

PENGARUH TINGKAT SUKU BUNGA, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP PENINGKATAN OMZET PADA PERUM PEGADAIAN CABANG POSO

*Palata Luru *)*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat suku bunga, promosi dan lokasi terhadap peningkatan omzet pinjaman pada Perum Pegadaian Cabang Poso. Data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data primer dan data sekunder. Data ini dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian diperoleh secara parsial variabel tingkat suku bunga (X1) promosi (X2) dan lokasi (X3) berpengaruh signifikan terhadap variabel omzet pinjaman. Dan secara simultan menunjukkan bahwa variabel tingkat suku bunga (X1) promosi (X2) dan lokasi (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel omzet pinjaman. Dengan $\alpha = 0,05$.

Kata Kunci : Suku Bunga, Promosi, Lokasi, Omzet Penjualan.

*) Dosen pada Fakultas Ekonomi Universitas Sintuwu Maroso

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia dewasa ini segala hal dirasakan begitu cepat berubah, perubahan tersebut membawa nilai dan pengaruhnya masing-masing, ada pengaruh yang bersifat positif dan ada yang bersifat negatif. Apabila dilihat dalam konteks organisasi, perubahan tersebut dapat membawa ke arah persaingan yang semakin lama semakin ketat sehingga untuk dapat bertahan dalam persaingan itu banyak organisasi bisnis atau perusahaan baik yang bersifat pabrikasi atau *service* (jasa) melakukan penyesuaian-penyesuaian organisasional maupun struktural dalam mengantisipasi perubahan tersebut.

Sejalan dengan perkembangan ekonomi pertukaran dengan cara barter bergeser sesuai dengan perkembangan peranan uang, yaitu penggunaan uang sebagai alat pembayaran yang kemudian dilakukan pertukaran dengan cara penundaan pembayaran, artinya uang, barang atau jasa diterima sekarang dan dikembalikan pada masa yang akan datang. Dalam kehidupan sehari-hari dikenal dengan istilah kredit, Kredit adalah suatu pemberian prestasi yang kontra prestasinya akan terjadi pada suatu waktu di hari yang akan datang.

Usaha dalam rangka untuk memperbesar omzet penerimaan perusahaan, berbagai cara yang dilakukan yaitu tingkat suku bunga pinjaman, promosi dan lokasi. kebanyakan perusahaan menjual produknya dengan cara kredit. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan omzet pinjaman perusahaan.

Kegiatan promosi sangat dibutuhkan oleh suatu perusahaan di dalam memasarkan produknya, karena terdapat pesaing yang dapat mempengaruhi penjualan perusahaan, maka diperlukan promosi guna dapat mempengaruhi kepada calon pembeli dan untuk memberikan pemahaman kepada calon pembeli/konsumen. Tujuan promosi adalah memberi informasi, menarik perhatian dan selanjutnya memberi pengaruh meningkatnya penjualan.

Sehubungan dengan hal tersebut, pengusaha jasa dituntut bagaimana mengelola usaha dengan baik, hal ini dilakukan dengan beberapa faktor antara lain dengan meningkatkan promosi, serta meningkatkan kualitas pelayanan (lokasi) yang dibutuhkan konsumen/pengguna sehingga akan menimbulkan daya tarik bagi konsumen/pengguna yang menggunakannya dan pelayanan yang dikehendaki para konsumen sesuai tingkat kepuasan.

Hal tersebut tidak terkecuali pada Perum Pegadaian Cabang Poso yang mana dalam kegiatan sehari-harinya menyalurkan dana kepada masyarakat. Dalam kegiatan pemasarannya, Perum Pegadaian Cabang Poso mempromosikan produknya menggunakan publikasi yaitu melalui surat kabar dan brosur-brosur serta lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka penulis dapat merumuskan masalah pokok sebagai berikut :

1. Apakah tingkat suku bunga pinjaman berpengaruh terhadap peningkatan omzet pinjaman pada Perum Pegadaian Cabang Poso.
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap peningkatan omzet pinjaman pada Perum Pegadaian Cabang Poso.
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap peningkatan omzet pinjaman pada Perum Pegadaian Cabang Poso.
4. Apakah tingkat suku bunga pinjaman, promosi dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap peningkatan omzet pinjaman pada Perum Pegadaian Cabang Poso.

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Untuk Mengetahui Pengaruh tingkat suku bunga pinjaman terhadap peningkatan omzet pinjaman pada Perum Pegadaian Cabang Poso.

2. Pengaruh promosi terhadap peningkatan omzet pinjaman pada Perum Pegadaian Cabang Poso.
3. Pengaruh lokasi terhadap peningkatan omzet pinjaman pada Perum Pegadaian Cabang Poso.
4. Pengaruh tingkat suku bunga pinjaman, promosi dan lokasi secara simultan terhadap peningkatan omzet pinjaman pada Perum Pegadaian Cabang Poso.

D. Kegunaan Penelitian

1. Sebagai masukan bagi manajemen perusahaan, khususnya dalam pengambilan keputusan tentang tingkat suku bunga pinjaman, promosi dan lokasi terhadap peningkatan omzet pinjaman pada Perum Pegadaian Cabang Poso.
2. Memberikan informasi tambahan bagi pihak yang berkepentingan untuk mengadakan penganalisaan lebih lanjut tentang tingkat suku bunga pinjaman, promosi dan lokasi terhadap peningkatan omzet pinjaman pada Perum Pegadaian Cabang Poso.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Biaya

Untuk memberikan gambaran mengenai pengertian biaya, berikut ini akan dikemukakan beberapa pendapat dari para ahli. Menurut Ikatan Akuntan Indonesia, (IAI) (1994 : 15) yang dimaksud dengan biaya adalah ; “Pengorbanan ekonomis yang diperlukan untuk memperoleh barang dan jasa”.

Biaya dalam kaitannya dalam organisasi perusahaan adalah sumber ekonomi yang perlu dikeluarkan oleh organisasi perusahaan untuk digunakan membiayai aktivitas usahanya. Hal tersebut dikemukakan oleh Mardiasmo (1994 : 4), seperti dikutip “Biaya adalah penggunaan sumber-sumber ekonomi yang diukur dengan satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk obyek atau tujuan tertentu”.

Secara umum dapat penulis kemukakan bahwa biaya adalah merupakan suatu pengorbanan yang dikeluarkan oleh perusahaan atau organisasi untuk membiayai operasi usahanya. Tanpa adanya biaya tersebut, maka kegiatan operasi usaha tidak mungkin berjalan dengan baik.

Menurut Harnanto (1992 : 24) pengertian biaya dalam arti luas yaitu “Biaya (*cost*) adalah jumlah uang yang dinyatakan dari sumber-sumber (ekonomi) yang dikorbankan terjadi atau akan terjadi untuk mendapatkan sesuatu atau mencapai tujuan tertentu”.

Berdasarkan pada pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa setiap pengorbanan atau biaya yang dikeluarkan untuk tujuan usaha, diharapkan akan memberikan suatu hasil yang lebih besar di masa yang akan datang.

B. Tingkat Suku Bunga Pinjaman

Dalam kontrak penjualan angsuran seringkali atas jumlah angsuran yang terutang dibebani dengan bunga karena jangka waktu pembayarannya cukup lama. Bunga (*Interest*) adalah pembayaran untuk pemakaian uang. Bunga merupakan kelebihan kas yang diterima atau dibayarkan kembali untuk dan diatas jumlah yang diinvestasikan atau pinjaman yang diberikan (pokok).

Menurut Kieso, Weygand, Warfield, (2002:22) mengemukakan variable-variable dalam perhitungan bunga, yaitu:

- (a). *Principal* (pokok hutang), adalah jumlah yang dipinjamkan atau diinvestasikan.
- (b). Suku Bunga (*Interest Rate*), adalah persentase dari pokok hutang yang beredar.
- (c). Waktu (*Time*), adalah jumlah tahun atau bagian fraksional dari tahun ketika jumlah pokok hutang itu beredar.

Beberapa cara untuk menghitung bunga dalam penjualan angsuran, antara lain sebagai berikut :

- (a). Bunga dihitung dari sisa hutang yang belum dilunasi.

Bunga dihitung berdasarkan sisa hutang yang belum dilunasi pada awal periode. Oleh karena jumlah sisa hutang yang belum dilunasi dari periode ke periode selalu menurun. Cara itu sering disebut dengan sistem bunga menurun atau bunga dihitung secara anuitas

- (b). Bunga dihitung dari pokok penjualan.

Bunga untuk setiap periode dihitung berdasarkan pokok pinjaman awal. Oleh karena itu pokok pinjaman awal itu jumlahnya selalu tetap maka jumlah bunga juga selalu tetap.

C. Pengertian Promosi

Promosi merupakan suatu kegiatan untuk meningkatkan tingkat penjualan atau memperkenalkan barang baru agar dapat diterima oleh konsumen. Suatu produk berapapun manfaatnya akan tetapi jika tidak dikenal oleh konsumen maka produk tersebut tidak akan diketahui manfaatnya dan mungkin tidak dibeli oleh konsumen.

Philip Kotler (1997 : 64) mendefinisikan bahwa: "Promosi merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya dan untuk meyakinkan konsumen agar melakukan pembelian".

Adapun pengertian promosi menurut Basu Swastha (1995 : 349) sebagai berikut

:

- (a). Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.
- (b). Promosi adalah semua jenis kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan.

Selanjutnya Soehardi Sigit (1992 : 53) mengemukakan pendapatnya tentang promosi yakni “Promosi adalah setiap bentuk komunikasi yang digunakan oleh perusahaan untuk memberi tahu (informasi), membujuk, atau mengingatkan orang mengenai produk jasa, bayangan (*image*), gagasan (*ide*) atau keterlibatan perusahaan dan masyarakat dengan maksud agar orang dapat menerimanya dan melakukan perbuatan sebagaimana dikehendaki oleh perusahaan (pemasar)”.

Dari pengertian diatas jelas bahwa pada dasarnya promosi merupakan usaha dalam bidang informasi yang pada pokoknya menitikberatkan pada tindakan yang menciptakan permintaan dalam pemasaran.

D. Pengertian Lokasi

Mursid (1997 ; 116) mendefinisikan pengertian lokasi yakni “Lokasi perusahaan adalah suatu tempat di mana perusahaan itu melakukan kegiatan fisik. Kedudukan perusahaan dapat berbeda dengan lokasi perusahaan, karena kedudukan perusahaan adalah kantor pusat dari kegiatan fisik perusahaan”.

Sedangkan Supriyono (1993 : 27) mengemukakan bahwa : “Lokasi adalah merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan individu atau konsumen dalam melakukan pembelian. Lokasi yang jaraknya jauh dan susah dijangkau oleh konsumen karena terbatasnya fasilitas penunjang yang ada, cenderung tidak digunakan untuk membeli, akan tetapi lokasi yang jaraknya dekat dan ditunjang oleh tersedianya berbagai fasilitas akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian atas produk atau jasa yang dibutuhkannya saat itu.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa lokasi suatu perusahaan yang akan dipilih oleh konsumen dalam memenuhi kebutuhannya juga akan sangat mempengaruhi perilaku konsumen. Lokasi yang ditunjang oleh jaraknya yang dekat dari tempat konsumen serta tersedianya fasilitas penunjang lainnya, akan mendorong mereka untuk memilih lokasi perusahaan tersebut dalam pemenuhan kebutuhannya atas barang dan jasa yang diinginkan.

E. Pengertian Omzet / Jumlah Penjualan

Beberapa para ahli telah memberikan definisi yang berbeda-beda tentang penjualan, tetapi pada prinsipnya mempunyai tujuan yang sama yaitu bagaimana barang dan jasa dapat sampai ke tangan konsumen dalam waktu dan jumlah yang tepat serta dengan harga yang layak sesuai dengan kemampuan konsumen.

Buchari (1998. 3) mengemukakan definisi penjualan yakni “Penjualan adalah proses dimana sang penjual memastikan dan memuaskan kebutuhan atau keinginan sang pembeli agar dicapai manfaat baik bagi sang penjual maupun bagi sang pembeli berkelanjutan dan menguntungkan kedua belah pihak”.

Sedangkan Basu Swastha dan Irawan (1995 : 64) mengemukakan tentang definisi penjualan yaitu : “Penjualan adalah suatu tindakan atau proses yang dilakukan sang penjual dan pembeli dengan adanya transaksi yang saling menguntungkan antara penjual dan pembeli”.

Pemahaman diatas mendefinisikan penjualan dengan suatu dasar pemikiran bahwa kegiatan penjualan bukan hanya menjual barang/jasa yang ditawarkan, tetapi memperlancar pertukaran juga merupakan kegiatan penjualan. Dari pengertian tersebut di atas, maka secara umum dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah merupakan sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan serta mendistribusikan barang dan jasa dari produsen ke konsumen melalui perpindahan fisik barang dan jasa yang dimaksud.

F. HIPOTESIS

1. Ada pengaruh nyata bahwa tingkat suku bunga pinjaman berpengaruh terhadap peningkatan omzet pinjaman pada Perum Pegadaian Cabang Poso
2. Ada pengaruh nyata bahwa promosi berpengaruh terhadap peningkatan omzet pinjaman pada Perum Pegadaian Cabang Poso.
3. Ada pengaruh nyata bahwa lokasi berpengaruh terhadap peningkatan omzet pinjaman pada Perum Pegadaian Cabang Poso.
4. Ada pengaruh nyata bahwa tingkat suku bunga pinjaman, promosi dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap peningkatan omzet pinjaman pada Perum Pegadaian Cabang Poso.

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan pada Kantor Perum Pegadaian Cabang Poso, Pemilihan tempat penelitian ini didasarkan atas pertimbangan bahwa Perum Pegadaian Cabang Poso merupakan salah satu perusahaan yang memiliki omzet pinjaman yang cukup signifikan.

Waktu yang digunakan dalam penelitian ini selama 2 (dua) bulan yakni bulan Maret s/d April 2013.

B. Metode Penelitian

1. Statistik Deskriptif

Untuk emberikan gambaran mengenai demografi responden penelitian (umur, jenis kelamin, pekerjaan) dan deskripsi mengenai variabel-variabel penelitian (tingkat suku bunga pinjaman, promosi dan lokasi). Penelitian ini menggunakan tabel distribusi frekuensi absolut yang menunjukkan angka rata-rata, median, kisaran dan deviasi standar.

Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Sebelum pengumpulan data dilakukan, maka perlu dilakukan uji coba instrumen terlebih dahulu, guna mengetahui tingkat validitas dan reliabilitasnya. Dari hasil uji validitas dan reliabilitas, maka dapat diketahui apakah instrumen tersebut layak atau tidak untuk digunakan.

Untuk mengetahui apakah instrumen tersebut valid, maka digunakan uji validitas dengan menggunakan analisis kesahihan butir, dengan teknik korelasi *product moment* atau yang biasa disebut momen tangkar.

b. Uji Reliabilitas

Uji keandalan dilakukan terhadap pertanyaan-pertanyaan yang sudah valid, guna mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran kembali terhadap gejala yang sama. Dalam penelitian ini akan menggunakan konsistensi internal untuk mengukur reliabilitas alat ukur. Adapun metode perhitungan koefisien reliabilitas yang digunakan adalah metode *Alpha Crobach*.

c. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dimaksudkan untuk mengetahui apakah model regresi linear berganda yang digunakan untuk melakukan analisis telah memenuhi asumsi normalitas, multikolinieritas dan heterokedastisitas.

C. Metode Pengumpulan Data

1. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang secara langsung diperoleh dari perusahaan sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari laporan-laporan yang mempunyai kaitan dengan masalah yang dibahas.

2. Teknik Pengumpulan Data

- a. Observasi, yaitu mengadakan pengamatan langsung, sekaligus mencatat hal-hal yang ditemui di lokasi penelitian
- b. Wawancara, yaitu melakukan tanya jawab secara langsung dengan para responden.
- c. Kuesioner, yaitu membuat suatu daftar pertanyaan yang diberikan kepada responden.

D. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menggunakan jasa Perum Pegadaian Cabang Poso Metode penentuan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* adalah “teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan, yaitu mereka yang datang menggunakan jasa pada Perum Pegadaian Cabang Poso yang ditemui selama 2 minggu.

E. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi

2. Analisis Inferensial

Statistik inferensial, (disebut juga statistik probabilitas) adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi dengan model Regresi Linear Berganda.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

Sebagai salah satu BUMN yang berada di lingkungan Departemen Keuangan R.I. Pegadaian merupakan lembaga keuangan non bank dengan kegiatan usaha sebagai berikut :

1. Kredit gadai

Kredit gadai merupakan fasilitas kredit/pinjam jangka pendek dalam skala kecil guna memenuhi kebutuhan dana yang harus dipenuhi pada saat ini juga dengan prosedur yang mudah, aman, cepat, dengan jaminan barang bergerak (mudah dijual kembali) secara hukum gadai.

Secara hukum gadai, artinya pada saat pembeli pinjam, si debitur (nasabah) menyerahkan harta geraknya kepada si kreditur (pegadaian) sebagai barang jaminan dengan hak untuk menjual jika si debitur tidak melunasi pinjamannya (menebus) pada saat jatuh tempo. Dalam hal ini nasabah tidak menebus, barang jaminan akan dilelang. Jumlah pinjaman antara Rp. 20.000,00 sampai Rp. 20.000.0000,00.

2. Jasa Taksiran

Jasa taksiran adalah fasilitas pelayanan untuk mengetahui kualitas barang perhiasan. Maksud pelayanan jasa taksiran adalah memberikan pelayanan yang optimal kepada masyarakat sesuai dengan kemampuan perusahaan.

3. Jasa Titipan

Jasa Titipan adalah fasilitas pelayanan penitipan harta/barang-barang dan surat-surat berharga yang perlu dijaga keamanannya agar tidak sampai hilang, rusak atau disalah gunakan orang lain, yang sifatnya sementara.

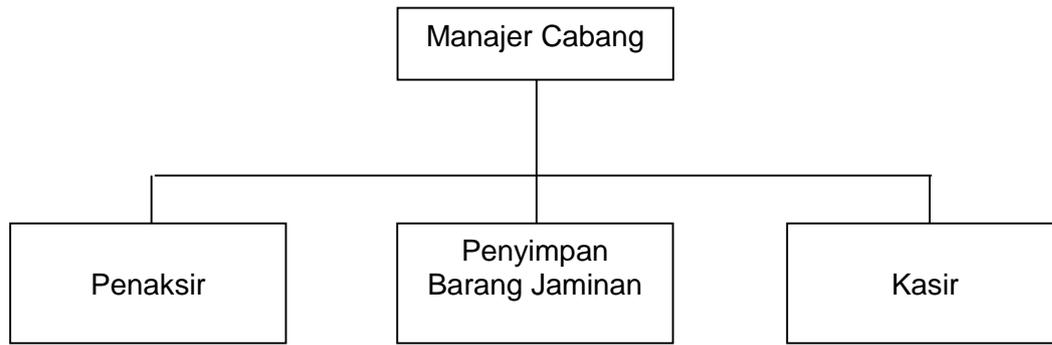
4. Gold Counter (Galeri 24)

Gold Counter adalah tempat penjualan perhiasan eksklusif yang terjamin kualitas dan keasliannya.

B. Struktur Organisasi

Perum Pegadaian Cabang Poso menggunakan organisasi Line Organization dimana garis perintah dari pimpinan menuju pada organisasi pelaksana, sementara arus informasi dari bawah / pelaksana kepada pimpinan/manajer berbentuk usulan dan tanggung jawab.

GAMBAR II
STRUKTUR ORGANISASI
PERUM PEGADAIAN CABANG POSO



Sumber Data : Perum Pegadaian Cabang Poso

C. Gambaran Umum Responden

Rincian penjelasan distribusi dan pengembalian kuisisioner penelitian dijelaskan pada Tabel. 4.1.:

Tabel. 4.1.
Rincian Distribusi Dan Pengembalian Kuisisioner

Keterangan	Jumlah
Kuisisioner yang didistribusikan	50
Kuisisioner yang kembali	42
Kuisisioner tidak kembali	5
Kuisisioner yang kembali tidak lengkap	3
Kuisisioner yang diolah	42
Kuisisioner yang dianalisis	42

Sumber : Data Kuisisioner diolah kembali

Dari kuisisioner yang disebarakan pada nasabah/konsumen menggunakan jasa pada Perum Pegadaian Cabang Poso, total kuisisioner yang kembali berjumlah 42. Kuisisioner yang tidak kembali 5 buah, dan kuisisioner yang tidak dapat digunakan dalam analisis selanjutnya karena jawaban yang tidak lengkap 3.

Tabel. 4.2.
Deskripsi Responden Berdasarkan Umur

Keterangan	Minimum	Maksimum	Mean (Rata-Rata)
Umur	17 Tahun	58 Tahun	35.89 (36) Tahun

Sumber : Data Kuisisioner diolah kembali

Tabel. 4.2. menjelaskan bahwa dari jawaban responden terungkap bahwa responden yang menjadi nasabah/konsumen menggunakan jasa pada Perum Pegadaian Cabang

Poso umur yang tertinggi 58 tahun dan terendah 17 tahun dengan rata-rata 35.89 (36 tahun).

Tabel. 4.3.
Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Dan Pekerjaan

Keterangan		Jumlah (Frekwensi)	Persentase
Jenis Kelamin	Wanita	29 Orang	69,05
	Pria	13 Orang	30,95
Pekerjaan	Peg. Negeri	5 Orang	11,90
	Peg. Swasta	6 Orang	14,29
	Petani	5 Orang	11,90
	Ped.Wiraswasta	4 Orang	9,52
	Mahasiswa/Pelajar	4 Orang	9,52
	Guru/Dosen	4 Orang	9,52
	TNI/Polri	4 Orang	9,52
	Ibu Rumah Tangga	8 Orang	19,05

Sumber : Data Kuisisioner diolah kembali

Tabel. 4.3. menjelaskan dari jawaban responden terungkap bahwa responden yang menjadi nasabah/konsumen menggunakan jasa pada Perum Pegadaian Cabang Poso untuk jenis kelamin wanita berjumlah 29 orang dan pria berjumlah 13 orang. Sedangkan dilihat dari pekerjaan responden menggunakan jasa pada Perum Pegadaian Cabang Poso bahwa Pegawai.Negeri berjumlah 5 orang, Pegawai Swasta berjumlah 6 orang, petani 5 orang, Pedagang/Wiraswasta 6 orang, Mahasiswa/Pelajar 4 orang, Guru/Dosen 4 orang, TNI/Polri berjumlah 4 orang dan Ibu Rumah Tangga 8 orang.

D. Pengukuran Pengaruh Tingkat Suku Bunga Pinjaman, Promosi dan Lokasi Terhadap Omzet Pinjaman Pada Perum Pegadaian Cabang Poso

1. Uji Asumsi Klasik

Untuk memperoleh model regresi yang baik, maka terhadap model persamaan regresi yang terbentuk perlu dilakukan beberapa uji asumsi yaitu uji *Multikolinieritas*, *heterokedastisitas*, *normalitas* dan *autokorelasi*.

a. Uji Asumsi Multikolinieritas

Hasil uji asumsi *Multikolinieritas* dari model regresi yang terbentuk tersaji pada Tabel. 4.4.

Tabel. 4.4.
Hasil Uji *Multikolinieritas* Regresi Berganda

			Variance Proportions
--	--	--	----------------------

Model Dimension	Eiqenvalue	Condition Index	(constanta)	Tingkat suku bunga pinjaman	Promosi	Lokasi
1	4.897	1.000	.00	.00	.00	.00
2	.065	8.657	.00	.01	.98	.02
3	.102	13.358	.03	.14	.01	.96
4	.082	9.606	.00	.81	.00	.01
5	.133	14.255	.05	.04	.01	.00

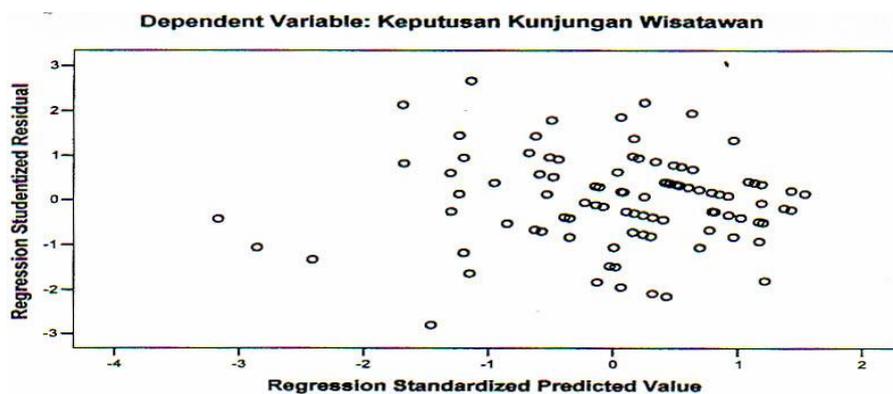
Sumber : data diolah

Berdasarkan Tabel di atas, terlihat bahwa semua variabel memiliki nilai *eigen* lebih dari *Condition Index*nya dibawah dari 15 dan diatas dari 0, sehingga hal ini memberi makna bahwa model regresi tersebut tidak ada terdapat gejala *Multikolinieritas*.

b. Uji Asumsi Heteroskedasitisitas

Deteksi adanya *Heteroskedasitisitas* dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu *pada Scatterplot* yang terbentuk. Hasil uji asumsi *Heteroskedasitisitas* dari model regresi yang terbentuk tersaji pada gambar 4.1.

Gambar 4.1.
Hasil Uji *Heteroskedasitisitas*

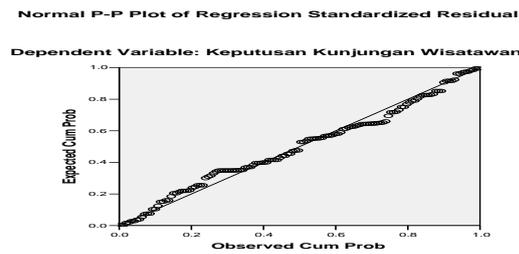


Berdasarkan Gambar 4.1. di atas, terlihat titik-titik tidak menyebar secara acak, dan hal ini menunjukkan tidak terjadi *Heteroskedasitisitas*

c. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi tersebut mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah data tedistribusi normal. Untuk mengetahuinya dapat dilihat melalui grafik pada Gambar 4.

Gambar. 4.2.
Uji normalitas



Pada Gambar 4.2. terlihat titik-titik menyebar disekitar garis dan searah dengan garis diagonal. Dengan demikian model regresi ini mempunyai distribusi normal.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Dari pengolahan analisis regresi linear berganda terhadap tingkat suku bunga pinjaman (X1), promosi (X2), dan lokasi (X3), daya terhadap omzet pinjaman (Y) didapatkan model regresi sebagai berikut :

$$Y = 2,577 + 0,290X_1 + 0,156X_2 + 0,180X_3$$

Yang terlihat pada 4.5. menunjukkan semua variabel bebas itu berpengaruh positif terhadap omzet pinjaman.

Tabel. 4.5.
Hasil Analisis regresi Linear Berganda

Variabel	Koef. Regresi	t hitung	Sig
Konstanta	2,577	4,523	0,000
Faktor Tingkat Suku Bunga Pinjaman (X1)	0,290	2,162	0,032
Faktor Promosi (X2)	0,156	4,495	0,000
Faktor Lokasi (X3)	0,180	2,707	0,008
Multiple R = 0,519		F hitung = 12,099	
R square = 0,270		Sig. = 0,000	
Adjusted R Square = 0,247			

Sumber : Lampiran

Angka Multiple R sebesar 0,519 menunjukkan variabel independen berupa tingkat suku bunga pinjaman (X1), promosi (X2), lokasi (X3), mempunyai korelasi atau hubungan kuat terhadap variabel terikat omzet pinjaman (Y) spada Perum Pegadaian Cabang Poso. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,270, hal ini berarti bahwa 27% variasi dari naik turunnya omzet pinjaman pada Perum Pegadaian Cabang Poso dapat dijelaskan oleh variabel suku bunga pinjaman (X1), variabel promosi (X2), dan faktor lokasi (X3). Sedangkan sisanya sebesar 73% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak teranalisis dalam penelitian ini.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Hipotesis Koefisien Regresi Secara Parsial (t value)

Langkah selanjutnya dilakukan terhadap pengaruh parsial masing-masing koefisien variabel independen tingkat suku bunga pinjaman (X1), promosi (X2), dan lokasi (X3), secara parsial berpengaruh signifikan terhadap omzet pinjaman pada Perum Pegadaian Cabang Poso (Y) untuk itu dapat dilakukan dengan membandingkan antara nilai Probabilitas $t (p) < \alpha = 0,05$. untuk lebih jelas lihat Tabel. 4.5.

b. Uji Hipotesis Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Berdasarkan hipotesis keempat yang diajukan dalam penelitian ini bahwa faktor tingkat suku bunga pinjaman (X1), faktor promosi (X2), dan faktor lokasi (X3), secara serempak (simultan) berpengaruh signifikan terhadap omzet pinjaman pada Perum Pegadaian Cabang Poso (Y), Untuk membuktikan hal tersebut dapat melihat hasil analisis uji F atau uji serempak, diketahui bahwa nilai sig F = 0,000, hal ini menunjukkan bahwa ketiga faktor tersebut diatas ternyata secara simultan mempunyai pengaruh signifikan atau nyata terhadap variabel tidak bebasnya pada taraf nyata 5% ($p < 0,05$) Variabel tingkat suku bunga pinjaman berpengaruh terhadap omzet pinjaman pada Perum Pegadaian Cabang Poso karena tingkat suku bunga pinjaman sangat berarti dan meringankan beban pembayaran dalam setiap kali membayar kewajiban bagi nasabah/konsumen Perum Pegadaian Cabang Poso.

Variabel promosi berpengaruh terhadap omzet pinjaman pada Perum Pegadaian Cabang Poso. Karena dalam promosi, nasabah/konsumen dapat mengetahui tentang produk yang ditawarkan oleh Perum Pegadaian karena tidak semua masyarakat mengetahui tentang produk yang ditawarkan oleh Perum Pegadaian Cabang Poso. Hal ini yang menyebabkan faktor promosi dominan berpengaruh terhadap omzet pinjaman pada Perum Pegadaian Cabang Poso.

Variabel lokasi mempengaruhi omzet pinjaman pada Perum Pegadaian Cabang Poso karena dengan lokasi konsumen mudah menjangkau Perum Pegadaian Cabang Poso.

Dari semua koefisien regresi variabel independen yang signifikan bernilai positif hal ini berarti jika variabel tingkat suku bunga disesuaikan oleh perusahaan, promosi ditingkatkan dan lokasi yang strategis serta mudah dijangkau oleh konsumen maka omzet penjualan akan mengalami peningkatan.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Uji secara parsial (t value) yang menunjukkan variabel tingkat suku bunga pinjaman (X1) terhadap omzet pinjaman (Y), pada Perum Pegadaian Cabang Poso. berpengaruh signifikan. Dan untuk variabel promosi (X2) terhadap omzet pinjaman pada Perum Pegadaian Cabang Poso (Y), berpengaruh signifikan. Dan untuk variabel lokasi (X3) terhadap omzet pinjaman pada Perum Pegadaian Cabang Poso (Y), berpengaruh signifikan.
2. Uji simultan, variabel tingkat suku bunga pinjaman (X1), promosi (X2), dan lokasi (X3), berpengaruh signifikan terhadap omzet pinjaman pada Perum Pegadaian Cabang Poso (Y).

B. Saran

1. Perum Pegadaian Cabang Poso, untuk lebih meningkatkan upaya-upaya dan perhatiannya terhadap tingkat suku bunga, promosi dan lokasi untuk meningkatkan omzet pinjaman pada Perum Pegadaian Cabang Poso.
2. Perum Pegadaian Cabang Poso untuk melakukan penelitian atau suatu kegiatan-kegiatan terhadap variabel bebas yang secara simultan sangat berpengaruh guna untuk meningkatkan omzet pinjaman pada Perum Pegadaian Cabang Poso.

DAFTAR PUSTAKA

- Buchari, Alma. 1998. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Basu Swastha, , dan Irawan. 1995. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Penerbit Liberty.
- Harnanto. 1992. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta : Edisi pertama. Gadjah Mada : Penerbit BPFE.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 1994. *Prinsip Akuntansi Indonesia*. Edisi Revisi Kedua. Jakarta : Penerbit PT. Rineka Cipta.
- Kieso, Donald E., Jerry J. Weygandt., dan Terry D. Warfield. 2002. *Akuntansi Intermediate*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta Lembaga : Penerbit FEUI.
- Mardiasmo. 1994. *'Akuntansi Biaya'*. Yogyakarta : Andy Offset. Penentuan HPP.
- Mursid. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Penerbit Bumi Aksara.
- Soehardi, Sigit. 1992. *Pemasaran Praktis*. Edisi Ketiga. Yogyakarta : Penerbit BPFE.
- Supriyono. 1993. *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta : Penerbit BPFE.