	237.392.500	238.246.600	268.327.300	327.420.000

Keterangan	2012	2013	2014	2015	2016
TOTAL BIAYA PRODUKSI (A+B+C)	426.384.600	517.954.100	539.107.800	571.169.900	664.952.200
Persediaan barang dalam proses	-	-	-	-	-
Total persediaan siap proses	426.384.600	517.954.100	539.107.800	571.169.900	664.952.200
Persediaan akhir dalam proses	-	-	-	-	-
Harga Pokok Produksi	426.384.600	517.954.100	539.107.800	571.169.900	664.952.200
1. Persediaan awal barang jadi	22.000.000	32.000.000	38.500.000	43.500.000	65.500.000
2. Barang jadi siap jual (D)	448.384.600	549.954.100	577.607.800	614.669.900	730.452.200
3. Persediaan akhir barang jadi (E)	32.000.000	38.500.000	43.500.000	65.500.000	45.000.000
Harga Pokok Penjualan (D-E)	416.384.600	511.454.100	534.107.800	549.169.900	685.452.200

Tabel 4.13 Laba Rugi Tahun 2012-2016

Keterangan	2012	2013	2014	2015	2016
1. Penjualan	2.172.000.000	2.400.000.000	2.580.000.000	2.766.000.000	3.192.000.000
2. hpp	416.384.600	511.454.100	534.107.800	549.169.900	685.452.200
A. laba kotor	1.755.615.400	1.888.545.900	2.045.892.200	2.216.830.100	2.506.547.800
biaya usaha					
1. Biaya Pemasaran	116.938.000	124.630.000	140.014.000	150.994.000	168.502.000
2. biaya atk	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
3. biaya perizinan	-	-	-	-	4.000.000
4. penyusutan inventaris	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
5. Biaya penyusutan kendaraan	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000
6. sewa gedung	95.000.000	110.000.000	110.000.000	125.000.000	140.000.000
7. Biaya Gaji karyawan					
10. Biaya Gaji Assisten Manajer	36.000.000	36.000.000	42.000.000	48.000.000	48.000.000
11. Biaya Gaji staff Administrasi	19.200.000	19.200.000	21.600.000	24.000.000	24.000.000
12. Biaya Gaji Staff Acouting	24.000.000	26.400.000	30.000.000	33.600.000	33.600.000
13. Biaya Gaji PPIC					

Keterangan	2012	2013	2014	2015	2016
	27.600.000	30.000.000	33.600.000	37.200.000	42.000.000
B. total biaya	340.738.000	368.230.000	399.214.000	440.794.000	482.102.000
laba Sebelum Pajak (EBIT)	1.414.877.400	1.520.315.900	1.646.678.200	1.776.036.100	2.024.445.800
1. pajak pendapatan	141.487.740	152.031.590	164.667.820	177.603.610	202.444.580
2. pajak kendaraan	6.500.000	6.500.000	6.500.000	6.500.000	6.500.000
C. total pajak	147.987.740	158.531.590	171.167.820	184.103.610	208.944.580
laba bersih setelah pajak (EAT)(A+ B-C)	1.266.889.660	1.361.784.310	1.475.510.380	1.591.932.490	1.815.501.220

BAB V

PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis ingin menganalisis pengaruh variabel biaya packaging dan biaya pameran terhadap hasil penjualan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Data tentang ketiga variabel tersebut menggunakan $n = 10$ selama 10 semester dalam 5 tahun. Adapun data biaya packaging, biaya pameran dan hasil penjualan adalah sebagai berikut:

Tabel 5.1 Data Biaya Packaging, Biaya Pameran dan Hasil Penjualan (dalam rupiah)

Tahun	Semester	Biaya Packaging (X1)	Biaya Pameran (X2)	Hasil Penjualan (Y)
2012	1	11.694.000	4.000.000	1.086.000.000
	2	11.694.000	4.000.000	1.086.000.000
2013	1	13.140.000	4.300.000	1.200.000.000
	2	13.140.000	4.300.000	1.200.000.000
2014	1	15.207.000	4.600.000	1.290.000.000
	2	15.207.000	4.700.000	1.290.000.000
2015	1	15.222.000	7.400.000	1.383.000.000
	2	15.222.000	7.700.000	1.383.000.000
2016	1	19.551.000	8.200.000	1.596.000.000
	2	19.551.000	8.200.000	1.596.000.000
Total		149.628.000	57.400.000	13.110.000.000

1. Langkah-langkah membuat persamaan regresi berganda

a. Membuat tabel Penolong

Tabel 5. 2 Tabel Perhitungan untuk Mencari Nilai Konstanta b_1 , b_2 dan a

No.	X_1	X_2	Y	X_1^2	X_2^2	Y^2	X_1Y	X_2Y	X_1X_2
1	11.694	4.000	1.086.000	136.749.636	16.000.000	1.179.396.000.000	12.699.684.000	4.344.000.000	46.776.000
2	11.694	4.000	1.086.000	136.749.636	16.000.000	1.179.396.000.000	12.699.684.000	4.344.000.000	46.776.000
3	13.140	4.300	1.200.000	172.659.600	18.490.000	1.440.000.000.000	15.768.000.000	5.160.000.000	56.502.000
4	13.140	4.300	1.200.000	172.659.600	18.490.000	1.440.000.000.000	15.768.000.000	5.160.000.000	56.502.000
5	15.207	4.600	1.290.000	231.252.849	21.160.000	1.664.100.000.000	19.617.030.000	5.934.000.000	69.952.200
6	15.207	4.700	1.290.000	231.252.849	22.090.000	1.664.100.000.000	19.617.030.000	6.063.000.000	71.472.900
7	15.222	7.400	1.383.000	231.709.284	54.760.000	1.912.689.000.000	21.052.026.000	10.234.200.000	112.642.800
8	15.222	7.700	1.383.000	231.709.284	59.290.000	1.912.689.000.000	21.052.026.000	10.649.100.000	117.209.400
9	19.551	8.200	1.596.000	382.241.601	67.240.000	2.547.216.000.000	31.203.396.000	13.087.200.000	160.318.200
10	19.551	8.200	1.596.000	382.241.601	67.240.000	2.547.216.000.000	31.203.396.000	13.087.200.000	160.318.200
Σ	149.628	57.400	13.110.000	2.309.225.940	360.760.000	17.486.802.000.000	200.680.272.000	78.062.700.000	898.469.700

b. Menerapkan metode skor deviasi

$$\begin{aligned}
 1. \sum X_1^2 &= \sum X_1^2 - \frac{(\sum X_1)^2}{n} \\
 &= 2.309.225.940 - \frac{149.628^2}{10} \\
 &= 2.309.225.940 - \frac{22.388.538.384}{10} \\
 &= 2.309.225.940 - 2.238.853.838 \\
 &= 70.372.102
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 2. \sum X_2^2 &= \sum X_2^2 - \frac{(\sum X_2)^2}{n} \\
 &= 360.760.000 - \frac{57.400^2}{10} \\
 &= 360.760.000 - \frac{3.294.760.000}{10} \\
 &= 360.760.000 - 329.476.000 \\
 &= 31.284.000
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 3. \sum y^2 &= \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n} \\
 &= 17.486.802.000.000 - \frac{13.110.000^2}{10}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
&= 17.486.802.000.000 - \frac{171.872.100.000.000}{10} \\
&= 17.486.802.000.000 - 17.187.210.000.000 \\
&= 299.592.000.000
\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
4. \sum x_1y &= \sum X_1Y - \frac{(\sum X_1)(\sum Y)}{n} \\
&= 200.680.272.000 - \frac{(149.628)(13.110.000)}{10} \\
&= 200.680.272.000 - \frac{1.961.623.080.000}{10} \\
&= 200.680.272.000 - 196.162.308.000 \\
&= 4.517.964.000
\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
5. \sum x_2y &= \sum X_2Y - \frac{(\sum X_2)(\sum Y)}{n} \\
&= 78.062.700.000 - \frac{(57.400)(13.110.000)}{10} \\
&= 78.062.700.000 - \frac{752.514.000.000}{10} \\
&= 78.062.700.000 - 75.251.400.000 \\
&= 2.811.300.000
\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
6. \sum x_1 \cdot x_2 &= \sum X_1X_2 - \frac{(\sum X_1)(\sum X_2)}{n} \\
&= 898.469.700 - \frac{(149.628)(57.400)}{10} \\
&= 898.469.700 - \frac{8.588.647.200}{10} \\
&= 898.469.700 - 858.864.720 \\
&= 39.604.980
\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
7. \overline{X_1} &= \frac{\sum X_1}{n} & (\overline{X_1})^2 &= 14.963^2 \\
&= \frac{149.628}{10} & &= 223.885.384 \\
&= 14.963
\end{aligned}$$

$$\begin{aligned} 8. \quad \bar{X}_2 &= \frac{\Sigma X_2}{n} & (\bar{X}_2)^2 &= 5.740^2 \\ &= \frac{57.400}{10} & &= 32.947.600 \\ &= 5.740 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} 9. \quad \bar{Y} &= \frac{\Sigma Y}{n} & (\bar{Y})^2 &= 1.311.000^2 \\ &= \frac{13.110.000}{10} & &= 1.718.721.000.000 \\ &= 1.311.000 \end{aligned}$$

5.1 Analisis korelasi dan regresi linier sederhana secara parsial antara X_1 terhadap Y

- Nilai korelasi secara parsial antara X_1 terhadap Y

$$R_{X_1.Y} = \frac{n(\sum X_1 Y) - (\sum X_1)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X_1^2) - (\sum X_1)^2\}\{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

$$R_{X_1.Y} = \frac{10(4\,200.680.272.000) - (149.628)(13.110.000)}{\sqrt{\{10(2.309.225.940) - (149.628)^2\}\{10(17.486.802.000.000) - (13.110.000)^2\}}}$$

$$R_{X_1.Y} = \frac{2.006.802.720.000 - 1.961.623.080.000}{\sqrt{(703.721.016)(2.995.920.000.000)}}$$

$$R_{X_1.Y} = \frac{45.179.640.000}{45.916.139.496}$$

$$R_{X_1.Y} = 0,984$$

Berdasarkan data diatas korelasi secara parsial antara biaya packaging terhadap penjualan mempunyai hubungan kuat dan positif sebesar 0,984. Artinya variabel biaya packaging mempunyai hubungan yang sangat kuat dengan hasil penjualan

- Kontribusi yang diberikan secara parsial antara X_1 terhadap Y

$$KD = (R_{X_1.Y})^2 \times 100\%$$

$$KD = (0,984)^2 \times 100\%$$

$$= 96,8\%$$

Dari pengujian yang telah dilakukan menghasilkan nilai R sebesar 0,984, sehingga dapat dikatakan bahwa hasil pengujian yang dilakukan memberikan hasil baik. Hal ini menunjukkan bahwa 96,8% variasi dari hasil penjualan dapat dijelaskan oleh variabel biaya packaging . Sedangkan sekitar 3,2% lainnya dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.

- Uji signifikansi

Langkah-langkah menjawab:

- Membuat hipotesis dalam bentuk kalimat

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara biaya packaging terhadap hasil penjualan.

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara biaya packaging terhadap hasil penjualan.

- Membuat hipotesis dalam bentuk model statistik

Ho : $\beta_{j1} = 0$

Ha : $\beta_{j1} \neq 0$

- Menentukan taraf signifikan α

Pada kasus ini (α) = 5%

- Kaidah pengujian

Jika, $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka Ho diterima.

Jika, $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka Ho ditolak.

- Menghitung t_{hitung} dan t_{tabel}

a. Tahapan menentukan nilai t_{hitung}

- Menghitung nilai t_{hitung}

$$t_{hitung} = \frac{r_{x1.y} \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t_{hitung} = \frac{0,984 \sqrt{10-2}}{\sqrt{1-0,984^2}}$$

$$t_{hitung} = 15,601$$

b. Menentukan nilai t_{tabel}

Nilai t_{tabel} dapat dicari dengan menggunakan tabel t -student. Bila pengujian dua sisi, maka nilai α dibagi 2

Rumus:

$$t_{tabel} = t_{(\alpha/2)(n-2)}$$

$$t_{tabel} = t_{(0.05/2)(10-2)}$$

$$t_{(0.025)(8)} = 2.306$$

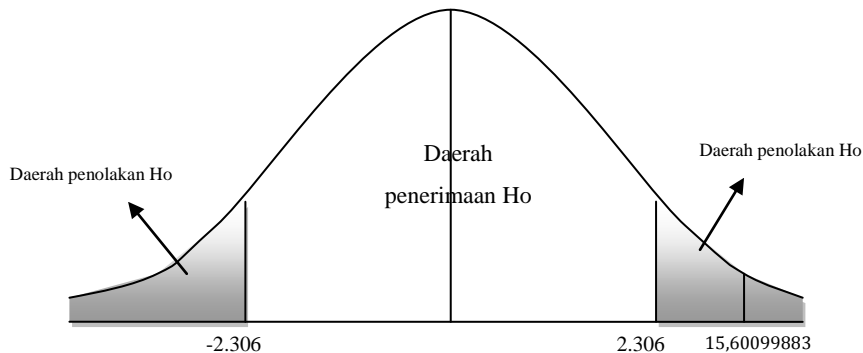
- Membandingkan t_{tabel} dan t_{hitung}

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

Ternyata: $-2.306 \leq 15,601 \geq 2.306$, sehingga H_0 ditolak

- Mengambil keputusan

Karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , maka tolak H_0 . Dengan demikian terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara biaya packaging terhadap hasil penjualan.



Gambar 5.1 Penentuan Daerah penolakan pada Uji-t antara variabel X_1 dan Y

Hasil uji t ini dapat menunjukkan bahwa variabel biaya packaging memiliki nilai t_{hitung} sebesar 15,601, sedangkan t_{tabel} pada taraf signifikansi sebesar $5\% / 2 = 2,5\%$ atau 0,025 dan degrees of freedom (df) = n-2 adalah

2.306 . Dengan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $(15,601 > 2.306)$ dengan $p < 0,05$ maka H_a diterima. Artinya biaya pakaging secara statistik berpengaruh signifikan terhadap hasil penjualan pada PT. Teknindo Global Jaya

- Perhitungan nilai persamaan antara X_1 terhadap Y

A. Mencari nilai konstanta b :

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

$$b = \frac{10 \times 200.680.272.000 - 149.628 \times 13.110.000}{10 \times 2.309.225.940 - 149.628^2}$$

$$b = \frac{45.179.640.000}{703.721.016}$$

$$b = 64,201$$

B. Mencari nilai konstanta a :

$$a = \frac{\sum Y}{n} - b \cdot \frac{\sum X}{n}$$

$$a = \frac{13.110.000}{10} - 64,201 \times \frac{149.628}{10}$$

$$a = \frac{795.182}{10}$$

$$a = 35.037,23$$

C. Membuat persamaan linier sederhana

$$Y = a + b \cdot X$$

$$Y = 35.037,23 + 64,201X_1$$

Persamaan diatas menunjukkan bahwa hasil penjualan dipengaruhi oleh biaya packaging. Nilai konstanta 35.037,23 dan nilai biaya packaging sebesar 64,201.

5.2 Analisis korelasi dan regresi linier sederhana secara parsial antara X_2 terhadap Y

- Nilai korelasi secara parsial antara X_2 terhadap Y

$$R_{X_2.Y} = \frac{n(\sum X_2 Y) - (\sum X_2)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X_2^2) - (\sum X_2)^2\}\{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

$$R_{X_2.Y} = \frac{10(78.062.700.000) - (57.400)(13.110.000)}{\sqrt{\{10(360.760.000) - (28.900)^2\}\{10(17.486.802.000.000) - (13.110.000)^2\}}}$$

$$R_{X_2.Y} = \frac{780.627.000.000 - 752.514.000.000}{\sqrt{(312.840.000)(2.995.920.000.000)}}$$

$$R_{X_2.Y} = \frac{28.113.000.000}{30.614.434.713}$$

$$R_{X_2.Y} = 0,918$$

Berdasarkan data diatas korelasi secara parsial antara biaya pameran terhadap penjualan mempunyai hubungan kuat dan positif sebesar 0,918. Artinya variabel biaya pameran mempunyai hubungan yang sangat kuat dengan hasil penjualan.

- Kontribusi yang diberikan secara parsial antara X_2 terhadap Y

$$KD = (R_{X_2.Y})^2 \times 100\%$$

$$KD = (0,918)^2 \times 100\%$$

$$= 84,3 \%$$

Dari pengujian yang telah dilakukan menghasilkan nilai R sebesar 0,918, sehingga dapat dikatakan bahwa hasil pengujian yang dilakukan memberikan hasil baik. Hal ini menunjukkan bahwa 84,3 % variasi dari hasil penjualan dapat dijelaskan oleh variabel biaya pameran . Sedangkan sekitar 15,7% lainnya dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.

- Uji signifikansi

Langkah-langkah menjawab:

- Membuat hipotesis dalam bentuk kalimat

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara biaya pameran terhadap hasil penjualan.

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara biaya pameran terhadap hasil penjualan.

- Membuat hipotesis dalam bentuk model statistik

Ho : $\beta_{j1} = 0$

Ha : $\beta_{j1} \neq 0$

- Menentukan taraf signifikan α

Pada kasus ini (α) = 5%

- Kaidah pengujian

Jika, $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka Ho diterima.

Jika, $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka Ho ditolak.

- Menghitung t_{hitung} dan t_{tabel}

a. Tahapan menentukan nilai t_{hitung}

- Menghitung nilai t_{hitung}

$$t_{hitung} = \frac{r_{x2.y} \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t_{hitung} = \frac{0,918 \sqrt{5-2}}{\sqrt{1-0,918^2}}$$

$$t_{hitung} = 6,56$$

b. Menentukan nilai t_{tabel}

Nilai t_{tabel} dapat dicari dengan menggunakan tabel *t-student*. Bila pengujian dua sisi, maka nilai α dibagi 2

Rumus:

$$t_{tabel} = t_{(\alpha/2)(n-2)}$$

$$t_{tabel} = t_{(0.05/2)(10-2)}$$

$$t_{(0.025)(8)} = 2.306$$

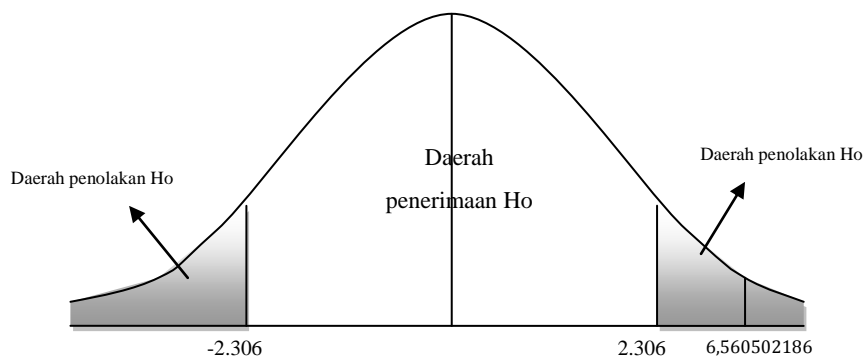
- Membandingkan t_{tabel} dan t_{hitung}

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

Ternyata: $-2.306 \leq 6,56 \geq 2.306$, sehingga H_0 ditolak

- Mengambil keputusan

Karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , maka tolak H_0 . Dengan demikian terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara biaya packaging terhadap hasil penjualan.



Gambar 5.2 Penentuan Daerah penolakan pada Uji-t antara variabel X_2 dan Y

Hasil uji t ini dapat menunjukkan bahwa variabel kepuasan kerja memiliki nilai t_{hitung} sebesar 6,56, sedangkan t_{tabel} pada taraf signifikansi sebesar $5\% / 2 = 2,5\%$ atau 0,025 dan degrees of freedom (df) = $n-2$ adalah 2.306. Dengan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $(6,56 > 2.306)$ dengan $p < 0,05$ maka H_a diterima. Artinya biaya pameran secara statistik berpengaruh signifikan terhadap hasil penjualan pada PT. Teknindo Global Jaya.

- Perhitungan nilai persamaan antara X_2 terhadap Y

A. Mencari nilai konstanta b :

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

$$b = \frac{10 \times 78.062.700.000 - 57.400 \times 13.110.000}{10 \times 360.760.000 - 57.400^2}$$

$$b = \frac{28.113.000.000}{312.840.000}$$

$$b = 89,86$$

B. Mencari nilai konstanta a :

$$a = \frac{\sum Y}{n} - b \cdot \frac{\sum X}{n}$$

$$a = \frac{13.110.000}{10} - 29,8645 \times \frac{57.400}{10}$$

$$a = \frac{795.181,63}{10}$$

$$a = 79.516,16$$

C. Membuat persamaan linier sederhana

$$Y = a + b \cdot X$$

$$Y = 79.516,16 + 89,86X_2$$

Persamaan diatas menunjukkan bahwa hasil penjualan dipengaruhi oleh biaya packaging. Nilai konstanta 79.516,16 dan nilai biaya packaging sebesar 89,86

5.3 Analisis regresi linier secara simultan antara X_1 dan X_2 terhadap Y

- Nilai korelasi secara simultan antara X_1 dan X_2 terhadap Y

$$R_{X_1.X_2.Y} = \sqrt{\frac{b_1 \cdot \sum x_1y + b_2 \sum x_2y}{\sum y^2}}$$

$$R_{X_1.X_2.Y} = \sqrt{\frac{47,39(4.517.964.000) + 29,8645(2.811.300.000)}{299.592.000.000}}$$

$$R_{X_1.X_2.Y} = \sqrt{\frac{214.122.220.364 + 83.958.027.735}{299.592.000.000}}$$

$$R_{X_1.X_2.Y} = \sqrt{\frac{298.080.248.099}{299.592.000.000}}$$

$$R_{X_1.X_2.Y} = 0,997$$

Berdasarkan data diatas korelasi secara simultan antara biaya packaging dan biaya pameran terhadap hasil penjualan mempunyai hubungan kuat dan positif sebesar 0,997. Artinya variabel biaya packaging dan biaya pameran mempunyai hubungan yang sangat kuat dengan hasil penjualan

- Kontribusi yang diberikan secara simultan antara X_1 dan X_2 terhadap Y

$$KD = (R_{X_1.X_2.Y})^2 \times 100\%$$

$$KD = (0,997)^2 \times 100\%$$

$$= 99.5 \%$$

Dari pengujian yang telah dilakukan menghasilkan nilai R sebesar 0,997, sehingga dapat dikatakan bahwa hasil pengujian yang dilakukan memberikan hasil baik. Hal ini menunjukkan bahwa 99.5% variasi dari hasil penjualan dapat dijelaskan oleh variabel biaya packaging . Sedangkan sekitar 0,5% lainnya dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.

- Uji signifikansi

Berdasarkan persoalan diatas, maka:

1. Judul penelitian dapat disusun

Analisis Pengaruh Biaya Packaging dan Biaya Pameran terhadap Hasil Penjualan di PT Teknindo Global Jaya.

2. Variabel penelitiannya

(a) Biaya packaging dan biaya pameran independent (mempengaruhi)

(b) Hasil penjualan variabel dependent (terikat/dipengaruhi)

3. Rumusan masalahnya

Apakah ada pengaruh secara simultan biaya packaging dan biaya pameran terhadap hasil penjualan?

4. Sampel

Sampel yang diambil berkategori *non probability sampling* merupakan data 5 tahun terakhir (2012-2016) yang diambil dari PT Teknindo Global Jaya.

5. Membuat hipotesis dalam bentuk kalimat

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan (bersama-sama) antara biaya packaging dan biaya pameran terhadap hasil penjualan.

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan (bersama-sama) antara biaya packaging dan biaya pameran terhadap hasil penjualan.

6. Membuat hipotesis dalam bentuk model statistik

Ho : $\beta = 0$

Ha : $\beta \neq 0$

7. Menentukan taraf signifikan α

Pada kasus ini (α) = 5%

8. Kaidah Pengujian

Jika, $F_{Hitung} \leq F_{Tabel}$, maka terima H_0

Jika, $F_{Hitung} \geq F_{Tabel}$, maka tolak H_0

9. Menghitung nilai Nilai F_{Hitung} dan F_{Tabel}

a) Menentukan nilai F_{Hitung}

$$F_{Hitung} = \frac{(R_{X1,X2,Y})^2 (n - m - 1)}{m(1 - R_{X1,X2,Y}^2)}$$

$$F_{Hitung} = \frac{(0,996392279)^2 (10 - 2 - 1)}{2(1 - 0,996392279^2)}$$

$$F_{Hitung} = \frac{(0,99495396)(2)}{2(1 - 0,99495396)}$$

$$F_{Hitung} = \frac{6,964678}{0,010092}$$

$$F_{Hitung} = 690,11$$

b) Menentukan nilai F_{Tabel}

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

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

Di mana:

$$m = 2, n = 10, \alpha = 0.05$$

$$dk = 10 - 2 - 1$$

$$= 7$$

$$F_{Tabel} = F_{(0.05)(2,7)} = 4.74$$

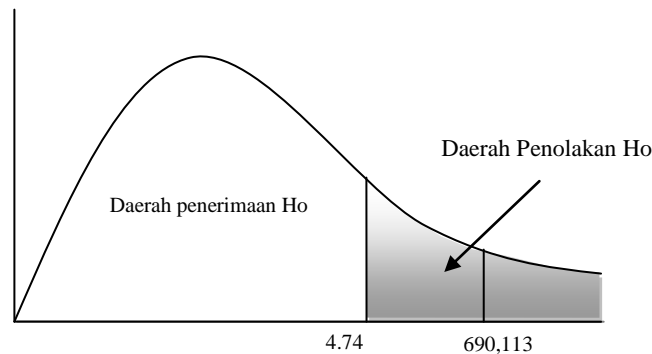
10. Membandingkan F_{tabel} dan F_{hitung}

Tujuan membandingkan antara F_{tabel} dan F_{hitung} adalah untuk mengetahui apakah H_0 ditolak atau diterima berdasarkan kaidah pengujian.

Ternyata: $F_{Hitung} = 690,11 > F_{Tabel} = 4.74$, maka tolak H_0

11. Mengambil keputusan

Keputusannya adalah menyatakan H_0 ditolak, maka hipotesisnya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan (bersama-sama) antara biaya packaging dan biaya pameran terhadap hasil penjualan.



Gambar 5.3 Penentuan Daerah Penolakan pada Uji-F dengan 2 variabel bebas dan 1 variabel terikat

Dari hasil perhitungan model didapatkan nilai F-hitung yaitu 137.89 , sedangkan f_{tabel} pada taraf signifikansi sebesar 5% degree of freedom $F_{(0.05)(2,7)} = 4.74$. Dengan hasil F-hitung > F-tabel yaitu $(690,11 > 4.74)$ dengan $p < 0,05$ maka H_a diterima. Artinya variabel biaya packaging dan biaya pameran secara statistik berpengaruh signifikan terhadap hasil penjualan.

- Perhitungan nilai persamaan antara X_1 dan X_2 terhadap Y

A. Mencari nilai konstanta b_1 :

$$b_1 = \frac{(\sum x_2^2)(\sum x_1 y) - (\sum x_1 \cdot x_2)(\sum x_2 y)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1 \cdot x_2)^2}$$

$$b_1 = \frac{(360.760.000)(200.680.272.000) - (898.469.700)(78.062.700.000)}{(2.309.225.940)(360.760.000) - (898.469.700)^2}$$

$$b_1 = \frac{141.339.985.776.000.000 - 111.341.480.274.000.000}{2.201.520.826.454.400 - 1.568.554.440.800.400}$$

$$b_1 = \frac{29.998.505.502.000.000}{632.966.385.653.997}$$

$$b_1 = 47,39$$

B. Mencari nilai konstanta b_2 :

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

$$b_2 = \frac{(2.309.225.940)(78.062.700.000) - (13.587.560)(200.680.272.000)}{(2.309.225.940)(360.760.000) - (898.469.700)^2}$$

$$b_2 = \frac{197.837.089.228.080.000 - 178.933.873.860.720.000}{2.201.520.826.454.400 - 1.568.554.440.800.400}$$

$$b_2 = \frac{18.903.215.367.359.700}{632.966.385.653.997}$$

$$b_2 = 29,86$$

C. Mencari nilai konstanta a :

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

$$a = \frac{13.110.000}{10} - 47,39 \left(\frac{149.628}{10} \right) - 29,86 \left(\frac{57.400}{10} \right)$$

$$a = 1.311.000 - 47,39(14.963) - 29,8645(5.740)$$

$$a = 1.311.000 - 709.140 - 171422,1461$$

$$a = 430.438,1$$

D. Membuat persamaan linier sederhana

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n$$

$$Y = 430.438,1 + 47,39 X_1 + 29,86 X_2$$

Persamaan diatas menunjukkan bahwa hasil penjualan dipengaruhi oleh biaya packaging dan biaya pameran. Nilai konstanta 430.438,1 dan nilai biaya packaging sebesar 47,39 dan nilai biaya pameran sebesar 29,86.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Biaya packaging memiliki hubungan yang sangat kuat dan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap hasil penjualan di PT TEKNINDO GLOBAL JAYA. Hal ini terbukti dari hasil uji t memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 15,601 diterima taraf signifikansi kurang dari 5% ($p < 0.05$), t_{tabel} sebesar 2.306 dan H_a diterima. Artinya semakin meningkat biaya packaging diberikan perusahaan, maka semakin meningkat pula hasil penjualan water cannon.
2. Biaya pameran memiliki hubungan yang sangat kuat berpengaruh signifikan secara parsial terhadap hasil penjualan di PT TEKNINDO GLOBAL JAYA. Hal ini terbukti dari hasil uji t memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 6,56 diterima taraf signifikansi kurang dari 5% ($p < 0.05$), t_{tabel} sebesar 2.306 dan H_a diterima. Artinya semakin meningkat biaya pameran diberikan perusahaan, maka semakin meningkat pula hasil penjualan water cannon
3. Biaya packaging dan biaya pameran secara simultan (bersama-sama) mempunyai hubungan yang sangat kuat dan pengaruh yang signifikan terhadap hasil penjualan di PT TEKNINDO GLOBAL JAYA. Hal ini terbukti dari hasil uji F memperoleh nilai F_{hitung} sebesar 690,11 diterima taraf signifikansi kurang dari 5% ($p < 0.05$), F_{tabel} sebesar 4.74 dan H_a diterima. Artinya semakin meningkat biaya packaging dan biaya pameran diberikan perusahaan, maka semakin meningkat pula hasil penjualan water cannon.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka dapat dikemukakan saran sebagai berikut :

1. Bagi PT TEKNINDO GLOBAL JAYA Bekasi, berdasarkan hasil penelitian analisa packaging dan pameran berpengaruh positif terhadap hasil penjualan water cannon. Sebaiknya perusahaan tetap menjalankan kebijaksanaan yakni dengan cara mengalokasikan biaya packaging guna meningkatkan hasil penjualan. Kebijakan ini sangat efektif untuk meningkatkan volume penjualan yang diharapkan oleh perusahaan.
2. Bagi PT TEKNINDO GLOBAL JAYA Bekasi, sebaiknya perusahaan tetap menjalankan kebijaksanaan perusahaan yakni mengalokasikan biaya pameran untuk menambah intensitas pameran dalam setahun. Karena cara ini sangat efektif untuk meningkatkan volume penjualan yang diharapkan oleh perusahaan.
3. Perusahaan harus menjaga hubungan baik dengan para konsumen dan para supplier serta mencari informasi tentang penyelenggaraan pameran agar dapat menambah intensitas pameran dalam setahun guna mendapatkan konsumen baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Klimchuk, Marianne dan Sandra A. Krasovec, 2006. Desain Kemasan., Erlangga: Jakarta
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2009. Manajemen Pemasaran Edisi 12 jilid 1. Erlangga : Jakarta
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2009. Manajemen Pemasaran Edisi 12 jilid 2. PT Indeks : Jakarta
- Kotler, Amstrong . 2010. Principles Of Marketing. 13 Edition. New Jersey . Upper Saddle River: Pearson Prentice Ha
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta. Alatas, Said Adam. 2013. Implikasi Pengaruh Iklan, pameran dan personal selling terhadap volume penjualan: Diambil dari: www.repository.unri.ac.id(20 Oktober 2017).
- Hemelda. 2016. Implikasi Pengaruh biaya periklanan dan biaya publisitas terhadap volume penjualan: Diambil dari: www.ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id (21 Oktober 2017).
- Manson, Robert D dan Douglas A Lind, Widnyono Soetjipto (Ed) 1999. Teknik Statistik untuk bisnis dan ekonomi edisi 9 jilid dua. Jakarta: Erlangga
- Siregar, Sofyan, Ir. M. M (2015). “Statistik Parametrik untuk penelitian kuantitatif”. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2007). Metode Penelitian pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: ALFABETA
- Supranto, J, M.A. (2008). Statistik: Teori dan Aplikasi Edisi Ketujuh. Erlangga: Jakarta

LAMPIRAN I

DISTRIBUSI NILAI t_{tabel}

d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$
1	3.078	6.314	12.71	31.82	63.66
2	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925
3	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841
4	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604
5	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032
6	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707
7	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499
8	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355
9	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250
10	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169
11	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106
12	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055
13	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012
14	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977
15	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947
16	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921
17	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898
18	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878
19	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861
20	1.325	1.725	2.086	2.528	2.845
21	1.323	1.721	2.080	2.518	2.831
22	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819
23	1.319	1.714	2.069	2.500	2.807
24	1.318	1.711	2.064	2.492	2.797
25	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787
26	1.315	1.706	2.056	2.479	2.779
27	1.314	1.703	2.052	2.473	2.771
28	1.313	1.701	2.048	2.467	2.763
29	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756
30	1.310	1.697	2.042	2.457	2.750
31	1.309	1.696	2.040	2.453	2.744
32	1.309	1.694	2.037	2.449	2.738
33	1.308	1.692	2.035	2.445	2.733
34	1.307	1.691	2.032	2.441	2.728
35	1.306	1.690	2.030	2.438	2.724
36	1.306	1.688	2.028	2.434	2.719
37	1.305	1.687	2.026	2.431	2.715
38	1.304	1.686	2.024	2.429	2.712
39	1.304	1.685	2.023	2.426	2.708
40	1.303	1.684	2.021	2.423	2.704
41	1.303	1.683	2.020	2.421	2.701
42	1.302	1.682	2.018	2.418	2.698
43	1.302	1.681	2.017	2.416	2.695
44	1.301	1.680	2.015	2.414	2.692
45	1.301	1.679	2.014	2.412	2.690
46	1.300	1.679	2.013	2.410	2.687
47	1.300	1.678	2.012	2.408	2.685
48	1.299	1.677	2.011	2.407	2.682
49	1.299	1.677	2.010	2.405	2.680
50	1.299	1.676	2.009	2.403	2.678
51	1.298	1.675	2.008	2.402	2.676
52	1.298	1.675	2.007	2.400	2.674
53	1.298	1.674	2.006	2.399	2.672
54	1.297	1.674	2.005	2.397	2.670
55	1.297	1.673	2.004	2.396	2.668
56	1.297	1.673	2.003	2.395	2.667

d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$
61	1.296	1.671	2.000	2.390	2.659
62	1.296	1.671	1.999	2.389	2.659
63	1.296	1.670	1.999	2.389	2.658
64	1.296	1.670	1.999	2.388	2.657
65	1.296	1.670	1.998	2.388	2.657
66	1.295	1.670	1.998	2.387	2.656
67	1.295	1.670	1.998	2.387	2.655
68	1.295	1.670	1.997	2.386	2.655
69	1.295	1.669	1.997	2.386	2.654
70	1.295	1.669	1.997	2.385	2.653
71	1.295	1.669	1.996	2.385	2.653
72	1.295	1.669	1.996	2.384	2.652
73	1.295	1.669	1.996	2.384	2.651
74	1.295	1.668	1.995	2.383	2.651
75	1.295	1.668	1.995	2.383	2.650
76	1.294	1.668	1.995	2.382	2.649
77	1.294	1.668	1.994	2.382	2.649
78	1.294	1.668	1.994	2.381	2.648
79	1.294	1.668	1.994	2.381	2.647
80	1.294	1.667	1.993	2.380	2.647
81	1.294	1.667	1.993	2.380	2.646
82	1.294	1.667	1.993	2.379	2.645
83	1.294	1.667	1.992	2.379	2.645
84	1.294	1.667	1.992	2.378	2.644
85	1.294	1.666	1.992	2.378	2.643
86	1.293	1.666	1.991	2.377	2.643
87	1.293	1.666	1.991	2.377	2.642
88	1.293	1.666	1.991	2.376	2.641
89	1.293	1.666	1.990	2.376	2.641
90	1.293	1.666	1.990	2.375	2.640
91	1.293	1.665	1.990	2.374	2.639
92	1.293	1.665	1.989	2.374	2.639
93	1.293	1.665	1.989	2.373	2.638
94	1.293	1.665	1.989	2.373	2.637
95	1.293	1.665	1.988	2.372	2.637
96	1.292	1.664	1.988	2.372	2.636
97	1.292	1.664	1.988	2.371	2.635
98	1.292	1.664	1.987	2.371	2.635
99	1.292	1.664	1.987	2.370	2.634
100	1.292	1.664	1.987	2.370	2.633
101	1.292	1.663	1.986	2.369	2.633
102	1.292	1.663	1.986	2.369	2.632
103	1.292	1.663	1.986	2.368	2.631
104	1.292	1.663	1.985	2.368	2.631
105	1.292	1.663	1.985	2.367	2.630
106	1.291	1.663	1.985	2.367	2.629
107	1.291	1.662	1.984	2.366	2.629
108	1.291	1.662	1.984	2.366	2.628
109	1.291	1.662	1.984	2.365	2.627
110	1.291	1.662	1.983	2.365	2.627
111	1.291	1.662	1.983	2.364	2.626
112	1.291	1.661	1.983	2.364	2.625
113	1.291	1.661	1.982	2.363	2.625
114	1.291	1.661	1.982	2.363	2.624
115	1.291	1.661	1.982	2.362	2.623
116	1.290	1.661	1.981	2.362	2.623

57	1.297	1.672	2.002	2.394	2.665	117	1.290	1.661	1.981	2.361	2.622
58	1.296	1.672	2.002	2.392	2.663	118	1.290	1.660	1.981	2.361	2.621
59	1.296	1.671	2.001	2.391	2.662	119	1.290	1.660	1.980	2.360	2.621
60	1.296	1.671	2.000	2.390	2.660	120	1.290	1.660	1.980	2.360	2.620

Dari "Table of Percentage Points of the t-Distribution." Biometrika, Vol. 32. (1941), p. 300. Reproduced by permission of the Biometrika Trustees.

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.5 1	19.0 0	19.1 6	19.2 5	19.3 0	19.3 3	19.3 5	19.3 7	19.3 8	19.4 0	19.4 0	19.4 1	19.42	19.4 2	19.4 3
3	10.1 3	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.88	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.87	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79

				8										1	
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75

				4										7	
128	3.92	3.07	2.68	2.4	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.7	1.75
				4										7	
129	3.91	3.07	2.67	2.4	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.7	1.74
				4										7	
130	3.91	3.07	2.67	2.4	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.7	1.74
				4										7	
131	3.91	3.07	2.67	2.4	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.7	1.74
				4										7	
132	3.91	3.06	2.67	2.4	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.7	1.74
				4										7	
133	3.91	3.06	2.67	2.4	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.7	1.74
				4										7	
134	3.91	3.06	2.67	2.4	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.7	1.74
				4										7	
135	3.91	3.06	2.67	2.4	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.7	1.74
				4										7	

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
136	3.91	3.06	2.67	2.4	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.7	1.74
137	3.91	3.06	2.67	2.4	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.7	1.74
138	3.91	3.06	2.67	2.4	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.7	1.74
139	3.91	3.06	2.67	2.4	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.7	1.74
140	3.91	3.06	2.67	2.4	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.7	1.74
141	3.91	3.06	2.67	2.4	2.28	2.16	2.08	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.7	1.74
142	3.91	3.06	2.67	2.4	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.7	1.74
143	3.91	3.06	2.67	2.4	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.7	1.74
144	3.91	3.06	2.67	2.4	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.7	1.74
145	3.91	3.06	2.67	2.4	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.86	1.82	1.79	1.7	1.74
146	3.91	3.06	2.67	2.4	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.7	1.74
147	3.91	3.06	2.67	2.4	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.7	1.73
148	3.91	3.06	2.67	2.4	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.7	1.73
149	3.90	3.06	2.67	2.4	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.7	1.73
150	3.90	3.06	2.66	2.4	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.7	1.73
151	3.90	3.06	2.66	2.4	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.7	1.73
152	3.90	3.06	2.66	2.4	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.7	1.73
153	3.90	3.06	2.66	2.4	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.7	1.73
154	3.90	3.05	2.66	2.4	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.7	1.73
155	3.90	3.05	2.66	2.4	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.7	1.73
156	3.90	3.05	2.66	2.4	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.7	1.73
157	3.90	3.05	2.66	2.4	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.7	1.73
158	3.90	3.05	2.66	2.4	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.7	1.73
159	3.90	3.05	2.66	2.4	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.7	1.73
160	3.90	3.05	2.66	2.4	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.7	1.73
161	3.90	3.05	2.66	2.4	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.7	1.73
162	3.90	3.05	2.66	2.4	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.7	1.73
163	3.90	3.05	2.66	2.4	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.7	1.73
164	3.90	3.05	2.66	2.4	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.7	1.73
165	3.90	3.05	2.66	2.4	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.7	1.73
166	3.90	3.05	2.66	2.4	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.7	1.73
167	3.90	3.05	2.66	2.4	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.7	1.73
168	3.90	3.05	2.66	2.4	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.7	1.73
169	3.90	3.05	2.66	2.4	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.7	1.73
170	3.90	3.05	2.66	2.4	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.7	1.73
171	3.90	3.05	2.66	2.4	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.85	1.81	1.78	1.7	1.73
172	3.90	3.05	2.66	2.4	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.7	1.72

173	3.90	3.05	2.66	2.4 2	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.7 5	1.72
174	3.90	3.05	2.66	2.4 2	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.7 5	1.72
175	3.90	3.05	2.66	2.4 2	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.7 5	1.72
176	3.89	3.05	2.66	2.4 2	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.7 5	1.72
177	3.89	3.05	2.66	2.4 2	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.7 5	1.72
178	3.89	3.05	2.66	2.4 2	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.7 5	1.72
179	3.89	3.05	2.66	2.4 2	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.7 5	1.72
180	3.89	3.05	2.65	2.4 2	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.7 5	1.72

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
181	3.89	3.05	2.65	2.4 2	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.7 5	1.72
182	3.89	3.05	2.65	2.4 2	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.7 5	1.72
183	3.89	3.05	2.65	2.4 2	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.7 5	1.72
184	3.89	3.05	2.65	2.4 2	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.7 5	1.72
185	3.89	3.04	2.65	2.4 2	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.7 5	1.72
186	3.89	3.04	2.65	2.4 2	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.7 5	1.72
187	3.89	3.04	2.65	2.4 2	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.7 4	1.72
188	3.89	3.04	2.65	2.4 2	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.7 4	1.72
189	3.89	3.04	2.65	2.4 2	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.7 4	1.72
190	3.89	3.04	2.65	2.4 2	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.7 4	1.72
191	3.89	3.04	2.65	2.4 2	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.7 4	1.72
192	3.89	3.04	2.65	2.4 2	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.7 4	1.72
193	3.89	3.04	2.65	2.4 2	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.7 4	1.72
194	3.89	3.04	2.65	2.4 2	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.7 4	1.72
195	3.89	3.04	2.65	2.4 2	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.7 4	1.72
196	3.89	3.04	2.65	2.4 2	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.7 4	1.72
197	3.89	3.04	2.65	2.4 2	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.7 4	1.72
198	3.89	3.04	2.65	2.4 2	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.7 4	1.72
199	3.89	3.04	2.65	2.4 2	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.7 4	1.72
200	3.89	3.04	2.65	2.4 2	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.7 4	1.72
201	3.89	3.04	2.65	2.4 2	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.7 4	1.72
202	3.89	3.04	2.65	2.4 2	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.7 4	1.72
203	3.89	3.04	2.65	2.4 2	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.7 4	1.72
204	3.89	3.04	2.65	2.4 2	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.7 4	1.72
205	3.89	3.04	2.65	2.4 2	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.7 4	1.72
206	3.89	3.04	2.65	2.4 2	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.7 4	1.72
207	3.89	3.04	2.65	2.4 2	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.7 4	1.71
208	3.89	3.04	2.65	2.4 2	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.83	1.80	1.77	1.7 4	1.71
209	3.89	3.04	2.65	2.4 1	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.7 4	1.71
210	3.89	3.04	2.65	2.4 1	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.7 4	1.71

211	3.89	3.04	2.65	2.4 1	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.7 4	1.71
212	3.89	3.04	2.65	2.4 1	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.7 4	1.71
213	3.89	3.04	2.65	2.4 1	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.7 4	1.71
214	3.89	3.04	2.65	2.4 1	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.7 4	1.71
215	3.89	3.04	2.65	2.4 1	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.7 4	1.71
216	3.88	3.04	2.65	2.4 1	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.7 4	1.71
217	3.88	3.04	2.65	2.4 1	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.7 4	1.71
218	3.88	3.04	2.65	2.4 1	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.7 4	1.71
219	3.88	3.04	2.65	2.4 1	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.7 4	1.71
220	3.88	3.04	2.65	2.4 1	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.7 4	1.71
221	3.88	3.04	2.65	2.4 1	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.7 4	1.71
222	3.88	3.04	2.65	2.4 1	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.7 4	1.71
223	3.88	3.04	2.65	2.4 1	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.7 4	1.71
224	3.88	3.04	2.64	2.4 1	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.7 4	1.71
225	3.88	3.04	2.64	2.4 1	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.7 4	1.71

LAMPIRAN II



NOTARIS & PPAT
SHINTAWATY MEIRINDRASARI, SH, M.Kn

SK. Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia RI
Nomor : AHU-355.AH.02.01-Tahun 2011

SK. KEPALA BADAN PERTANAHAN NASIONAL RI
Nomor : 800/KEP-17.3/X/2013
Tanggal 21 Oktober 2013

Jl. Raya Sultan Agung Km.28 No. 21,
Medan Satria - Kota Bekasi , Telp. : (021) 8863685



PEMERINTAH KOTA BEKASI
BADAN PELAYANAN PERIZINAN TERPADU
KOTA BEKASI

Jl. Jend. A. Yani No 1 Telp. (021) 88855450 - 88961767 Ext. 219/232 BEKASI
Website: www.bekasikota.go.id E-mail: bpptkota_bekasi@yahoo.com

SURAT IZIN USAHA PERDAGANGAN (SIUP) MENENGAH

Nomor : 510/ PM / 63 / BPPT.4

Nama Perusahaan	: PT. TEKNINDO GLOBAL JAYA
Nama Penanggungjawab & Jabatan	: JOKO WALUYO DIREKTUR
Alamat Perusahaan	: KP. RAWA BEBEK RT. 001 RW. 015 KEL. KOTA BARU KEC. BEKASI BARAT - KOTA BEKASI
Nomor Telepon	: - Fax : -
NPWP	: 71.818.749.5-407.000
Modal Dan Kekayaan Bersih Perusahaan (Tidak termasuk Tanah dan Bangunan)	: Rp. 1,000,000,000,00
Kelembagaan	: SUPPLIER
Kegiatan Usaha (KBLI)	: 4659_4540
Barang/Jasa Dagangan Utama	: ALAT-ALAT BERAT ===== MEKANIKAL / ELEKTRIKAL ===== AKSESORIS KENDARAAN BERMOTOR =====
SIUP ini diterbitkan dengan ketentuan:	
PERTAMA	: Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) ini berlaku untuk melakukan kegiatan Usaha Perdagangan di seluruh wilayah Republik Indonesia selama perusahaan masih berjalan kegiatan Usaha Perdagangan dan wajib Daftar Ulang setiap 5 (lima) tahun sesuai dengan Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 36/M-DAG/PER/9/2007 sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 46/M-DAG/PER/9/2009, Peraturan Daerah Kota Bekasi Nomor 08 Tahun 2009 dan Peraturan Daerah Kota Bekasi Nomor 04 Tahun 2014.
KEDUA	: Pemilik/Penanggung Jawab wajib menyampaikan laporan kegiatan usaha perdagangannya dua kali dalam setahun dengan jadwal untuk semester pertama paling lambat tanggal 31 Juli dan untuk semester kedua paling lambat tanggal 31 Januari tahun berikutnya. Bagi SIUP Menengah dan Besar atau bagi SIUP Kecil satu kali dalam setahun selambat-lambatnya tanggal 31 Januari tahun berikutnya.
KETIGA	: Tidak berlaku untuk kegiatan Perdagangan Berjangka Komoditi
KEEMPAT	: Tidak untuk melakukan kegiatan usaha selain yang tercantum dalam SIUP ini.

Dikeluarkan di : Kota Bekasi
Pada Tanggal : 22 JAN 2015

KEPALA BADAN PELAYANAN PERIZINAN TERPADU
KOTA BEKASI



Dr. AMIT RIYADI, M.Si
Pembina Utama Muda
NIP. 19590511 198603 1 005





KEMENTERIAN KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA
DIREKTORAT JENDERAL PAJAK

NPWP :71.818.749.5-407.000
PT. TEKNINDO GLOBAL JAYA

JL. RAWA BEBEK NO. RT.001 RW.015
KEL.KOTA BARU KEC.BEKASI BARAT
KOTA BEKASI, JAWA BARAT

KPP PRATAMA BEKASI UTARA

453

AS/1

No. 102600277

PEMERINTAH KOTA BEKASI
BADAN PELAYANAN PERIZINAN TERPADU
KOTA BEKASI

TANDA DAFTAR PERUSAHAAN PERSEROAN TERBATAS

BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 3 TAHUN 1982 TENTANG WAJIB DAFTAR PERUSAHAAN
DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 1 TAHUN 1995 TENTANG PERSEROAN TERBATAS

NOMOR TDP 102614606166	BERLAKU S/D TANGGAL 27 JAN 2015	0 0
---------------------------	------------------------------------	-----

AGENDA PENDAFTARAN NOMOR : 95 / BH 1026 / 1 / 2015	TANGGAL : 27 JAN 2015
-------------------------------------------------------	-----------------------

NAMA PERUSAHAAN	PT. TEKNINDO GLOBAL JAYA	
STATUS	TUNGGAL	
ALAMAT	KP. RAWA BEBEK RT. 001 RW. 015 KEL. KOTA BARU KEC. BERAH BARAT KOTA BEKASI	
NOMOR TELEPON		FAX
PENANGGUNG JAWAB / PENGURUS	JOKO WALLYO	
KEGIATAN USAHA PRINCIPAL	PERD. ALAT ALAT BERAT	
KLUR	46549	
PENDESAHAN MENTERI KEHAKIMAN		
NOMOR	AHU-30619-AH.01.01-TAHUN 2014	TANGGAL : 19-12-2014
PERSETUJUAN MENTERI KEHAKIMAN ATAS AKTE PERUBAHAN ANGGARAN DASAR		
NOMOR		TANGGAL
PEMERMAAN LAPORAN PERUBAHAN ANGGARAN DASAR		
NOMOR		TANGGAL

KOTA BEKASI
27 JAN 2015
KEPALA BADAN PELAYANAN PERIZINAN TERPADU
SEKALU SAMA SAMA PENDAFTARAN PERUSAHAAN
KOTA BEKASI

BADAN PELAYANAN
PERIZINAN TERPADU
KOTA BEKASI
Pratiwi Utami Muda
NIP. 195965111986031003





PEMERINTAH KOTA BEKASI
KECAMATAN BEKASI BARAT
KELURAHAN KOTABARU

Jl. Duku No. 1 Telp. (021) 88852464

KOTABARU

SURAT KETERANGAN DOMISILI USAHA/PERUSAHAAN
Nomor : 503/74 - K1.KB

Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala Kelurahan Kotabaru Kecamatan Bekasi Barat menerangkan bahwa :

Nama	: JOKO WALUYO
Tempat/Tgl Lahir	: Boyolali,03-06-1980
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Kewarganegaraan	: Indonesia
Nomor KTP	: 3275020306800029
Alamat	: Rawa Bebek Rt.007012 Kelurahan Kotabaru Kecamatan Bekasi Barat Kota Bekasi.

Pada saat ini memiliki usaha yang berdomisili di Kelurahan Kotabaru Kecamatan Bekasi Barat Sebagaimana tersebut di bawah ini :

Nama Usaha	: "PT. TEKNINDO GLOBAL JAYA"
Jenis Usaha/Klasifikasi	: Perdagangan Umum dan Jasa
Jumlah Tenaga Kerja	: Laki-laki : 11 Orang Perempuan : 2 Orang
Alamat Usaha	: Jl.Kali Baru Bara Kp.Rawa Bebek No.14 Rt.001/015 Kelurahan Kotabaru Kecamatan Bekasi Barat Kota Bekasi.
Bentuk Perusahaan	: PT
Akta Notaris Nomor	: 05
Tanggal	: 18-12-2014
Nama Notaris	: SHINTAWATY MEIRIDRASARI,SH,M.Kn
Penanggung Jawab	: JOKO WALUYO

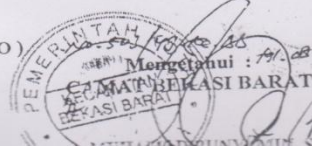
Ketentuan yang wajib diketahui :

1. Surat keterangan Domisili Usaha (SKDU) ini bukan ijin usaha, maka setiap pelaku usaha wajib mengurus ijin usaha dan ijin lainnya berdasarkan surat keterangan ini sesuai yang diatur oleh Pemerintah Kota Bekasi.
2. Setiap pelaku usaha dilarang menjalankan segala bentuk kegiatan usaha yang bertentangan dengan hukum yang berlaku di Pemerintah Kota Bekasi, serta bersedia jika dikemudian hari diperiksa atau didata oleh petugas dari instansi terkait yang berada di Pemerintah Kota Bekasi.
3. Apabila di kemudian hari usaha yang dimaksud terjadi penyimpangan atau termasuk adanya perubahan nama atau jenis usaha (dan terjadi tuntutan dari pihak ke-3 atau masyarakat lembaga lainnya (yang merasa dirugikan atau merasa keberatan, maka segala konsekuensi menjadi tanggung jawab pelaku sepenuhnya dan surat keterangan domisili usaha (SKDU) ini Akan gugur dengan sendirinya.
4. Setiap usaha wajib menjaga kebersihan, ketertiban atau keindahan atau K3 di lingkungan tempat usaha.
5. Surat keterangan domisili usaha (SKDU) ini berlaku selama 1 (satu) tahun dan dapat di perbarui bila berlaku dari tanggal 07 Maret 2016 s/d 07 Maret 2017.

Tanda tangan Ybs,

(JOKO WALUYO)

Bekasi, 07 Maret 2016
LURAH KOTABARU





KEMENTERIAN KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA
DIREKTORAT JENDERAL PAJAK
KANTOR WILAYAH DJP JAWA BARAT II
KPP PRATAMA BEKASI UTARA
SERSAN ASWAN 407, MARGAHAYU, BEKASI
TELEPON 021-8808029-8802223 FAKSIMILE 021-8802223 SITLUS www.pajak.go.id
LAYANAN INFORMASI DAN KELIHAN KRING PAJAK 021-500200
EMAIL pengaduan@pajak.go.id

SURAT PENGUKUHAN PENGUSAHA KENA PAJAK
S-6S/WPJ.22/KP.0103/2015

Sesuai dengan Pasal 2 ayat (1)/Pasal 2 ayat (4) UU No. 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan sebagaimana telah diubah terakhir dengan UU No. 16 Tahun 2009, Peraturan Menteri Keuangan Nomor 73/PMK/2012, dan Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-20/PJ/2013, dengan ini diterangkan bahwa :

1. Nomor Pokok Wajib Pajak : 71.818.749.5-407.000
2. Nama : PT. TEKNINDO GLOBAL JAYA
3. Klasifikasi Lapangan Usaha : 46599 - PERDAGANGAN BESAR MESIN, PERALATAN DAN PERLENGKAPAN LAINNYA
4. Alamat : JL. RAWA BEBEK RT.001 RW.015
KOTA BARU BEKASI BARAT
KOTA BEKASI JAWA BARAT
5. Merk Dagang/Usaha
6. Kewajiban Pajak : PPN PPhBM

Telah dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak terhitung sejak 4 Maret 2015.

Bekasi, 5 Maret 2015
Kepala Kantor
Kepala Seksi Pelayanan,



SOKEH
NIP.196405271985021001