

**PENERAPAN METODE LEAST SQUARE DALAM HUBUNGANNYA  
DENGAN USAHA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA  
KOPERASI KARYAWAN " MULIA SEJAHTERA " SAMARINDA**

Oleh :

**LA IRANTA**

**NIM, 8880075**

**NIRM. 88. 11304. 13021. 00324**



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MUHAMMADIYAH  
SAMARINDA**

**1 9 9 2**

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : PENERAPAN METODE LEAST SQUARE DALAM  
HUBUNGANNYA DENGAN USAHA MENINGKATKAN  
VOLUME PENJUALAN PADA KOPERASI KARYAWAN  
"MULIA SEJAHTERA" SAMARINDA

N a m a : LA IRANTA

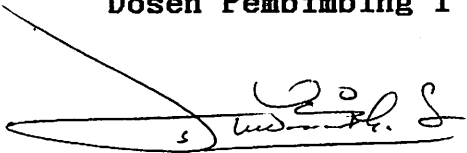
Nirm : 88.11304.13021.00324

Nim : 8880075

Jurusan : MANAJEMEN

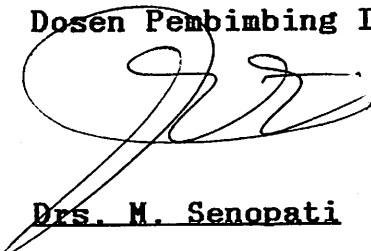
Menyetujui,

Dosen Pembimbing I



Dra. H. Suwinnah Alwy AS

Dosen Pembimbing II



Drs. M. Senopati

Mengetahui

Ketua STIEM Samarinda

Drs. H. Anang Hasyim

## RINGKASAN

La Iranta, Penerapan Metode Least Square Dalam Hubungannya dengan Usaha Meningkatkan Volume Penjualan Pada Koperasi Karyawan "Mulia Sejahtera" Samarinda.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah dengan menggunakan peramalan dengan menggunakan metode Least Square (Least Square Methode) produk koperasi ini akan dapat ditingkatkan.

Dasar teori yang dipakai dalam penyusunan skripsi adalah teori pemasaran, sedangkan metode pengumpulan data yang digunakan selain dengan wawancara juga dengan metode penelitian langsung di lapangan.

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis didapatkan beberapa hal antara lain :

1. Volume penjualan produk jasa simpan pinjam koperasi karyawan "Mulia Sejahtera" mengalami penurunan secara terus-menerus dalam beberapa periode terakhir, hingga akhirnya pada kuartal I tahun 1992 berada pada titik terendah yaitu hanya sebesar Rp 7.500.000,-. Sangat jauh menurun jika dibandingkan dengan salah satu periode sebelumnya yaitu pada kuartal I tahun 1991 yang bisa mencapai Rp 17.000.000,-.
2. Setelah menggunakan analisis dengan metode Least Square (Least Square Methode) maka volume penjualan tersebut mengalami kenaikan dalam jumlah yang cukup besar. Jika pada kuartal I tahun 1992 hanya sebesar

Rp 7.500.000,-, maka pada kuartal II tahun 1992 berdasarkan peramalan jumlah volume penjualan menjadi Rp 13.016.668,-. Jadi mengalami kenaikan sejumlah Rp 5.516.668,-.

Atas dasar ini penulis berkesimpulan bahwa analisis penulis terbukti dan dapat diterima kebenarannya.

## RIWAYAT HIDUP

La Iranta yang merupakan putra ke-3 dari 4 bersaudara dari bapak La Pambolo dan ibu Wa Dima dilahirkan pada tahun 1960 di Bau-bau Kabupaten Buton Sulawesi Tenggara.

Riwayat pendidikan dimulai pada tahun 1967 dengan menasuki sekolah dasar (SD) yang dapat penulis selesaikan pada tahun 1973. Kemudian penulis menasuki Sekolah Tehnik (ST) yang diselesaikan pada tahun 1976. Setelah menamatkan sekolah lanjutan tingkat pertama tersebut penulis melanjutkan ke SLTA (sekolah lanjutan tingkat atas) yaitu SMEA (sekolah menengah ekonomi atas) yang penulis selesaikan pada tahun 1980. Kesemua dari pendidikan tersebut penulis jalani di Kabupaten Buton Sulawesi Tenggara.

Pendidikan pada perguruan tinggi dimulai pada tahun 1981 di mana ketika itu penulis berhasil menasuki salah satu perguruan tinggi negeri yang ada di Samarinda Kalimantan Timur yaitu Fakultas Ekonomi Universitas Mulawarman. Dan tahun itu juga penulis mulai bekerja di salah satu instansi pemerintah yang di kota ini yaitu di Kantor Wilayah Departemen Perdagangan. Karena kesibukan akan pekerjaan hingga sulit membagi waktu antara pelajaran dan pekerjaan, menyebabkan penulis memilih untuk pindah kuliah dari Fakultas Ekonomi Universitas

Mulawarman ke Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Samarinda pada tahun 1988. Di perguruan tinggi tersebut sebagaimana sebelumnya di Fakultas Ekonomi Universitas Mulawarman penulis tetap melanjutkan pendidikan pada jurusan manajemen.

Sedangkan pekerjaan penulis pada Kantor Wilayah Departemen Perdagangan tetap penulis tekuni sampai sekarang. Selama mengikuti pekerjaan di instansi tersebut penulis sempat mengikuti kursus bendaharawan di Samarinda pada tahun 1989.

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Seru Sekalian Alam penulis panjatkan karena dengan berkat kuasanya jualah skripsi penulis yang berjudul "Penerapan Metode Least Square Dalam Hubungannya Dengan Usaha Meningkatkan Volume Penjualan Pada Koperasi Karyawan "Mulia Sejahtera" Samarinda" dapat diselesaikan.

Dalam penulisan skripsi ini penulis sengaja memfokuskan pembahasan pada masalah pemasaran, karena menurut hemat penulis masalah pemasaran merupakan masalah yang sangat penting bagi suatu perusahaan. Bahkan boleh dikatakan masalah pemasaran merupakan faktor utama yang menentukan kelangsungan hidup suatu perusahaan. Singkatnya, bisa dikatakan bahwa masalah pemasaran merupakan jantung suatu perusahaan. Jika pemasaran suatu produk terhenti, maka kelangsungan hidup perusahaan tersebut akan terganggu atau bahkan bisa terhenti sama sekali.

Namun sebelum itu sebagai seorang mahasiswa yang baru berusaha untuk menyelesaikan pendidikan, penulis sangat menyadari bahwa terdapat banyak kekurangan dan kelemahan ditemui pada skripsi ini. Untuk itu tidak ada hal lain yang dapat penulis lakukan selain meminta maaf. Penulis akan dengan senang hati menerima kritik dan saran demi perbaikan kesalahan dan kelemahan tersebut.

Dalam kesempatan ini juga penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu

penulis demi penyelesaian skripsi ini, seperti antara lain :

1. Bapak Dosen Pembimbing I Dra. H. Suwinnah Alwi AS dan Dosen Pembimbing II Drs. M. Senopati.
2. Bapak Direktur Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Samarinda beserta seluruh staf pengajar.
3. Para pengurus koperasi karyawan "Mulia Sejahtera" yang telah sudi meluangkan waktu disela-sela kesibukan mereka bekerja.
4. Kedua orang tua penulis yang telah banyak berkorban untuk membesarkan penulis.
5. Kepada semua pihak yang telah memberikan dorongan kepada penulis dan tidak bisa penulis sebutkan satu per satu karena sangat banyaknya.

Akhirnya hanya satu harapan penulis agar skripsi ini bisa memberikan manfaat kepada semua pihak, khusus kepada penulis pribadi semoga dengan penyusunan skripsi ini bisa memberikan inspirasi bagi penulis untuk dapat menyusun karya ilmiah lainnya.

Samarinda, Mei 1992

Penulis,

La Iranta



## DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	v
RIWAYAT HIDUP .....	vi
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
BAB I. PENDAHULUAN .....	1
A. LATAR BELAKANG .....	1
B. PERUMUSAN MASALAH .....	4
C. TUJUAN PENELITIAN .....	4
BAB II. DASAR TEORI .....	5
A. TEORI PEMASARAN .....	5
1. PENGERTIAN PEMASARAN .....	5
2. USAHA - USAHA UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN .....	8
B. HIPOTESIS .....	21
C. DEFINISI KONSEPSIONAL .....	22
BAB III. METODE PENDEKATAN .....	25
A. DEFINISI OPERASIONAL .....	25
B. PERINCIAN DATA YANG DIPERLUKAN .....	26
C. JANGKAUAN PENELITIAN .....	27
D. TEKNIK PENGUMPULAN DATA .....	28
E. ANALISIS DAN PENGUJIAN HIPOTESIS ...	28
BAB IV. HASIL PENELITIAN .....	31

	A. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....	31
	B. PROSEDUR PEMINJAMAN UANG .....	37
BAB	V. ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	43
	A. ANALISIS .....	43
	B. PEMBAHASAN .....	47
BAB	VI. KESIMPULAN DAN SARAN .....	49
	A. KESIMPULAN .....	49
	B. SARAN-SARAN .....	50

**DAFTAR KEPUSTAKAAN**

## DAFTAR TABEL

Nomor	Tubuh Utama	Halaman
1.	Jumlah pinjaman anggota/non-anggota Kopkar "Mulia Sejahtera" kwatal I tahun 1989 sampai dengan kwartal I tahun 1992 ...!	42
2.	Perhitungan data pinjaman dengan menggunakan Metode Least Square .....	45

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Didalam UUD 1945 telah disebutkan bahwa salah satu tujuan pembangunan nasional negara Republik Indonesia adalah mencapai masyarakat adil dan makmur, baik material maupun spritual. Untuk mencapai tujuan tersebut pemerintah telah menempuh berbagai macam cara, diantaranya dengan menggalakkan pembangunan-pembangunan proyek baik proyek yang modalnya berasal dari dalam negeri (berupa PMDN) maupun dari luar negeri (berupa PMA). Hal ini dimaksudkan agar tersedianya lapangan kerja bagi masyarakat. Program transmigrasi yaitu program yang bertujuan memindahkan penduduk dari daerah yang padat ke daerah yang kurang padat, merupakan cara lain yang ditempuh pemerintah untuk mencapai masyarakat adil dan makmur. Sedangkan cara lainnya lagi adalah dengan menggalakkan pendirian koperasi disetiap instansi pemerintah maupun perusahaan swasta (PMA/PMDN) dan juga badan usaha milik pemerintah sendiri (BUMN).

Sejalan dengan anjuran pemerintah tentang pendirian koperasi tersebut maka salah satu perusahaan swasta yang ada di Samarinda yaitu PT. Gany Mulia Sejahtera Industrie, sebuah perusahaan yang memproduksi kayu lapis dan laminating untuk tujuan ekspor maupun lokal, mendirikan koperasi yang diberi nama Koperasi Karyawan

"Mulia Sejahtera". Sesuai dengan akte pendiriannya, koperasi ini beroperasi di dalam lingkungan PT.Gany Mulia Sejahtera Industrie dan pendirian ini dimaksudkan selain untuk memenuhi anjuran pemerintah juga bertujuan untuk memberikan kesejahteraan yang lebih baik dan layak terhadap karyawannya, khususnya bagi karyawan yang masuk dan terdaftar menjadi anggota koperasi.

Dalam kegiatan operasionalisasinya sehari-hari, koperasi karyawan "Mulia Sejahtera" mempunyai beberapa macam usaha. Diantaranya adalah penjualan sepatu, pengadaan jasa simpan pinjam dan beberapa usaha lainnya. Saat penulis mengadakan tanya jawab pendahuluan dengan salah seorang dari pengurus koperasi ini, diantara sekian banyak usaha-usaha itu usaha simpan pinjam merupakan usaha yang paling banyak dimanfaatkan para anggota untuk memecahkan masalah mereka, terutama disaat-saat kesulitan dalam bidang keuangan. Namun sebaliknya juga usaha ini pula yang juga sekaligus paling banyak menghadapi masalah. Berpegang pada hal ini dan juga atas anjuran dari pengurus koperasi tersebut, maka dalam penyusunan skripsi ini penulis hanya mengkhususkan pembahasan pada usaha simpan pinjam saja.

Koperasi karyawan "Mulia Sejahtera" (untuk selanjutnya disebut koperasi saja) sebagaimana telah disebutkan di atas mempunyai ruang lingkup usaha pada lingkungan perusahaan PT.Gany Mulia Sejahtera Industrie.

Perusahaan ini mempunyai jumlah karyawan kira-kira seribu orang dan sebagian besar dari karyawan ini terdaftar menjadi anggota koperasi. Sebagai suatu usaha yang berdiri dibawah naungan suatu perusahaan yang boleh dikatakan mempunyai jumlah karyawan yang cukup banyak, prospek pemasaran bagi produk koperasi ini (yang dalam hal ini adalah produk jasa simpan pinjam) senestinya tidak menemui masalah atau hambatan yang terlalu berarti. Hal ini disebabkan karena pasar yang cukup besar dan juga adanya dukungan-dukungan dan kemudahan-kemudahan yang diberikan oleh perusahaan merupakan salah satu modal penting bagi suatu usaha untuk dapat berkembang dengan baik. Namun prospek yang cukup baik di dalam perusahaan ini tidak atau belum dapat dimanfaatkan secara maksimal oleh koperasi. Selama ini dalam kegiatannya yang sudah berlangsung cukup lama ini pemasaran produk jasa koperasi ini tidak menunjukkan kecenderungan yang meningkat, malah kadang-kadang ada kecenderungan untuk menurun. Sebagai suatu usaha kecil dan dimiliki oleh banyak orang (anggota) dan juga jangka waktu operasionalisasinya yang sudah cukup lama masalah seperti ini boleh dikatakan merupakan masalah yang sangat serius dan perlu segera dicari jalan pemecahannya. Sebab dengan sendirinya kemampuan koperasi untuk mencapai tujuan akhirnya yaitu berupa sisa hasil usaha yang cukup besar dan juga kemampuannya untuk memberikan kesejahteraan yang cukup layak

bagi para anggotanya sulit untuk terwujud.

## B. Perumusan Masalah

Sebagaimana telah disebutkan dalam uraian terdahulu bahwa koperasi ini dihadapkan pada keterbatasannya untuk meningkatkan volume penjualan produk jasanya, (malah dari waktu ke waktu terdapat kecenderungan untuk menurun) meskipun mempunyai prospek pasar yang cukup baik dan cerah. Berdasarkan uraian-uraian di atas maka permasalahan utama yang dihadapi koperasi adalah bagaimana atau tindakan apa yang harus dilakukan untuk dapat meningkatkan volume penjualan produk jasa simpan pinjam yang cenderung mengalami penurunan tersebut dinasa-nasa mendatang.

## C. Tujuan Penelitian

1. Untuk memperoleh informasi hal apa yang harus dilakukan agar penjualan produk jasa pada koperasi ini dapat ditingkatkan.
2. Untuk mengetahui apakah hipotesis yang penulis ajukan dalam bab berikutnya akan terbukti atau tidak. Dengan kata lain, penulis ingin mengetahui apakah hipotesis itu akan teruji kebenarannya.
3. Untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi jurusan manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Samarinda.

## BAB II

### DASAR TEORI

#### A. Teori Pemasaran

##### 1. Pengertian Pemasaran

Definisi pemasaran atau yang saat ini lebih populer dengan istilah marketing, telah banyak diberikan para ahli. Namun sampai sejauh ini belum ada definisi yang benar-benar cocok, yang menggambarkan kegiatan pemasaran itu sendiri secara keseluruhan. Hal ini disebabkan karena para ahli tersebut meninjau pemasaran dari segi yang berbeda; ada yang lebih menitik beratkan dari segi fungsi, segi barangnya, segi kelenbagaannya, segi manajemennya, dan ada pula yang menitik beratkan dari semua segi tersebut sebagai suatu sistem. Harus diakui bahwa dari waktu ke waktu definisi tersebut menunjukkan perkembangan yang cukup pesat. Tapi harus diakui pula bahwa perkembangan pesat definisi ini tidak dapat mengikuti arah perkembangan yang lebih pesat lagi dari kegiatan pemasaran.

Sebagai contoh kita ambil kegiatan distribusi produk. Kalau dahulu untuk mengangkut produk dari satu tempat ke tempat lain perlu waktu lama, karena kurangnya fasilitas pengangkutan atau karena belum majunya sarana transportasi. Tapi sekarang untuk mengangkut puluhan ton atau bahkan ratusan ton produk, untuk jarak-jarak tertentu, cukup hanya dengan waktu beberapa hari saja



atau malah hanya beberapa jam. Semua ini disebabkan karena semakin majunya alat angkut dan semakin besarnya daya tampung kendaraan dan sarana angkutan.

Selama ini definisi tentang pemasaran seringkali dikacaukan dengan pengertian-pengertian penjualan, perdagangan, dan distribusi. Padahal pengertian ini hanya merupakan satu bagian dari kegiatan pemasaran secara keseluruhan. Proses pemasaran dimulai jauh sejak sebelum barang diproduksi, dan tidak berakhir dengan penjualan. Kegiatan pemasaran harus dapat memberikan kepuasan pada konsumen bila menginginkan usaha berjalan terus, atau bila ingin konsumen mempunyai penilaian dan pandangan yang baik terhadap perusahaan.

Sejalan dengan uraian di atas definisi-definisi pemasaran yang dikemukakan para ahli pun bermacam-macam. William J. Stanton misalnya, mengatakan :

Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. 1)

Definisi yang diberikan oleh William J. Stanton merupakan definisi yang luas. Definisi ini dapat memberikan atau menggambarkan secara jelas arti

-----  
1)

Basu Swastha DH, T. Hani Handoko, Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen (Liberty, 1982) halaman 3.

pentingnya pemasaran. Definisi pemasaran lainnya adalah definisi yang dikemukakan oleh Alex S. Nitesenito.

Pemasaran adalah semua kegiatan yang bertujuan untuk memperlancar arus barang/jasa dari produsen ke konsumen secara paling efisien dengan maksud untuk menciptakan permintaan efektif. 2)

Selanjutnya definisi yang dikemukakan oleh Philip Kotler.

Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan pada usaha untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan melalui proses pertukaran. 3)

Menurut definisi yang diberikan oleh Philip Kotler tersebut, mula-mula manusia harus menemukan kebutuhannya dulu, lalu berusaha untuk memenuhinya dengan cara mengadakan hubungan. Singkatnya bahwa kegiatan pemasaran diciptakan oleh pembeli dan penjual. Keduanya sama-sama ingin mencari kepuasan. Pembeli berusaha memenuhi kebutuhannya, sedangkan penjual berusaha mendapatkan laba.

Sedangkan The American Marketing Association mengemukakan definisi pemasaran sebagai berikut :

Pemasaran adalah suatu kegiatan usaha yang mengarahkan aliran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen atau pemakai. 4)

-----  
2)

Alex S. Nitesenito, Marketing. (Ghalia Indonesia, 1984), halaman 13.

3)

Basu Swastha DH, Azas-azas Marketing. (Liberty, 1978), halaman 5.

4)

Ibid. halaman 7.

Definisi di atas dikemukakan tahun 1902. Pada waktu itu pemasaran masih disebut distribusi barang, dan pemasaran berpangkal pada suatu proses distribusi. Kemudian baru sesudah periode 1900-an, pemasaran dimasukkan sebagai suatu kegiatan usaha.

Dalam periode 1900 sampai 1960-an, terdapat beberapa konsep yang berbeda-beda tentang arti pemasaran. Saat itu kegiatan pemasaran dipandang sebagai :

Suatu kegiatan usaha; sebagai satu kelompok kegiatan usaha yang saling berkaitan; sebagai perwujudan niaga; sebagai suatu kerangka tujuan; sebagai fungsi penentuan kebijaksanaan yang koordinatif dan integratif; sebagai suatu proses ekonomi; sebagai suatu struktur kelengkapan; sebagai proses pertukaran atau penindahan hak milik suatu barang; sebagai suatu proses konsentrasi, ekualisasi dan dispersi; sebagai penciptaan kegunaan waktu, tempat dan pemilikan; sebagai suatu proses penyesuaian permintaan dan penawaran; dan sebagainya. 5).

## 2. Usaha-usaha untuk Meningkatkan Volume Penjualan

Kalau kita bicara tentang usaha-usaha yang harus dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan, maka pembicaraan kita tidak akan lepas dari pembicaraan tentang sebab-sebab merosotnya volume penjualan. Adapun faktor-faktor penyebab turunnya volume penjualan, selain berasal dari dalam lingkungan perusahaan itu sendiri (faktor intern) juga berasal dari luar perusahaan (faktor ekstern).

5)

Ibid. halaman 8.

Secara umum penyebab merosotnya volume penjualan dapat dibedakan atas beberapa hal yaitu :

1. Sebab intern

Turunnya volume penjualan seperti sudah dikemukakan sebelumnya dapat terjadi karena sebab intern yaitu sebab yang terjadi karena kesalahan perusahaan itu sendiri. Penyebab intern antara lain :

a. Kualitas produk turun

Turunnya kualitas produksi akan mengakibatkan kekecewaan dalam hati pembeli, dan umumnya kekecewaan ini akan diceritakan pada kawan-kawannya. Hal ini merupakan suatu iklan gratis yang mengurangi kepercayaan konsumen terhadap hasil produksi suatu perusahaan, sehingga hal ini dapat mengakibatkan turunnya volume penjualan.

Untuk dapat menetapkan apakah turunnya kualitas produk adalah merupakan sebab turunnya volume penjualan, perusahaan harus mempunyai standard tentang kualitas produksinya. Dengan jalan membandingkan standard dengan kualitas produk yang diproduksi saat itu, perusahaan akan dapat mengetahui apakah kualitas produknya masih tetap sesuai dengan standard atau apakah sudah berubah.

Untuk dapat melakukan pengawasan kualitas produksi

yang lebih baik, pertama-tama kita harus meneliti lebih lanjut apa yang menyebabkan turunnya kualitas produk tersebut. Hal yang dapat menyebabkan turunnya kualitas produk adalah :

- Kemungkinan kesalahan dalam membeli bahan baku
- Kemungkinan kesalahan dalam penyimpanan bahan baku atau barang jadi
- Kemungkinan kesalahan dari mesin atau peralatan yang digunakan
- Kemungkinan kesalahan dari orang-orang yang mengerjakan
- Kemungkinan kesalahan dalam packing

Bila telah diketahui apa penyebab turunnya kualitas produk, maka kita dapat melakukan pencegahan sedini mungkin. Misalnya, setelah dilakukan penelitian turunnya kualitas produksi disebabkan karena kesalahan dalam membeli bahan baku, maka kita dapat mengatasinya dengan cara melakukan pengawasan yang lebih baik dalam prosedur pembelian bahan baku. Bila turunnya kualitas produk disebabkan karena kesalahan dalam penyimpanan, maka dapat kita atasi dengan melakukan penyimpanan yang lebih tepat. Demikian seterusnya kita lakukan penelitian hingga turunnya kualitas produksi dapat diketahui dan segera ditanggulangi secepat mungkin agar tidak menimbulkan kerugian yang lebih besar kepada perusahaan.

b. Service yang diberikan bertambah jelek.

Bila omzet penjualan suatu perusahaan turun, maka perusahaan harus meneliti apakah kemungkinan turunnya omzet penjualan tersebut karena servicenya menurun. Bila memang demikian halnya, kita harus segera mengatasi dengan jalan meningkatkan service yang kita berikan.

Pentingnya service saat ini memang benar-benar harus disadari, baik untuk perusahaan yang bergerak di bidang jasa, perdagangan, industri maupun dalam bidang lainnya. Betapa pentingnya service ini sehingga ada suatu paneo yang mengatakan : "Pembeli adalah raja". Bahkan ada kata-kata yang lebih ekstrim lagi yang mengemukakan : "Kalau Anda tidak dapat tersenyum, jangan membuka toko".

Untuk meningkatkan kembali volume penjualan yang turun, minimal kita harus mengusahakan kembali service seperti semula. Tapi akan lebih bagus lagi bila kita dapat meningkatkannya, hingga service yang kita berikan lebih baik dari sebelumnya.

c. Sering kosongnya persediaan barang di pasaran

Kemungkinan lain sebab turunnya volume penjualan adalah karena sering kosongnya persediaan barang di pasaran. Bila setelah dilakukan penelitian bahwa turunnya volume penjualan memang ini penyebabnya,

naka perusahaan harus berusaha agar kekosongan persediaan barang ini jangan sampai terulang lagi.

Ilustrasi dari sering kosongnya persediaan barang dipasaran adalah sebagai berikut : Misalnya suatu perusahaan rokok cap "Seruling Emas" telah mendapatkan pasaran yang baik di Jakarta. Tapi karena seringnya keterlambatan dalam pengirimannya, naka menyebabkan kosongnya persediaan rokok cap "Seruling Emas" di pasaran. Hal ini menyebabkan banyak langganannya berpindah pada rokok merk lain, hingga akibatnya volume penjualan menjadi turun.

Untuk mengatasi supaya kekosongan produk di pasaran tidak terjadi lagi, kita harus mengetahui apa penyebab terjadinya kekosongan tersebut. Penyebab kekosongan ini antara lain :

- Kemungkinan terlambat dalam pengangkutan
- Kemungkinan produksi jauh lebih kecil daripada permintaan
- Kemungkinan terjadi kenacetan dalam bidang produksi.

d. Penurunan komisi penjualan yang diberikan

Apabila suatu saat terjadi penurunan volume penjualan, kita harus meneliti sebab-sebabnya. Bilanana sebelum turunnya volume penjualan, kita telah melakukan kebijaksanaan untuk menurunkan komisi penjualan

yang diberikan kepada penyalur, maka kemungkinan turunnya volume penjualan disebabkan karena turunnya komisi penjualan tersebut. Bila setelah dilakukan penelitian memang itu penyebabnya, maka kita harus meninjau kembali keputusan yang telah ditetapkan, yaitu mempertimbangkan untuk menaikkan kembali komisi penjualan kepada penyalur. Sebab penurunan komisi penjualan yang telah diberikan, dapat mengakibatkan berkurangnya semangat dan kegairahan kerja dari penyalur untuk ikut mempromosikan barang produksinya.

e. Pengetatan terhadap piutang yang diberikan

Suatu perusahaan yang dalam memasarkan produknya dilakukan dengan cara piutang, maka kemungkinan perusahaan tersebut akan mengalami beberapa resiko. Resiko-resiko tersebut antara lain : resiko tidak terbayarnya piutang-piutangnya sebagian atau seluruhnya, tertundanya pembayaran piutang, tertanannya sebagian modal dalam piutang dan sebagainya.

Karena resiko-resiko tersebut maka ada beberapa perusahaan yang mencoba mengatasinya atau paling tidak memperkecil, yaitu dengan jalan pengetatan dalam pemberian piutang kepada langganan-langganannya. Tindakan perusahaan untuk melakukan pengetatan dalam pemberian piutang, barangkali dapat memperkecil resiko yang mungkin timbul.



Meskipun demikian pemberian piutang yang terlalu ketat, mungkin akan menimbulkan efek-efek yang lebih parah dari sebelumnya. Efek negatif yang mungkin timbul dengan pengetatan piutang adalah turunnya volume penjualan. Untuk itulah bila perusahaan hendak melakukan pengetatan piutang, hendaknya dilakukan dengan hati-hati agar kemungkinan negatif dapat dieliminir.

Berdasarkan penjelasan di atas bila volume penjualan perusahaan menurun, kita harus meneliti apakah turunnya volume penjualan itu disebabkan karena adanya pengetatan dalam pemberian piutang. Bila memang demikian halnya, maka hendaknya kita melakukan peninjauan kembali terhadap keputusan tersebut.

Peninjauan kembali di sini tidaklah berarti perusahaan harus mencabut kembali usaha untuk melakukan pengetatan piutang yang diberikan. Meninjau kembali di sini berarti meneruskan kebijaksanaan yang telah ditetapkan ataupun sedikit melunakkannya.

f. Turunnya kegiatan salesman

Bagi suatu perusahaan yang dalam memasarkan produknya banyak memakai tenaga salesman, pada umumnya turunnya kegiatan salesman dapat menyebabkan turunnya volume penjualan. Salesman adalah petugas yang menawarkan produk perusahaan, baik langsung kepada pema-

kai terakhir maupun kepada penyalur.

Bila setelah dilakukan penelitian penyebab turunnya volume penjualan disebabkan turunnya kegiatan salesman, maka kita harus meneliti apa sebabnya turunnya kegiatan salesman tersebut. Adapun kemungkinan sebab-sebab turunnya kegiatan salesman adalah :

- Kemungkinan kecilnya insentif yang diberikan
- Kemungkinan terbatasnya daerah kekuasaan
- Kemungkinan kurangnya sarana penunjang

Bila telah diketahui apa penyebab turunnya kegiatan salesman, maka harus segera diatasi agar volume penjualan kembali meningkat.

#### g. Penurunan kegiatan sales promotion

Pada umumnya suatu perusahaan yang ingin mempercepat proses peningkatan volume penjualan, akan melakukan kegiatan sales promotion. Dan bilamana dirasakan volume penjualan sudah besar, perusahaan akan menurunkan kegiatan sales promotionnya sekedar untuk dapat mempertahankannya.

Meskipun demikian seringkali penurunan kegiatan sales promotion diikuti pula oleh penurunan volume penjualan. Hal ini disebabkan oleh beberapa hal, diantaranya penurunan kegiatan sales promotion dilakukan pada saat yang kurang tepat. Bilamana turunnya volume penjualan disebabkan turunnya kegiatan sales promo-

tion terbukti dalam penelitian, maka kita harus meninjau kembali hal tersebut.

Peninjauan kembali ini hendaknya dilakukan dalam jangkauan yang luas, hingga peninjauan itu dapat terjadi dalam hal cara penyajian, penetapan media untuk sales promotion dan sebagainya. Dengan demikian volume penjualan diharapkan akan meningkat seperti semula, syukur bila dapat melebihi.

#### h. Penetapan harga yang lebih tinggi

Suatu perusahaan dalam usaha untuk meningkatkan laba, adakalanya melakukannya dengan jalan menetapkan harga jual yang lebih tinggi. Dengan demikian diharapkan laba per unit menjadi lebih tinggi pula, hingga akhirnya keuntungan menjadi lebih besar.

Tapi bila kebijaksanaan ini tidak diikuti oleh perusahaan lainnya, padahal saat itu kestabilan pemasarannya belum begitu mantap, maka kemungkinan hal ini dapat menyebabkan turunnya volume penjualan. Oleh karena itu, bila turunnya volume penjualan disebabkan harga yang lebih tinggi, maka harus mengadakan peninjauan atas kebijaksanaan tersebut.

## 2. Sebab ekstern

Turunnya volume penjualan dapat pula terjadi karena sebab ekstern, yaitu sebab yang terjadi karena diluar

kekuasaan perusahaan itu sendiri. Sebab-sebab ekstern ini antara lain :

a. Perubahan selera konsumen

Apabila turunnya volume penjualan disebabkan karena perubahan selera konsumen, tindakan pertama yang harus kita lakukan adalah mempelajari perubahan selera yang bagaimanakah yang diinginkan dan untuk itu kita harus menyesuaikan dengan perubahan yang terjadi. Untuk menghindari kerugian yang lebih besar, sebenarnya kita harus selalu mengikuti perubahan selera konsumen dan segera menyesuaikan produksi kita dengan perubahan selera konsumen tersebut. Bila tidak maka dapat terjadi produksi sudah menumpuk, padahal produksi tersebut tidak dapat dipasarkan karena sudah tidak sesuai lagi dengan selera konsumen.

b. Munculnya barang pengganti

Dengan kemajuan ilmu pengetahuan yang denikian cepat, seringkali muncul produk baru yang merupakan barang pengganti dari produk lama. Dan pada umumnya barang-barang pengganti ini lebih baik dan lebih murah harganya. Misalnya ball point sebagai pengganti pena. Bila misalnya kita telah mencoba beberapa cara tapi ternyata dengan cara ini turunnya omzet penjualan tidak dapat diatasi, maka cara yang paling baik kita

lakukan adalah mengikuti arus. Artinya kita juga berusaha untuk memproduksi barang-barang pengganti tersebut.

Tapi bila situasi kita untuk memproduksi barang pengganti tidak memungkinkan, seharusnya kita tidak boleh berputus asa. Sebab seringkali kejutan barang pengganti hanya bersifat sementara, hingga untuk jangka waktu tertentu pengaruh barang pengganti akan menjadi berkurang. Berkurangnya pengaruh tersebut karena ternyata barang pengganti itu tidak dapat menggantikan secara keseluruhan.

c. Munculnya saingan baru

Munculnya saingan baru bagaimanapun pada umumnya dapat menyebabkan turunnya volume penjualan perusahaan yang telah berdiri. Turunnya volume penjualan tersebut dapat bersifat sementara maupun untuk jangka waktu yang lama. Mengapa? Dengan munculnya saingan baru berarti konsumen mempunyai pilihan yang lebih banyak, baik dari segi kualitas, service maupun harga ataupun lainnya.

Bila ternyata turunnya volume penjualan terutama disebabkan karena munculnya saingan-saingan baru, maka kita harus meneliti antara lain tentang kualitas produk kita, service yang telah kita berikan dan sebagainya bila dibandingkan dengan perusahaan baru

tersebut. Bila misalnya hal-hal seperti kualitas produk kita tetap lebih tinggi daripada kualitas produk baru tersebut, maka kemungkinan turunnya volume penjualan sifatnya hanya temporer belaka. Artinya konsumen hanya sekedar mencoba produk baru dan kemudian akan kembali menjadi langganan barang produksi kita.

Lain halnya bila berdasarkan penelitian kita perusahaan yang baru muncul tersebut mempunyai kelebihan dari kita, baik dari segi kualitas, service, ataupun lainnya. Bila terjadi hal seperti ini maka kita harus bertindak mengatasinya dengan jalan memperbaiki atau merevisi hal-hal yang kita pandang kurang dari produk kita.

#### d. Pengaruh faktor psikologi

Meskipun kualitas produk tidak berubah, service kepada langganan tidak turun, dan harga tidak dinaikkan, tapi dapat terjadi volume penjualan menjadi turun. Dan memang turunnya volume penjualan bukan karena sebab di atas tapi karena faktor psikologis. Misalnya, pernah tersiar dalam surat kabar suatu berita bahwa berdasarkan penelitian seorang dokter terhadap ayam bahwa vetsin dapat menimbulkan penyakit kanker. Lepas dari benar tidaknya hasil penelitian tersebut, tetapi publikasi semacam itu telah berpengaruh secara

psychologis yang dapat menyebabkan turunnya volume penjualan.

Untuk mengatasi turunnya volume penjualan karena faktor psikologis ini, perlu penjelasan dari wakil-wakil gabungan perusahaan, pejabat-pejabat pemerintah yang menjelaskan bahwa berita tentang hal itu tidak benar.

e. Kemungkinan adanya perubahan/tindakan baru dalam kebijaksanaan pemerintah

Cara yang paling tepat untuk mengatasi hal ini adalah dengan cara mencari informasi tentang perubahan/tindakan baru dalam kebijaksanaan pemerintah, dan mencoba menganalisa apakah hal itu ada pengaruhnya atau tidak terhadap volume penjualan. Dengan demikian perusahaan dapat bertindak sebelum volume penjualan turun. Bila turunnya volume penjualan setelah diadakan suatu penelitian karena pengaruh kebijaksanaan pemerintah, berarti penurunan volume penjualan tersebut terjadi secara menyeluruh. Dalam keadaan seperti ini perusahaan harus melaksanakan efisiensi dalam segala bidang, hingga laba perusahaan akan meningkat meskipun sulit.

f. Kemungkinan adanya tindakan dari pesaing

Meskipun suatu perusahaan telah menjaga sedemikian

rupa hingga segala sesuatu dalam perusahaannya baik, tapi ternyata volume penjualan tetap turun. Hal ini dapat terjadi karena adanya tindakan dari pesaing, misalnya dengan memberikan service yang lebih baik, meningkatkan kualitas produk, dan sebagainya.

Untuk mengatasinya kita harus mengetahui terlebih dahulu tindakan yang dilakukan para pesaing. Bila sudah kita ketahui barulah kita menganbil suatu tindakan yang dapat mengatasi turunnya volume penjualan.

### 3. Sebab intern dan ekstern

Turunnya volume penjualan dapat terjadi karena dua sebab sekaligus, yaitu sebab intern dan sebab ekstern. Artinya turunnya volume penjualan disebabkan karena kesalahan perusahaan di mana pada saat itu terjadi faktor intern yang ikut mempengaruhi turunnya volume penjualan. Misalnya, kualitas produk turun, dimana pada waktu itu keluar kebijaksanaan baru dari pemerintah yang merugikan perusahaan.

### B. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan yang belum pasti kebenarannya. Kebenaran dari hipotesis ini dapat diperoleh setelah diadakan suatu penelitian. Khususnya penelitian secara teratur dan bersifat ilmiah.



Di dalam bab terdahulu penulis telah menguraikan secara panjang lebar permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh koperasi ini. Di dalam bab terdahulu juga penulis telah merumuskan masalah yang sedang dihadapi oleh koperasi. Atas dasar perumusan masalah tersebut maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut :

"Diduga bahwa dengan mengadakan peramalan penjualan dengan menggunakan alat analisis Metode Least Square, dengan persamaan  $Y = a + bx$ , volume penjualan koperasi ini pada periode mendatang akan meningkat"

### C. Definisi Konsepsional

Secara matematis, definisi metode Least Square dengan persamaan  $Y = a + bx$  merupakan bentuk persamaan yang menggambarkan garis linier. Konstante  $a$  dan  $b$  dalam perumusan yang dipergunakan bagi penerapan garis linier melalui deret berkala merupakan nilai-nilai statistik yang, dihitung dari data sampel deret berkala yang bersangkutan.

Penarikan garis trend linier perlu dirumuskan secara singkat dan matematis agar dapat dimanifulasi lebih lanjut. Pada permulaan abad ke-19 A. Legendre telah mengemukakan suatu cara penarikan garis linier pada serangkaian data yang terdiri dari pasangan observasi variabel  $x$  dan  $y$ . Semua titik koordinat yang ada menyatakan hubungan antara periode tahun dan jumlah

penjualan, yang sebenarnya merupakan pasangan observasi variabel  $x$  dan  $y$ , bila  $x$  menyatakan variabel tahun dan  $y$  mengatakan jumlah penjualan pada periode  $x$ . Cara penarikan garis trend yang diajukan oleh Legendre seperti sudah kita ketahui disebut metode Least Square, di mana dalam perhitungannya memakai persamaan fungsi linier  $Y = a + bx$ . Metode Least Square menghendaki agar jumlah kwadrat dari semua deviasi vertikal (residu) antara titik-titik koordinat dan garis trend itu sendiri menjadi minimum. Hal ini berarti bahwa jumlah kwadrat deviasi vertikal dari nilai-nilai yang telah diobservasi ke nilai-nilai trend yang telah dihitung haruslah seminimal mungkin.

6)

Metode yang dikembangkan Legendre ini, metode Least Square, salah satu kegunaannya adalah untuk mengadakan peramalan penjualan dimasa yang akan datang. Sedangkan peramalan penjualan sendiri mempunyai kegunaan antara lain :

1. Untuk menentukan kebijaksanaan dalam persoalan penyusunan anggaran (budgeting) yang meliputi anggaran bagi segala aktifitas yang dijalankan seperti anggaran penjualan, anggaran pembelian, anggaran pemasaran, dan sebagainya.

---

6) Sofian Assauri, Managenent Produksi, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1978, halaman 143.

7) Ibid, halaman 141.

2. Untuk pengawasan dalam persediaan (inventory control)
3. Untuk membantu kegiatan perencanaan dan pengawasan produksi.
4. Untuk memperbaiki semangat kerja para pekerja (buruh) karena adanya perencanaan yang baik.
5. Dapat mengurangi banyaknya ongkos mulai (start) dan berhenti (stop) karena telah diketahuinya aktifitas yang dijalankan.
6. Merupakan ukuran yang baik untuk mengevaluasi kegiatan salesman dalam melayani daerah penjualan.
7. Berguna untuk mengadakan perencanaan (ekspansi) perusahaan.
8. Untuk mengurangi atau mengganti produk yang tidak memberikan keuntungan.
9. Untuk pengawasan pembelanjaan perusahaan (financial control).
10. Untuk penyusunan kebijaksanaan kepegawaian (personnel policies) yang lebih efektif dan efisien.

### BAB III

#### METODE PENDEKATAN

##### A. Definisi Operasional

Sebagai suatu usaha kecil yang berdiri dibawah naungan suatu perusahaan yang lebih besar, keberadaan koperasi karyawan "Mulia Sejahtera" boleh dikatakan sudah dikenal oleh seluruh karyawan perusahaan ini. Oleh karena ruang lingkup usahanya yang untuk sementara waktu hanya terbatas dalam lingkungan perusahaan, metode atau sistem pemasaran yang dilakukan oleh koperasi lebih menitik beratkan dari segi pendekatan terhadap karyawan atau terhadap anggota koperasi. Bisa juga sistem pemasaran koperasi ini disebut sebagai sistem pemasaran yang lebih menitik beratkan pada sistem kekeluargaan. Misalnya, bila seorang karyawan atau anggota koperasi memerlukan untuk berurusan dengan koperasi (terutama dalam hal keperluan untuk meminjam uang), karyawan atau anggota yang dikenal oleh pengurus merupakan prioritas utama untuk didahulukan keperluannya daripada karyawan atau anggota yang belum dikenal.

Namun ada kalanya sejumlah karyawan atau anggota koperasi yang sedang berada dalam kesulitan dalam masalah keuangan langsung menghubungi pengurus dan mengutarakan masalah dan kepentingan mereka. Hal ini sering terjadi bila ada salah seorang dari keluarga mereka sedang sakit atau meninggal dunia. Dalam hal

ini sikap pengurus akan berubah. Sesuai dengan tujuan pendirian koperasi yang lebih mengutamakan penenuhan kepentingan sosial daripada mencari laba, tanpa memperdulikan saling mengenal atau tidak terhadap anggota atau karyawan tersebut, sepanjang kepentingannya dapat dipenuhi dan tidak bertentangan dengan anggaran dasar koperasi dan juga tidak bertentangan dengan kepentingan anggota dan karyawan lain, pengurus akan memenuhi keinginan mereka.

Namun masalah-masalah semacam ini hanya sekali-sekali saja ditemui dalam koperasi ini. Selebihnya masalah yang dihadapi merupakan masalah rutin dan biasa ditemui dalam kegiatan operasionalisasi suatu perusahaan. Selebihnya, di atas segala-galanya pengurus koperasi lebih mengutamakan kepentingan anggota daripada kepentingan bukan anggota, meski untuk penenuhan kepentingan bukan anggota ini koperasi akan memperoleh imbalan yang lebih menarik. Seperti tingkat bunga yang lebih tinggi, masa pengembalian pinjaman yang lebih cepat, dan lain sebagainya.

#### B. Perincian Data yang Diperlukan

Telah disebutkan bahwa salah satu tujuan utama metode Least Square adalah untuk mengadakan peramalan penjualan suatu produk dimasa yang akan datang. Untuk itu diperlukan data-data volume penjualan selama bebe-

rapa waktu periode-periode sebelumnya. Data-data tersebut dapat berupa data per minggu, per bulan, per triwulan, per kwartal, bahkan per tahun. Dalam hubungannya dengan penyusunan skripsi ini penulis memerlukan data-data berupa data volume penjualan produk jasa koperasi karyawan "Mulia Sejahtera" selama dua belas triwulan (data dari tahun 1989 sampai dengan tahun 1992). Data-data ini merupakan data utama. Sedangkan data-data lainnya yang merupakan data penunjang penulis khususnya untuk mengisi bab IV yaitu bab hasil penelitian. Data-data ini berupa data tentang manajemen koperasi, sistem pemasaran dan lain-lainnya.

### C. Jangkauan Penelitian

Penelitian yang penulis lakukan sebagaimana telah disebutkan terdahulu adalah terletak di koperasi karyawan "Mulia Sejahtera". Penelitian tersebut memerlukan beberapa tahap, dari tahap awal berupa wawancara pendahuluan sampai dengan tahap akhir berupa pengambilan data. Untuk jelasnya jangkauan penelitian tersebut adalah :

- Tempat penelitian : Koperasi karyawan "Mulia Sejahtera"
- Awal penelitian : Januari 1992
- Waktu pengambilan data : Maret - April 1992
- Bidang penelitian : Bagian pemasaran dan bagian

keuangan koperasi karyawan  
"Mulia Sejahtera"

**D. Teknik Pengumpulan Data.**

Di dalam praktek dikenal beberapa macam teknik atau metode pengumpulan data, seperti test, questionnaire, eksperimen, interview, penelitian kepustakaan dan lain-lain. Teknik pengumpulan data yang penulis lakukan adalah :

**1. Metode penelitian kepustakaan (library research methode)**

Yaitu suatu bentuk penelitian yang hanya berdasarkan atas buku-buku atau literatur-literatur.

Penelitian dengan metode ini terutama penulis tujuan untuk mengisi sebagian besar bab II yaitu bab dasar teori.

**2. Metode penelitian lapangan (field work research methode)**

Dalam kaitannya dengan masalah ini, metode penelitian lapangan yang penulis lakukan adalah dengan cara wawancara, baik wawancara dengan pengurus koperasi ini maupun wawancara dengan para anggota dan karyawannya.

**E. Analisis dan Pengujian Hipotesis**

Hipotesis yang penulis ajukan dalam skripsi ini

seperti sudah penulis sebutkan pada halaman sebelumnya adalah : "Diduga bahwa dengan mengadakan peramalan penjualan dengan menggunakan alat analisis metode Least Square dengan persamaan  $Y = a + bx$ , volume penjualan produk koperasi ini pada periode mendatang akan meningkat".

Kriteria yang penulis gunakan untuk membuktikannya adalah sebagai berikut : e)

$$b = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{n\sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = (\sum Y - b\sum X) / n$$

Formula di atas (a dan b) disebut Least Square Methode. Kemudian bila kedua konstante a dan b tersebut disubstitusikan ke dalam persamaan  $Y = a + bx$ , maka akan diperoleh persamaan trend linier yang sudah memenuhi syarat untuk menghitung peramalan penjualan (sales forecasting) untuk periode mendatang.

Angka-angka peramalan penjualan ini hanya dapat dipakai bila faktor-faktor lainnya tetap (konsisten) atau keadaannya dalam keadaan normal. Oleh karena adanya

---

e) Anto Dayan, Pengantar Metode Statistik, Jilid I, LP3ES, 1981, halaman 343.



ketidak pastian (uncertainty) akan sesuatu yang diramalkan dapat terjadi dimasa yang akan datang, maka proyeksi atau ramalan untuk tahun-tahun mendatang tidak akan terdapat kejituan, tetapi selalu ada kesalahannya (error). Untuk memperoleh kejituan, setiap interval yang dipergunakan perlu dicari penghilang kesalahannya yaitu dengan memakai standard error ramalan (forecast). Standard error ramalan dibutuhkan untuk mengetahui batas-batas yang mungkin (probable range) dari ramalan tersebut. Standard error ramalan ini dapat dicari dengan suatu rumus. Namun perumusan itu tidak akan dibahas dalam penulisan skripsi ini, karena bukan itu tujuannya.

Selanjutnya berkenaan dengan hipotesis ini, bila dari hasil analisis ternyata volume penjualan meningkat setelah memakai metode Least Square maka hipotesis diterima, tetapi bila ternyata sebaliknya hipotesis ditolak.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### A. Gambaran Umum Perusahaan

Koperasi karyawan "Mulia Sejahtera" secara resmi didirikan pada tanggal 23 Maret 1991 dengan badan hukum No. 1183/BH/XVI/III/1991. Namun beberapa waktu sebelumnya sambil menunggu badan hukum koperasi ini selesai diproses oleh pejabat yang berwenang, koperasi ini telah menjalankan operasinya terlebih dahulu, meskipun hanya dalam skala atau ruang lingkup yang terbatas. Menurut pengurus koperasi, hal ini bisa terjadi setelah adanya kesepakatan antara anggota serta karyawan dengan para pengurus koperasi untuk mulai mengadakan kegiatan operasionalisasinya. Selain itu juga karena ada sebagian besar dari karyawan dan anggota yang benar-benar memerlukan uang sehingga harus dibantu oleh koperasi dengan segera. Singkatnya, pelayanan yang diberikan koperasi sebelum mempunyai badan hukum ini adalah pelayanan yang hanya dikhususkan kepada anggota dan karyawan yang benar-benar terdesak memerlukan uang. Hal ini disesuaikan dengan tujuan pendirian koperasi ini pertama kali yaitu hanya melayani anggota dan karyawan yang dalam keadaan darurat seperti misalnya ada anggota keluarga yang sakit, meninggal dunia, dan lainnya. Namun dalam perkembangannya dikemudian hari akhirnya kebijakan pelayanan ini dirubah dan pelayanan koperasi tidak hanya

terbatas melayani anggota dan karyawan yang mengalami musibah, tetapi dikembangkan lebih luas lagi. Seperti, keperluan untuk membeli barang konsumsi, keperluan transportasi bagi karyawan dan anggota yang sedang cuti, dan lain-lainnya.

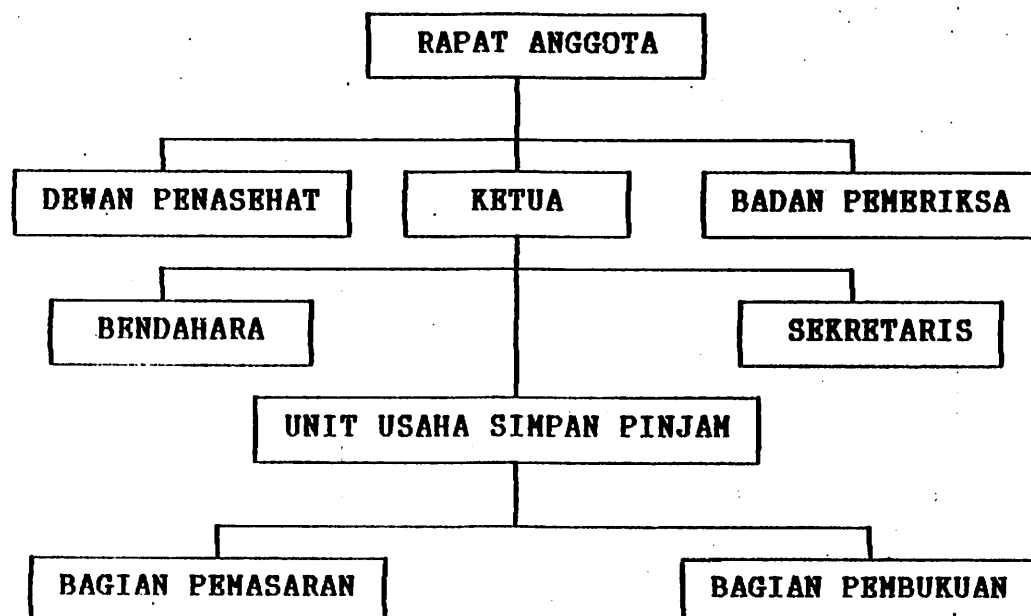
Sesuai dengan anggaran dasarnya, kepengurusan koperasi ini berjalan selama dua tahun. Dalam arti setelah dua tahun akan diadakan pemilihan kepengurusan yang baru. Kebijaksanaan yang ditempuh dalam pemilihan kepengurusan adalah dipilih dalam lingkungan perusahaan sendiri dan terdiri atas berbagai bidang pekerjaan dan keahlian. Seperti bidang personalia, bidang keuangan, bidang produksi dan bidang keamanan. Jadi dengan sendirinya yang menjadi pengurus koperasi adalah karyawan perusahaan ini sendiri. Selama ini dalam kegiatannya yang telah berlangsung cukup lama ini telah diadakan penggantian pengurus sebanyak dua kali. Sedangkan untuk kepengurusan periode tahun 1990 - 1992 terpilih antara lain :

1. Dewan penasehat : A. Rahim
2. Badan pemeriksa : Ir. Nazrin  
M. Makmur  
Suparlan
3. Ketua : Subito Suwondo  
Sugianto

- Mulyanto PW
4. Sekretaris : Murnianti.  
Fazrul Mochtar  
Sulaiman
5. Bendahara : Dani Alpin  
Hasan Achmad  
Mariana

Karena keadaannya yang belum memungkinkan, sampai sekarang ini koperasi belum mempekerjakan seorang pun karyawan.

Sedangkan struktur organisasi dari koperasi ini adalah sebagai berikut :



Dalam perkembangannya sejak berdiri koperasi

memiliki hampir tiga ratus orang anggota. Memang tidak semua karyawan perusahaan yang jumlahnya ribuan orang itu masuk dan terdaftar menjadi anggota koperasi. Hal ini disebabkan koperasi menganut sistem suka rela dalam mendapatkan anggota. Maksudnya untuk memperoleh anggota koperasi tidak mengadakan pemaksaan terhadap karyawan perusahaan. Hal ini semata hanya karena kesadarannya mereka saja. Meski demikian dalam prakteknya koperasi ini melayani juga kepentingan karyawan yang bukan anggota, meski dengan sedikit perbedaan perlakuan antara karyawan yang menjadi anggota dan tidak menjadi anggota. Misalnya, dibebankannya persentase bunga pinjaman yang lebih tinggi kepada karyawan yang bukan anggota bila mereka ingin meminjam uang kepada koperasi. Selain itu, diberikannya skala prioritas pelayanan yang utama terhadap karyawan yang masuk menjadi anggota koperasi dibandingkan dengan yang tidak masuk dan terdaftar menjadi anggota.

Berdasarkan keputusan rapat anggota yang sudah beberapa kali diadakan, koperasi menungut tiga jenis simpanan kepada anggotanya. Pertama, simpanan pokok yang ditentukan sebesar Rp 5.000,- per orang. Simpanan pokok ini penyeterannya disesuaikan dengan kemampuan anggota dan juga disesuaikan dengan statusnya dalam perusahaan. Bila seseorang anggota dalam perusahaan berstatus karyawan bulanan, maka simpanan pokok ini harus disetor

sekaligus, sedangkan bila statusnya karyawan harian maka penyetoran simpanan pokok ditetapkan dengan angsuran sebanyak dua kali. Hal ini disebabkan karena terdapatnya anggapan dikalangan pengurus bahwa kemampuan keuangan karyawan bulanan lebih tinggi bila dibandingkan dengan ke kemampuan karyawan harian. Simpanan pokok hanya diwajibkan satu kali pembayaran selama seseorang menjadi anggota koperasi. Kedua, simpanan wajib ditetapkan sebesar Rp 1.000,- per orang per bulan. Simpanan wajib harus tetap disetorkan setiap bulan selama seorang karyawan masih menjadi anggota koperasi. Ketiga, simpanan sukarela. Penyetoran simpanan sukarela tidak ada batasan sana sekali bagi para anggota. Dengan kata lain, setiap anggota bebas mau menyetor atau tidak. Namun bagi anggota yang menyimpan uangnya dalam bentuk simpanan sukarela diberikan bunga satu persen per bulan. Atau lima belas persen per tahun. Dalam prakteknya hanya sedikit sekali dari sebagian besar karyawan dan anggota yang mau menyimpan uangnya dalam bentuk simpanan sukarela.

Sejalan dengan perkembangan koperasi dan karena adanya keinginan dari sebagian pengurus dan juga juga para anggota untuk meningkatkan permodalan koperasi, maka berdasarkan hasil rapat anggota diputuskan untuk menaikkan simpanan wajib anggota dari semula sebesar Rp 1.000,- menjadi Rp 2.000,- Jumlah setoran wajib ini

disetor sekaligus baik bagi karyawan dengan status bulanan maupun karyawan dengan status harian.

Karena sering terjadi perputaran tenaga kerja di perusahaan PT.Gany Mulia Sejahtera Industrie, seperti pemutusan hubungan kerja (PHK) atau berhenti karena kehendak sendiri, maka jumlah anggota koperasi pun berputar hampir sebanding dengan jumlah karyawan pada perusahaan yang berhenti. Kalau pada saat berdirinya jumlah anggota koperasi sebanyak kira-kira 300 orang, maka saat ini hanya tinggal sekitar 200 orang. Pada umumnya yang sering terkena PHK dan berhenti bekerja ini adalah karyawan harian. Meski jumlah anggota yang terus berkurang, namun bagi sebagian besar pengurus hal ini tidak dianggap sebagai suatu masalah yang terlalu serius. Sebab menurut anggapan mereka, cepat atau lambat anggota yang keluar ini nantinya akan digantikan oleh anggota yang baru. Terlebih-lebih lagi bila suatu waktu nantinya koperasi sudah maju dan lebih dikenal, serta dapat memberikan manfaat yang lebih besar kepada seluruh anggotanya.

Telah disebutkan di atas bahwa sampai sekarang ini koperasi belum memiliki seorang pun karyawan dan pekerjaan kepengurusan koperasi sampai saat ini masih dirangkap oleh karyawan perusahaan. Dalam hal ini dipilih karyawan yang dianggap mampu dan dapat menyisihkan sedikit waktunya untuk mengurus koperasi.

Meski kadang-kadang tidak mudah untuk melakukannya, karena terlalu banyaknya kesibukan dan pekerjaan yang harus dilakukan dalam lingkungan perusahaan. Karena keterbatasan akan waktu dan harus merangkap pekerjaan inilah yang menyebabkan pengurus sulit untuk dapat mengurus administrasi koperasi dengan baik, sehingga sering terdengar ketidakpuasan dan keluhan yang dilontarkan para anggota kepada pengurus koperasi. Terutama dari anggota yang merasa pernah dirugikan oleh pengurus, misalnya secara tidak sengaja salah dalam pemotongan pengembalian pinjaman. Dalam keadaan seperti ini akhirnya mau tidak mau pengurus harus menanggapi keluhan para karyawan dan anggota dan menjelaskan kepada mereka mengapa hal seperti ini sampai terjadi. Biasanya sebagian besar anggota dan karyawan dapat menahami setelah diberikan penjelasan oleh pengurus.

#### B. Prosedur Peminjaman Uang

Karena jangkauan pemasaran yang untuk sementara waktu hanya berada di dalam lingkungan PT.Gany Mulia Sejahtera Industrie, koperasi karyawan "Mulia Sejahtera" tidak memiliki prosedur khusus dalam memasarkan produknya. Biasanya karyawan yang berkepentingan dengan koperasi, misalnya hendak meminjam uang, langsung mengajukan surat permohonan kepada pengurus koperasi dengan diketahui oleh pengawas atau atasannya masing-



masing dalam lingkungan perusahaan. Hal ini dimaksudkan untuk menguatkan posisi anggota atau karyawan yang bersangkutan dalam urusannya dengan koperasi. Selain itu juga untuk memberikan sedikit tanggung jawab kepada atasannya berkenaan dengan bawahannya yang akan meminjam uang kepada koperasi. Sebab pengawas atau atasan ini merupakan orang pertama yang mengenali bawahannya, terutama tentang kejujurannya. Dengan demikian bila sudah diketahui oleh atasan bahwa anggota atau karyawan yang akan meminjam uang ini merupakan karyawan atau anggota yang diragukan niat baiknya atau kejujurannya, dengan sendirinya pengawas atau atasan ini dapat memberikan informasi kepada pengurus koperasi. Dengan demikian akhirnya pengurus koperasi dapat mengambil langkah-langkah pencegahan yang sedini mungkin sehingga dapat mengurangi terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan terhadap koperasi. Seperti, resiko larinya anggota atau karyawan setelah meminjam uang kepada koperasi ataupun resiko lainnya. Hal-hal semacam ini memang pernah terjadi pada koperasi sebelumnya.

Setelah permohonan dari anggota yang akan meminjamkan uang masuk kepada pengurus koperasi, maka ketua koperasi akan menyeleksi nama-nama anggota atau karyawan yang diberikan prioritas untuk diberikan pinjaman terlebih dahulu. Tidak semua karyawan atau anggota yang mengajukan permohonan peminjaman uang akan dilayani. Hal

ini juga tergantung dari kondite anggota atau karyawan yang bersangkutan pada masa-masa sebelumnya. Dan juga seperti sudah disebutkan sebelumnya tergantung dari laporan langsung atasan atau pengawasnya. Bila misalnya sebagian besar pengurus pernah merasakan suatu ketidakberesan terhadap anggota atau karyawan ini atau terdapat laporan yang negatif dari pengawas atau atasannya mengenai dirinya, maka permohonannya tidak akan dilayani. Atau meskipun dilayani namun permohonannya tidak akan dikabulkan semua. Bila misalnya dia memerlukan pinjaman uang yang agak besar, namun pinjaman ini akan dikurangi sehingga resiko kerugian pada koperasi dapat diperkecil dan anggota atau karyawan yang bersangkutan juga tidak mengetahui bahwa dia sedang berada dalam daftar hitam dalam urusannya dengan koperasi.

Kebijaksanaan yang ditempuh oleh koperasi adalah membebankan sekaligus di muka bunga pinjaman. Hal ini juga dimaksudkan untuk mengurangi resiko yang terlalu besar kepada koperasi, bila terjadi sesuatu hal yang tidak diinginkan terhadap anggota atau karyawan yang baru meminjam. Selain pemotongan bunga pinjaman ini juga dapat diberikan kepada anggota atau karyawan lain yang akan meminjam. Bunga pinjaman yang ditetapkan adalah sebesar 2,5 % per bulan bagi anggota koperasi dan 3,5 % per bulan bagi yang bukan anggota. Jadi misalnya bila

seorang anggota koperasi meminjam uang Rp 50.000,- maka anggota ini hanya akan menerima sejumlah Rp 47.500,- (bagi bukan anggota atau karyawan hanya sejumlah Rp 46.500,-) Masa pengembalian bagi anggota dan bukan anggota adalah sama yaitu selama dua bulan. Hanya saja bagi karyawan atau anggota dengan status harian ditetapkan selama empat kali angsuran (karyawan atau anggota karyawan harian dalam perusahaan menerima gaji sebanyak dua kali dalam satu bulan), sedangkan karyawan atau anggota bulanan sebanyak dua kali angsuran. Selama ini kebijaksanaan yang ditempuh oleh pengurus koperasi adalah memberikan pinjaman yang tidak terbatas (dalam arti sebatas keperluannya) kepada anggota, sepanjang koperasi mampu untuk memenuhinya. Namun ada lagi faktor lain yang dilihat oleh pengurus dalam menentukan besarnya pinjaman yaitu faktor penghasilan yang diperoleh dalam perusahaan. Dalam anggaran dasar memang telah ditentukan bahwa hak dan kewajiban setiap anggota adalah sama. Namun untuk mengamankan keuangan koperasi dan juga untuk mendidik anggota atau karyawan agar tidak mengeluarkan uang yang melebihi penghasilannya, maka ditentukan bahwa penghasilan dalam perusahaan merupakan faktor lain yang menentukan besarnya pinjaman yang dapat diberikan kepada anggota atau karyawan.

Bila ketua koperasi telah menyetujui pinjaman seorang anggota atau karyawan, maka formulir permohonan

pinjaman segera diserahkan kepada bagian keuangan. Bagian keuangan segera menyiapkan bukti-bukti pinjaman. Selanjutnya pinjaman anggota atau karyawan yang bersangkutan segera dibawa kepada bendahara untuk dibayarkan. Berdasarkan keputusan sebelumnya bahwa pengambilan pinjaman ditentukan pada pukul 12.00 sampai dengan pukul 13.00 siang. Waktu-waktu tersebut merupakan waktu istirahat karyawan dan agar tidak mengganggu pekerjaan kantor maka ditentukan waktu pengambilan pinjaman atau keperluan lainnya yang berhubungan dengan keuangan pada waktu-waktu tersebut. Selebihnya tidak akan dilayani, kecuali bila ada hal-hal tertentu yang sangat mendesak dan tidak memungkinkan untuk ditinggalkan.

Untuk memudahkan administrasi pengurus koperasi mengambil kebijaksanaan memotong dengan segera pinjaman anggota dari balas jasa berupa gaji yang diterima dari perusahaan. Hal ini juga dimaksudkan untuk menghindari atau setidaknya mengurangi kemungkinan adanya kecurangan-kecurangan yang dilakukan anggota dan karyawan dalam urusannya dengan pengembalian pinjaman kepada koperasi. Untuk memudahkan urusan ini telah dipilih pengurus yang ada hubungannya dengan tugas pembayaran gaji yaitu bagian personalia.

Dengan kebijaksanaan peninjaman seperti diuraikan di atas maka jumlah pinjaman yang telah dikeluarkan oleh koperasi adalah seperti yang terlihat pada tabel 1.

Tabel 1: Jumlah pinjaman anggota/non-anggota Kopkar "Mulia Sejahtera" kuartal I tahun 1989 sampai dengan kuartal I tahun 1992.

No. Urut	TAHUN	KWARTAL	JUNLAH
1.	1989	I	Rp 9,000,000
2.		II	Rp 10,750,000
3.		III	Rp 11,500,000
4.	1990	I	Rp 13,000,000
5.		II	Rp 15,750,000
6.		III	Rp 16,000,000
7.		IV	Rp 15,800,000
8.	1991	I	Rp 17,000,000
9.		II	Rp 14,250,000
10.		III	Rp 13,000,000
11.		IV	Rp 11,000,000
12.	1992	I	Rp 7,500,000

Sumber : Bagian Pembukuan Kopkar "Mulia Sejahtera"

## BAB V

### ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### A. Analisis

Telah dikemukakan dalam uraian sebelumnya bahwa analisis data dengan menggunakan Metode Least Square mempunyai beberapa macam tujuan. Salah satu diantaranya adalah ditujukan untuk mengadakan peramalan penjualan produk (baik barang maupun jasa) di masa-masa yang akan datang. Dalam uraian sebelumnya juga telah disebutkan bahwa untuk mencapai tujuan di atas dan juga untuk mendapatkan hasil akhir yang lebih tepat dan akurat, diperlukan data-data penunjang berupa data-data penjualan produk perusahaan yang bersangkutan pada periode-periode sebelumnya. Data-data tersebut seperti telah disebutkan terdahulu dapat berupa data mingguan, bulanan, triwulan, kwartalan atau malah dapat berupa data tahunan. Dalam hubungannya dengan penyusunan skripsi ini penulis menggunakan data berupa data kwartalan (data-data ini tercantum pada halaman 42). Pemilihan data berupa data kwartalan ini adalah agar hasil akhir yang penulis peroleh nantinya berupa angka-angka hasil peramalan penjualan itu bisa lebih tepat dan terarah. Hal ini dimaksudkan agar tujuan penulisan skripsi ini bisa lebih mengena pada sasaran. Hingga akhirnya manfaat dari hasil akhir skripsi ini selain bisa digunakan oleh penulis secara pribadi juga dapat

digunakan oleh pihak lain yang berkepentingan, terutama pengurus koperasi karyawan "Mulia Sejahtera" beserta anggota-anggotanya.

Telah disebutkan dalam bab sebelumnya bahwa analisis dengan menggunakan metode, Least Square (Least Square Methode) memerlukan persamaan normal sebagai berikut :

$$b = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{n\sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = (\sum Y - b\sum X) / n$$

di mana  $n$  = jumlah pasang observasi atau pengukuran, sedangkan ko-efisien  $b$  disebut ko-efisien regresi.

Selanjutnya konstante  $b$  dan  $a$  diolah sedemikian rupa untuk mendapatkan formula berupa persamaan  $Y = a + bx$ . konstante ini merupakan nilai taksir dan berguna sebagai alat analisis untuk mendapatkan nilai akhir yang berupa hasil peramalan.

Untuk mendapatkan nilai  $\sum X$ ,  $\sum XY$ , dan  $\sum Y$  digunakan persamaan duga dengan metode Least Square di atas. Prosedur perhitungannya dapat dilihat pada tabel 2 pada halaman 45.

Berdasarkan angka-angka pada tabel 2 tersebut lalu dicari konstante  $b$  dan  $a$  dengan memakai persamaan  $Y = a + bx$  di atas. Perhitungannya dapat dilihat pada halaman berikut.

Tabel 2: Perhitungan data pinjaman dengan menggunakan Metode Least Square

No. Urut	TAHUN	KWARTAL	X	JUMLAH PINJAMAN (Y)	XY	X <sup>2</sup>
1.	1989	II	-11	9,000,000	(99,000,000)	121
2.		III	-9	10,750,000	(96,750,000)	81
3.		IV	-7	11,500,000	(80,500,000)	49
4.	1990	I	-5	13,000,000	(65,000,000)	25
5.		II	-3	15,750,000	(47,250,000)	9
6.		III	-1	16,000,000	(16,000,000)	1
7.		IV	1	15,800,000	15,800,000	1
8.	1991	I	3	17,000,000	51,000,000	9
9.		II	5	14,250,000	71,250,000	25
10.		III	7	13,000,000	91,000,000	49
11.		IV	9	11,000,000	99,000,000	81
12.	1992	I	11	7,500,000	82,500,000	121
			0	154,550,000	6,050,000	572

$$\begin{aligned}
 b &= \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \\
 &= \frac{12(6.050.000) - 0(154.550.000)}{12(572) - (0)^2} \\
 &= \frac{72.600.000 - 0}{6.864 - 0} \\
 &= \frac{72.600.000}{6.864} \\
 &= 10.577 \\
 &=====
 \end{aligned}$$



Sedangkan hasil perhitungan konstante a adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 a &= (\Sigma Y - b \Sigma X) / n \\
 &= (154.550.000 - 10.577(0)) / 12 \\
 &= 154.550.000 / 12 \\
 &= 12.879.167 \\
 &=====
 \end{aligned}$$

Berdasarkan nilai-nilai atau konstante a dan b di atas, lalu dicari nilai ramal (taksir) hasil penjualan pada kuartal II tahun 1992 dengan menggunakan persamaan  $Y = a + bx$ .

Dari perhitungan di atas maka didapatkan model regresi linier sebagai berikut :

$$Y = 12.879.167 + 10.577x$$

Persamaan regresi di atas dapat digunakan untuk menaksir nilai y bila nilai x telah didapatkan. Bila diterapkan pada perhitungan di atas maka nilai x adalah 13 (lihat tabel 2). Dengan demikian maka :

$$\begin{aligned}
 Y &= a + bx \\
 &= 12.879.167 + 10.577(13) \\
 &= 12.879.167 + 137.501 \\
 &= 13.016.668 \\
 &=====
 \end{aligned}$$

Nilai y (hasil penjualan) yang dihasilkan adalah sebesar Rp 13.016.668,- yang merupakan nilai ramal atau

taksir hasil penjualan produk jasa koperasi karyawan "Mulia Sejahtera" pada kuartal II tahun 1992. Dengan hasil tersebut maka penulis memberanikan diri untuk mengatakan bahwa hasil penelitian penulis terbukti karena hasil yang diperoleh dalam periode tersebut lebih besar (meningkat) daripada periode sebelumnya (kuartal I tahun 1992).

#### B. Pembahasan

Koperasi karyawan "Mulia Sejahtera" dalam melakukan penjualan produk jasanya cenderung untuk menunggu konsumen yang datang, meskipun potensi untuk itu cukup luas. Hal ini dapat dilihat dari kecenderungan merosotnya volume penjualan dari satu periode ke periode lainnya secara drastis sekali. Kalau dilihat dari data yang ada selama kuartal I tahun 1991 koperasi berhasil menjual produknya dalam jumlah yang cukup besar yaitu sejumlah Rp 17.000.000,- Namun setelah itu volume penjualan koperasi dari satu periode ke periode lain cenderung untuk terus merosot sampai akhirnya berada pada titik paling rendah yaitu pada kuartal I tahun 1992 sebesar Rp 7.500.000,- Hal ini berbeda sekali dengan hasil perhitungan yang diperoleh dengan menggunakan nilai ramal dengan persamaan  $Y = a + bx$ , dimana hasil perhitungan itu pada kuartal tersebut mengalami kenaikan yang cukup berarti. Hal ini dapat dilihat dari jumlah penjualan yang cenderung untuk

meningkat dari satu periode ke periode lainnya.  
Contohnya adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Kwartal III tahun 1992 : } Y &= a + bx \\ &= 12.879.167 + 10.577(15) \\ &= 13.037.822 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Kwartal IV tahun 1992 : } Y &= a + bx \\ &= 12.879.167 + 10.577(17) \\ &= 13.058.976 \end{aligned}$$

Demikian seterusnya volume penjualan itu akan terus meningkat dari satu periode ke periode lainnya sejalan dengan berlalunya waktu.

Sementara itu nilai atau hasil penjualan berdasarkan peramalan yang didapatkan pada kwartal II tahun 1992 adalah Rp 13.016.668,- sedangkan nilai penjualan produk jasa koperasi pada periode sebelumnya (kwartal I tahun 1992) sebesar Rp 7.500.000,- Dengan demikian terdapat kenaikan sebesar Rp 5.516.668,- dalam nilai penjualan selama kwartal II tahun 1992. Dalam perhitungan ini nilai  $y$  sebesar Rp 13.016.668,- seperti sudah dikatakan sebelumnya merupakan nilai taksir atau nilai ramal dan nilai ini tidak akan sama dengan nilai atau hasil yang didapatkan berdasarkan hasil observasi atau penelitian langsung di lapangan.

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya maka penulis memberikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Volume penjualan produk jasa simpan pinjam koperasi karyawan "Mulia Sejahtera" pada kuartal II tahun 1992 mengalami kenaikan atau lebih besar daripada volume penjualan pada kuartal I tahun 1992. Singkatnya, jika pada kuartal I tahun 1992 volume penjualan tersebut sebesar Rp 7.500.000,-, maka volume penjualan pada kuartal berikutnya yaitu kuartal II tahun 1992 adalah sebesar Rp 13.016.688,-. Jadi volume penjualan tersebut mengalami kenaikan sebesar Rp 5.516.688,-. Atas dasar ini penulis berkesimpulan bahwa analisis penulis dapat diterima dan hipotesis yang penulis ajukan terbukti kebenarannya.
2. Nilai ramalan atau taksiran volume penjualan produk jasa koperasi pada kuartal II tahun 1992 mengalami kenaikan sebesar Rp 5.516.688,-. Jumlah ini boleh dikatakan merupakan jumlah kenaikan yang cukup besar, setidaknya-tidaknya jika hal ini diperbandingkan dengan volume penjualan beberapa periode terakhir yang pada umumnya cenderung untuk mengalami penurunan secara terus-menerus.

## B. Saran-saran

1. Dalam uraian di atas penulis mengatakan bahwa analisis penulis terbukti kebenarannya. Atas dasar ini penulis mengajukan saran agar koperasi ini mencoba untuk menerapkan penggunaan analisis penjualan secara ilmiah, khususnya mencoba untuk menerapkan penggunaan metode Least Square (Least Square Methode) dalam kegiatan operasionalisasinya. Sebab dengan penerapan ini nantinya koperasi akan mempunyai suatu landasan atau pedoman kerja dalam usaha untuk meningkatkan volum penjualannya hingga akhirnya koperasi juga dapat mencapai tujuan akhirnya yaitu berupa sisa hasil usaha (SHU) yang cukup besar.
2. Penerapan metode Least Square itu juga hendaknya dibarengi oleh semangat kerja dan dedikasi yang tinggi dari pengurus koperasi demi kemajuan koperasi di masa yang akan datang.

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- ASSAURI, S. 1978. Management Produksi, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- DAYAN, A. 1981. Pengantar Metode Statistik, Jilid I, LP3ES, Jakarta.
- MUNANDAR, M. 1986. Budgeting Perencanaan Kerja Pengkoordinasian Kerja Pengawasan Kerja, Edisi I, BPFK, Yogyakarta.
- NITISEMITO, A. 1984. Marketing, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- RADIOSUNU, 1980. Manajemen Pemasaran, Bagian Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- SARWOKO, dan HALIH, A. 1989. Manajemen Keuangan (Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan), Buku 1, BPFK, Yogyakarta.
- SUTOJO, S. 1983. Kerangka Dasar Manajemen Pemasaran, LPPM dan PT. Pustaka Binana Pressindo, Jakarta.
- SWASTHA DH, B. dan HANDOKO, H. 1982. Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen, Liberty, Jakarta.
- SWASTHA DH, B. 1978. Azas-azas Marketing, Liberty, Jakarta.
- WINARDI. 1981. Manajemen Pemasaran, CV. Sinar Baru, Bandung.