

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Peningkatan pertumbuhan ekonomi suatu Negara dapat dilihat berdasarkan pendapatan penduduk yang merata. Oleh karena itu pertumbuhan ekonomi harus diarahkan pada upaya peningkatan pendapatan masyarakat serta mengatasi ketimpangan ekonomi dan kesenjangan sosial. Berkaitan dengan hal tersebut peran usaha nasional yang meliputi usaha Negara, swasta dan koperasi menjadi sangat penting. Koperasi sebagai sokoguru mempunyai kedudukan dan peran yang sangat strategis dalam menumbuhkan dan mengembangkan potensi ekonomi rakyat. Oleh karena itu, koperasi secara bersama-sama dan berdampingan dengan usaha Negara dan swasta harus mampu menjadi penggerak utama pembangunan dan dapat berperan dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi melalui pemerataan kegiatan pembangunan dan memperluas kesempatan kerja dan lapangan kerja. Koperasi harus tumbuh menjadi badan usaha dan sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang sehat, tangguh, kuat dan mandiri serta berfungsi sebagai wadah untuk menggalang ekonomi rakyat.

Dalam menjalankan usahanya koperasi mengalami persaingan yang cukup ketat dengan muncul dan berkembangnya pesaing seperti produsen kebutuhan pokok, lembaga keuangan bukan bank pemberi kredit

yang mempunyai sasaran usaha yang sama dengan koperasi. Namun dengan adanya hal seperti itu tidak akan menghambat perkembangan usaha koperasi, sebab koperasi pun mengembangkan usahanya dengan berbagai bidang usaha yang bisa tercipta dikoperasi.

Berdasarkan prinsip koperasi yang berwatak sosial yang tidak mementingkan keuntungan semata akan tetapi peduli dengan kesejahteraan anggotanya. Tujuan koperasi dikatakan bahwa “koperasi memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya.”¹ Banyak usaha yang dilakukan koperasi salah satunya adalah menarik minat anggota dan masyarakat salah untuk meminati badan usaha koperasi tersebut. Karena itu perlu dilakukan perbaikan dan pengembangan terhadap koperasi. Koperasi pun harus tetap berhati-hati dalam menghadapi pesaing-pesaing yang ada.

Koperasi Karya Husada RSUP Persahabatan memosisikan sejajar dengan perusahaan yang berada dibidang penjualan dan memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi volume penjualannya, diantaranya yaitu kualitas produk, harga barang, mutu pelayanan, promosi, potongan harga, dan penjualan secara kredit dapat meningkatkan volume penjualannya. Dengan meningkatnya volume penjualan yang ada dikoperasi maka akan meningkatkan jumlah SHU pada koperasi Karya Husada dan pembagian SHU pada anggota akan semakin lebih besar.

¹ Arifin Sitio dan Halomoan Tamba, Koperasi Teori danPraktik (Jakarta: Erlangga, 2001) , p. 19

Dengan begitu maka koperasi pun akan tercapai tujuannya yaitu mensejahterakan anggota.

Kualitas produk diindikasikan berpengaruh pada penjualan kredit pada koperasi Karya Husada. Jika kualitas barang yang dijual memiliki reputasi yang baik maka dapat meningkatkan volume penjualan. Dengan ketertarikan para anggota dengan adanya kualitas yang baik maka penjual bisa lebih membeli barang yang dibutuhkan melalui koperasi saja terlebih dengan adanya sistem pembelian kredit terhadap barang-barang dikoperasi tersebut. Kualitas yang diberikan koperasi dengan baik maka para anggota koperasi pun tidak ragu untuk melakukan pembelian barang secara kredit.

Harga barang diindikasikan berpengaruh pada penjualan kredit, dengan perbandingan harga yang tidak jauh dengan harga tunai maka anggota dapat tertarik untuk melakukan pembelian secara kredit. Harga barang yang ditawarkan oleh koperasi berpengaruh terhadap ketertarikan untuk melakukan pembelian barang secara kredit, dengan ketertarikan para anggota itu maka akan meningkatkan volume penjualan koperasi. Pembelian tersebut bisa dipotong melalui gaji para anggota setiap bulannya, yang anggotanya adalah pegawai dan petugas kesehatan Rumah Sakit Persahabatan. Sehingga gaji para anggota dapat digunakan untuk keperluan lain dan pembelian tersebut dapat membantu para anggota untuk memenuhi kebutuhannya.

Mutu pelayanan diindikasikan berpengaruh terhadap volume penjualan, dengan mutu pelayanan yang baik maka para konsumen yang

terdiri atas anggota koperasi Karya Husada akan semakin tertarik untuk melakukan pembelian tunai ataupun kredit. Jika pelayanan yang dilakukan lebih baik lagi dan melakukan penjelasan terhadap penjualan kredit dengan baik maka jumlah penjualan secara kredit akan meningkat dan volume penjualan pun akan lebih meningkat lagi.

Promosi koperasi mempunyai indikasi berpengaruh terhadap penjualan kredit koperasi Karya Husada sehingga dengan tingkat promosi baiknya koperasi tersebut maka para anggota pun akan tertarik untuk melakukan pembelian barang dengan kredit. Biasanya promosi bisa sampai melalui pesan dari orang ke orang yang anggotanya itu sendiri adalah para pegawai dan perawat Rumah Sakit Persahabatan. Akan lebih baik jika promosi terhadap koperasi dilakukan dengan lebih menarik lagi dengan begitu usaha penjualan kredit akan terlihat dan diketahui anggota maka dengan sendirinya akan meningkatkan jumlah volume penjualan pada koperasi. Hal lain yang dapat dilakukan koperasi dalam memotivasi konsumen dalam melakukan pembelian adalah dengan cara promosi. Karena promosi maka konsumen akan mengenal barang yang akan dijual oleh koperasi.

Potongan harga dapat menarik konsumen untuk melakukan suatu pembelian, sehingga volume penjualan yang ada dikoperasi dapat meningkat. Dengan adanya potongan harga maka konsumen dapat tertarik untuk membeli barang di koperasi. Jika para anggota koperasi dapat mengetahui potongan harga terhadap pembelian barang dengan baik maka

itu dapat menambah volume penjualan di koperasi Karya Husada RSUP Persahabatan.

Volume penjualan dapat meningkat dengan adanya penjualan secara kredit terhadap barang-barang kebutuhan tertentu, hal ini penting dilakukan agar konsumen tidak berpindah dan memilih produk dari tempat lain. Penjualan kredit tersebut bisa dilakukan dengan peningkatan mutu/kualitas dari suatu barang, dan kebijakan dalam menentukan kebijakan harga yang sesuai dan cocok dengan daya beli anggota koperasi.

Dalam menghadapi kondisi koperasi saat ini dengan semakin tingginya persaingan dengan badan usaha lain maka koperasi harus mencari strategi dalam penjualan. Beberapa caranya adalah dengan penjualan kredit dan potongan harga, dengan penjualan kredit maka akan memberi keringanan bagi konsumen karena tidak harus membayar secara langsung. Dengan adanya potongan harga bagi anggota maka dapat meningkatkan jumlah anggota koperasi dan meningkatkan jumlah konsumen koperasi yang secara langsung akan meningkatkan volume penjualan. Akan tetapi keringanan tersebut akan menarik minat konsumen untuk membeli. Dengan begini maka tujuan yang dilakukan koperasi adalah meningkatkan volume penjualannya. Untuk mencapai keuntungan koperasi mengenakan bunga sebesar 2% menurun dari setiap barang yang dibeli secara kredit. Akan tetapi koperasi menjamin kualitas akan barang yang dijual secara kredit tersebut kepada pelanggan/anggota koperasi. Dengan adanya sistem penjualan kredit maka koperasi bertujuan untuk

mensejahterakan anggotanya disaat kebutuhan yang semakin tinggi namun biaya yg harus dikeluarkan semakin besar maka untuk menanggulangi masalah tersebut dibuatlah sistem penjualan yang berbentuk kredit tersebut.

Usaha yang terdapat di koperasi Karya Husada RSUP Persahabatan terdiri atas beberapa bidang usaha yaitu diantaranya adalah, unit usaha simpan pinjam, unit usaha toko, unit usaha kredit barang, kerjasama dengan bank syariah Mandiri. Barang-barang yang dijual secara kredit meliputi berbagai kebutuhan anggotanya, diantaranya adalah kebutuhan primer berupa makanan pokok ataupun berbentuk kebutuhan sekunder seperti sepeda motor, laptop, ataupun handphone bagi anggota. Jumlah anggota koperasi dari tahun ke tahun mengalami kenaikan dan penurunan Jumlah anggota koperasi yang terdiri dari pada pegawai RSUP Persahabatan adalah sebagai berikut.

Tabel I.1

Tahun	Jumlah Anggota
2008	1552
2009	1564
2010	1538
2011	1512
2012	1556

Pada saat ini SHU dari keseluruhan unit usaha yang ada di Koperasi Karya Husada mengalami penurunan dari sebesar Rp.612.251.115,- pada tahun 2009 dan kemudian menjadi Rp. 270.510.652,- pada tahun 2010. Pada tahun sebelumnya yaitu tahun 2008

SHU Kokarda adalah sebesar Rp. 724.144.524,- dan pada tahun sebelumnya lagi yaitu tahun 2007 adalah sebesar Rp. 681.988.889,-. Penjelasan tersebut menjelaskan bahwa terjadi fluktuasi jumlah SHU setiap tahunnya.

Hal tersebut dikarenakan berkurangnya jumlah peminjam, baik pinjaman berbentuk uang ataupun peminjaman angsuran yang berbentuk pembelian kredit, dan sejak bulan Juni 2009 bunga pinjaman yang dibayar anggota sebesar 2% hanya 1% yang masuk ke koperasi sedangkan 1% nya masuk kesimpanan peminjam sebagai tabungan dihari tua yang bisa diambil jika anggota keluar. Untuk itu koperasi Karya Husada RSUP Persahabatan menekankan dan lebih menarik perhatian anggota/konsumen dengan menjual barang-barang kebutuhannya dengan cara penjualan kredit. Hal ini diharapkan dapat mempengaruhi anggota untuk membeli pada koperasi tersebut.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap volume penjualan?
2. Apakah terdapat pengaruh harga barang terhadap volume penjualan?

3. Apakah terdapat pengaruh mutu pelayanan terhadap volume penjualan?
4. Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap volume penjualan?
5. Apakah terdapat pengaruh penjualan kredit terhadap volume penjualan?
6. Apakah terdapat pengaruh potongan harga terhadap volume penjualan?
7. Apakah terdapat pengaruh penjualan kredit dan potongan harga terhadap volume penjualan?

C. Pembatasan Masalah

Dilihat dari identifikasi masalah di atas, ternyata masalah volume penjualan menyangkut aspek, dimensi, dan lingkup permasalahan yang luas. Berhubung penelitian dilakukan sesuai dengan fenomena yang ada maka pada Koperasi Karya Husada RS Persahabatan penelitian ini dibatasi hanya pada masalah “Pengaruh Penjualan Kredit dan Potongan Harga terhadap Volume Penjualan”.

D. Perumusan Masalah

Sesuai dengan pembatasan masalah di atas, maka perumusan masalah yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh Penjualan Kredit terhadap Volume Penjualan di Koperasi Karya Husada RS Persahabatan?
2. Apakah terdapat pengaruh Potongan Harga terhadap Volume Penjualan di Koperasi Karya Husada RS Persahabatan?
3. Apakah terdapat pengaruh Penjualan Kredit dan Potongan Harga terhadap Volume Penjualan di Koperasi Karya Husada RS Persahabatan?

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk:

1. Kegunaan Teoritis

Menambah pengetahuan dan pengalaman serta meningkatkan wawasan berfikir yang telah diperoleh mengenai pengaruh antara penjualan kredit dan potongan harga terhadap volume penjualan.

2. Kegunaan Praktis

Digunakan sebagai salah satu bahan masukan untuk pihak Koperasi Karya Husada untuk meningkatkan penjualan kredit dan menambah potongan harga sehingga dapat menaikkan volume penjualan.

BAB II

PENYUSUNAN KERANGKA TEORITIS DAN PERUMUSAN

HIPOTESIS

A. Deskripsi Teoritis

1. Volume Penjualan

Penjualan adalah proses perpindahan hak milik akan suatu barang atau jasa dari tangan pemiliknya kepada calon pemilik baru (pembeli) dengan suatu harga tertentu, dan harga tersebut diukur dengan satuan uang. Tujuan kegiatan penjualan yang dilakukan oleh perusahaan adalah untuk meningkatkan volume penjualan sehingga dapat diperoleh laba yang maksimal. Dengan adanya penjualan ini perusahaan akan menghasilkan pendapatan yang dapat digunakan untuk menjalankan operasional perusahaan sehingga perusahaan bisa tumbuh dan berkembang sesuai dengan yang telah diharapkan. Oleh karena itu perusahaan harus berusaha untuk selalu menghasilkan tingkat penjualan yang tinggi setiap periodenya. Total penjualan yang dicapai selama periode tertentu itu disebut volume penjualan.

Volume Penjualan digunakan untuk mengukur efektivitas penjualan perusahaan, menilai biaya, kontribusi keuntungan, tingkat pengembalian modal, dan sisa dari keuntungan. Pengertian volume penjualan juga bisa diartikan sama dengan total penjualan.

Penjualan dalam koperasi menentukan sukses atau tidaknya usaha koperasi. Apabila penjualan dari tahun ke tahun meningkat maka koperasi

tersebut mampu menghasilkan keuntungan atau laba. Dengan begitu maka koperasi mampu membiayai seluruh kegiatan usaha koperasi. Ini berarti koperasi tidak berhasil dalam usahanya, dengan demikian koperasi akan tutup usaha.

Prastowo dan Julianti mengungkapkan bahwa : “total penjualan sama dengan harga jual per unit dikalikan dengan total unit yang dijual”.² Volume penjualan tersebut tidak hanya yang sudah dicapai, tetapi juga target penjualan pada waktu tertentu juga bisa dikatakan sebagai volume penjualan.

Volume penjualan bisa digunakan untuk menilai kinerja perusahaan terutama manajemen pemasarannya dalam hal pemasaran produk-produknya. Selain itu, meningkatnya volume penjualan bisa menandakan bahwa kebutuhan masyarakat akan produk tersebut meningkat. Oleh karena itu perusahaan harus selalu meningkatkan kualitas dan melakukan inovasi terus menerus agar perusahaan tidak kehilangan konsumen akibat kejenuhan atau ada produk lain yang lebih tinggi kualitasnya dengan harga yang lebih terjangkau. Volume penjualan merupakan pilihan terbaik dalam membantu perencanaan dan pengendalian suatu program pemasaran.

Menurut Syahrul dan Nizar, penjualan adalah “pendapatan yang diterima dari pertukaran barang atau jasa dan dicatat untuk satu periode akuntansi tertentu, baik berdasarkan kas (sebagaimana diterima) atau berdasarkan akrual (sebagaimana diperoleh)”.³

² Dwi Prastowo dan Rifka Julianty, Analisis Laporan Keuangan (konsep dan aplikasi), (Yogyakarta: YPKN, 2002), p.148.

³ Syahrul dan Muhammad Afdi Nizar, Kamus Istilah Akuntansi, (Jakarta: Balai Pustaka, 2000), p.746.