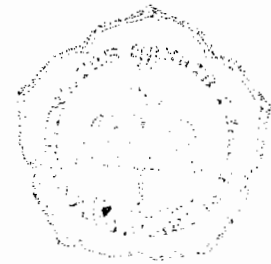


**HUBUNGAN ANTARA PEMENUHAN KRITERIA PEMILIHAN PENGECEK
DALAM MEMBERIKAN PIUTANG DAGANG DENGAN KINERJA
PENJUALAN PENGECEK**

**(Studi Kasus Pada Perusahaan Distributor PT. GAYAMINDO KERTA dan Pengecer Produk
Perusahaan Distributor PT. GAYAMINDO KERTA
di Kota Yogyakarta Tahun 2003)**

S k r i p s i

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Akuntansi**



Oleh :

OKTAVIANUS

NIM : 942114120
NIRM : 940051121303120115

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA**

2005

**HUBUNGAN ANTARA PEMENUHAN KRITERIA PEMILIHAN PENGECEER
DALAM MEMBERIKAN PIUTANG DAGANG DENGAN KINERJA
PENJUALAN PENGECEER**

**(Studi Kasus Pada Perusahaan Distributor PT. GAYAMINDO KERTA dan Pengecer
Produk Perusahaan Distributor PT. GAYAMINDO KERTA
di Kota Yogyakarta Tahun 2003)**

S K R I P S I

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Akuntansi**

Oleh :

OKTAVIANUS

**NIM : 942114120
NIRM : 940051121303120115**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA
2005**

S k r i p s i

**HUBUNGAN ANTARA PEMENUHAN KRITERIA PEMILIHAN
PENGECEK DALAM MEMBRIKAN PIUTANG DAGANG DENGAN
KINERJA PENJUALAN PENGECEK**

**(Studi Kasus Pada Perusahaan Distributor PT. GAYAMINDO KERTA dan
Pengecek Produk Perusahaan Distributor PT. GAYAMINDO KERTA
di Kota Yogyakarta Tahun 2003)**

oleh :

OKTAVIANUS

NIM : 942114120

NIRM : 940051121303120115

Telah disetujui oleh :

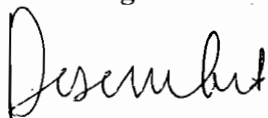
Pembimbing I



Drs. A. Triwanggono, M.S.

Tanggal 18 September 2004

Pembimbing II



D. Desembriarto, S.E., M.Si.

Tanggal 5 Oktober 2004

Gagasan bahwa uang tidak dapat membeli kebahagiaan sebenarnya dilontarkan oleh orang-orang kaya, agar orang-orang miskin tidak terlalu iri hati kepada mereka...!!!

*.....Syukur kepada Allah Bapa Di Surga;
Terima kasih tak terhingga kepada Ch. Etti Puji Lestari S.E.
Atas Cinta, Kasih dan Pengertian akan Aku.....*

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa yang saya tulis ini tidak memuat karya atau bagian karya orang lain, kecuali yang telah disebutkan dalam kutipan dan daftar pustaka, sebagaimana layaknya karya ilmiah.

Yogyakarta, 19 Januari 2005

Penulis,



Oktavianus

ABSTRAK

HUBUNGAN ANTARA PEMENUHAN KRITERIA PEMILIHAN PENGECEER DALAM MEMBERIKAN PIUTANG DAGANG DENGAN KINERJA PENJUALAN PENGECEER

**Studi Kasus pada Perusahaan Distributor PT. Gayamindo Kerta dan Pengecer
Produk Perusahaan Distributor PT. Gayamindo Kerta
di Kota Yogyakarta Tahun 2003**

Oktavianus
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2005

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui tingkat pemenuhan kriteria yang ditentukan oleh perusahaan distributor PT. Gayamindo Kerta dalam memilih pengecer, dan untuk mengetahui hubungan antara pemenuhan kriteria yang ditentukan perusahaan distributor PT. Gayamindo Kerta oleh pengecer, dengan kinerja penjualan (*Selling performance*) pengecer.

Teknik pengumpulan data adalah dengan melakukan wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Kuesioner yang digunakan terdiri atas dua kelompok. kelompok pertama tentang gambaran umum pengecer dan kelompok kedua tentang kriteria pemilihan pengecer. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 30 apotik yang berada di wilayah Kodya Yogyakarta pada tahun 2003. Teknik analisis data yang digunakan terdiri dari dua teknik analisis. Pertama, untuk mengetahui pemenuhan kriteria yang ditentukan oleh perusahaan distributor PT. Gayamindo Kerta dalam memilih pengecer dan berapa besar tingkat pemenuhan kriteria, dengan cara menggolongkan jumlah skor pemenuhan kriteria pengecer menurut persepsi pengecer (apotik). Kedua, untuk mengetahui hubungan antara pemenuhan kriteria yang ditentukan perusahaan distributor PT. Gayamindo Kerta oleh pengecer, dengan kinerja penjualan pengecer, digunakan analisis Korelasi Rangkings Spearman.

Hasil dari penelitian masalah pertama menunjukkan bahwa pemenuhan kriteria yang ditentukan oleh perusahaan distributor PT. Gayamindo Kerta dalam memilih pengecer berada dalam status pemenuhan kriteria terpenuhi, dengan tingkat pemenuhan sebesar 75,57 dari skala 20–100. Hasil analisis masalah kedua menunjukkan bahwa ada hubungan yang positif antara tingkat pemenuhan kriteria yang ditentukan perusahaan distributor PT. Gayamindo Kerta oleh pengecer, dengan kinerja penjualan pengecer. Hal ini dapat dilihat dari hasil Korelasi Rangkings Spearman yaitu sebesar 0,603. Perhitungan tersebut menunjukkan korelasi yang positif dan kuat antara tingkat pemenuhan kriteria pemilihan pengecer dengan kinerja (penjualan) pengecer. Artinya semakin tinggi pemenuhan kriteria, semakin tinggi kinerja pengecer dan sebaliknya.

ABSTRACT

THE RELATIONSHIP BETWEEN CRITERIA FULFILLMENT IN GIVING ACCOUNT RECEIVABLE AND RETAILERS' SELLING PERFORMANCE

A Case Study on PT. Gayamindo Kerta Distributor Corporate and Its retailers in Yogyakarta

OKTAVIANUS
SANATA DHARMA UNIVERSITY
2005

This research aimed to recognize the level of criteria fulfillment determined by PT. Gayamindo Kerta distributor corporate in choosing retailers and to recognize the relationship between the criteria fulfillment given by the PT. Gayamindo Kerta distributor corporate by the retailers and retailers' selling performance.

In this research, data were gathered from interview, questionnaire, and documentation. The questionnaire used consisted of two groups, general description of retailers' and retailers' choice criteria. This research took sample from 30 drugstores in Yogyakarta in 2003. The data analysis techniques used consisted of two techniques, the first was grouping the amount of the retailers' criteria fulfillment scores according to the retailers' (drugstore) perception to know the criteria fulfillment determined by PT. Gayamindo Kerta distributor corporate in choosing retailers', and to know how great the criteria fulfillment level. The second one, was Spearman rank correlation analysis to know the relationship between the criteria fulfillment determined by PT. Gayamindo Kerta distributor corporate and retailers' selling performance.

The result from the first problem showed that criteria fulfillment determined by PT. Gayamindo Kerta distributor corporate in choosing retailers' was on reached criteria fulfillment status, with the level of fulfillment is 75,57. The result from the second problem showed that there was a positive relationship between criteria fulfillment level determined by PT. Gayamindo Kerta distributor corporate and retailers' selling performance. It could be seen from the result of Spearman rank correlation, of 0,603. The calculation showed a positive and strong correlation between the level of retailers' choice criteria fulfillment and retailers' selling performance. It means that the higher the fulfillment criteria, the higher the retailers' achievement, on the contrary, the higher the retailers' achievement, and vice versa.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas terselesainya penulisan skripsi ini.

Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Sanata Dharma Yogyakarta.

Tersusunnya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak kepada penulis, baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Gubernur Kepala Daerah Istimewa Yogyakarta yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian di Daerah Istimewa Yogyakarta, khususnya di Kodya Yogyakarta.
2. Kepala BAPPEDA DIY yang telah mengijinkan penulis untuk melakukan penelitian di wilayah Kodya.
3. Bapak Drs. Alex Kahu Lantum, M.S., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
4. Bapak Ir. Drs. Hansiadi Y. Hartanto, M.Si. Akt., selaku Kepala Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
5. Bapak Drs. Triwanggono, M.S, Selaku Pembimbing I yang telah membimbing dan memberikan pengarahan serta perhatian yang begitu besar kepada penulis selama penulisan skripsi.
6. Bapak D. Desembriarto, S.E., M.Si., Selaku Pembimbing II yang telah membimbing dan memberikan pengarahan serta perhatian kepada penulis selama penulisan skripsi.

7. Bapak Drs. G. Anto Listianto., M.S.A., Akt, atas dukungan yang penulis peroleh, baik semasa kuliah maupun pada saat penulisan skripsi ini.
8. Bapak Andi Wibowo,. S.E selaku pimpinan PT. Gayamindo Kerta yang telah memberikan ijin bagi penulis untuk mengadakan penelitian di perusahaan yang beliau pimpin.
9. Mbak Rini, Mbak Isti atas bantuan, perhatian dan kerjasamanya yang baik selama penulis melakukan penelitian di PT Gayamindo Kerta.
10. Seluruh staff karyawan dan karyawan PT Gayamindo Kerta, yang baik secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian di PT. Gayamindo Kerta.
11. Apotik-apotik di wilayah Kodya Yogyakarta sebagai para mitra pemasaran PT. Gayamindo Kerta yang dengan rendah hati mau bekerjasama dalam hal pengisian kuesioner.

Penulisan skripsi ini adalah upaya penulis untuk mempertajam daya analisis dalam pemecahan masalah yang diteliti. Kritik, saran dan masukan apapun dalam rangka mendukung tercapainya tujuan ini akan diterima dengan ucapan terima kasih.

Penulis,

DAFTAR ISI



Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	3
C. Pembatasan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian.....	4
E. Manfaat Penelitian.....	4
F. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II. LANDASAN TEORI	7
A. Beberapa Pengertian.....	7
1. Pengertian pedagang besar dan perusahaan distributor	7

2. Pengertian pengecer	11
3. Pengertian pedagang besar farmasi	12
4. Pengertian kinerja	12
5. Pengertian piutang	13
6. Pengertian pendapatan	14
7. Pengertian pasar potensial.....	15
B. Jenis-jenis Pengecer	17
1. Ukuran toko	17
2. Banyaknya product line.....	20
3. Lokasi geografis.....	21
4. Bentuk kepemilikan	21
5. Metode operasi.....	22
C. Penilaian pemberian piutang	27
1. <i>Character</i>	28
2. <i>Capacity</i>	28
3. <i>Capital</i>	28
4. <i>Collateral</i>	28
5. <i>Conditions</i>	28
D. Hipotesis	29
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....	30
A. Jenis Penelitian.....	30
B. Waktu dan lokasi penelitian	30
C. Subyek dan obyek penelitian.....	31
D. Variabel penelitian	31
E. Data yang dicari.....	33
F. Populasi dan sampel	33
G. Teknik pengumpulan data	34
H. Teknik analisis data.....	35

BAB IV. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	43
A. Sejarah Singkat Perusahaan.....	43
B. Struktur Organisasi.....	45
C. Personalia	53
D. Pemasaran.....	55
E. Akuntansi Perusahaan	57
BAB V. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	60
A. Deskripsi Data	60
B. Analisis Data	69
C. Pembahasan.....	86
BAB VI. KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN	
PENELITIAN	98
A. Kesimpulan.....	98
B. Saran.....	99
C. Keterbatasan Penelitian	100
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN.....	103
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	124

DAFTAR TABEL

Tabel V.1.	Tabel jumlah kuesioner	63
Tabel V.2.	Karakteristik responden berdasarkan bentuk kepemilikan apotik	63
Tabel V.3.	Karakteristik responden berdasarkan besarnya modal awal	64
Tabel V.4.	Karakteristik responden berdasarkan sumber kepemilikan modal	64
Tabel V.5.	Karakteristik responden berdasarkan kepemilikan ijin usaha	65
Tabel V.6.	Karakteristik responden berdasarkan status tenaga ahli (apoteker) yang dimiliki.....	66
Tabel V.7.	Karakteristik responden berdasarkan jumlah tenaga kerja yang dimiliki.....	67
Tabel V.8.	Karakteristik responden berdasarkan sistem penggajian yang diterapkan.....	68
Tabel V.9.	Rangkuman analisis uji keandalan kuesioner	72
Tabel V.10.	Skor jawaban per butir kuesioner kriteria pemilihan pengecer	75
Tabel V.11.	Skor pemenuhan kriteria pengecer per indikator penilaian	76
Tabel V.12.	Skor pemenuhan kriteria pemilihan pengecer dan kinerja penjualan.....	81
Tabel V.13.	Data yang sudah diurutkan dan dirangking	82
Tabel V.14.	Data perhitungan Korelasi Rangking Spearman.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar III.1.	Skala skor tingkat pemenuhan kriteria pemilihan yang mungkin diperoleh pengecer	38
Gambar III.1.	Kurve Keputusan.....	42
Gambar IV.1.	Struktur Organisasi PT. Gayamindo Kerta.....	46
Gambar V.1.	Skala tingkat pemenuhan kriteria pemilihan pengecer yang mungkin diperoleh pengecer.....	78
Gambar V.2.	Skala tingkat pemenuhan kriteria pemilihan pengecer yang diperoleh pengecer	80
Gambar V.3.	Kurve keputusan pemenuhan kriteria pemilihan pengecer	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Surat Keterangan Penelitian dari PT. Gayamindo Kerta.....	103
Lampiran 2.	Surat Keterangan/Ijin Penelitian dari BAPPEDA DIY	104
Lampiran 3.	Surat Permohonan Pengisian Kuesioner	105
Lampiran 4.	Surat Pernyataan untuk menyerahkan hasil penelitian	106
Lampiran 5.	Rancangan Pedoman Wawancara dan Observasi.....	107
Lampiran 6.	Format kuesioner mengenai Gambaran Umum Apotik	108
Lampiran 7.	Format kuesioner mengenai Pemenuhan Kriteria Pemilihan Pengecer	109
Lampiran 8.	Rangkuman Analisis Kesahihan Butir	111
Lampiran 9.	Tabel Rangkuman Analisis	113
Lampiran 10.	Denah Lokasi PT. Gayamindo Kerta.....	115
Lampiran 11.	Daftar Nama dan Alamat Apotik Pengecer Produk Perusahaan PT. Gayamindo Kerta.....	116
Lampiran 12.	Tabel Korelasi Rangking Spearman.....	122
Lampiran 13.	Tabel r satu ekor	116
Lampiran 14.	Daftar Riwayat Hidup	124

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini perusahaan-perusahaan menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat, tak terkecuali perusahaan yang bergerak dalam bidang distribusi barang, yang tujuan utamanya adalah mendapatkan keuntungan dari selisih antara harga jual dengan harga distributor. Di pihak lain dalam usahanya menghadapi persaingan, mereka ingin meraih tingkat penjualan yang tinggi dan laba yang besar. Salah satu usaha untuk meraih tingkat penjualan yang tinggi dan laba yang besar adalah dengan meningkatkan pelayanan terhadap konsumen. Perusahaan seringkali memberikan kemudahan-kemudahan kepada konsumen. Misalnya; memberikan syarat pembayaran yang lunak atau penjualan secara kredit. Dewasa ini penjualan secara kredit semakin meningkat, bahkan kadangkala penjualan secara kredit ini merupakan bagian yang lebih besar dibandingkan penjualan secara tunai.

Pada umumnya perusahaan-perusahaan distributor atau pedagang besar (grosir, agen) yang memiliki persediaan produk melakukan penjualan persediaan produknya ke pasar dengan cara penjualan kredit. Seiring dengan berkembangnya perusahaan maka pelaksanaan penjualan kredit semakin perlu direncanakan, hal ini juga sering kaitkan dengan kriteria dan spesifikasi produk yang dijual dan diinginkan oleh konsumen. Disamping itu

pula, untuk pelaksanaan penjualan tersebut dibutuhkan waktu, tempat, proses yang baik dan tepat. Hal ini juga sebabkan karena sistem penjualan kredit ini sangat memberi kesempatan bagi perusahaan untuk mengolah pelaksanaan penjualan dengan matang dan tepat.

Pendapatan dari hasil penjualan secara kredit tentunya sangat berkaitan dengan piutang perusahaan terhadap konsumen yang membeli produk-produk perusahaan. Kebanyakan konsumen sistem penjualan kredit sebagian besar bukanlah konsumen yang langsung akan mengkonsumsi produk tersebut, melainkan juga akan menjual kembali kepada konsumen lain. Dalam hal ini mereka hanya bertindak sebagai pengecer (*retailer*).

Dari uraian tersebut diatas, maka perusahaan distributor dalam kegiatan menjual produk secara kredit, terlebih dahulu harus menentukan kriteria atau sejumlah persyaratan yang digunakan untuk memilih pengecer yang nantinya akan menerima produk yang ditawarkan perusahaan distributor.

Penentuan kriteria dalam memilih pengecer ini menunjukkan kehati-hatian perusahaan distributor dalam hal pengalokasian penjualan kreditnya. Sudah sewajarnya demikian, sebab perusahaan distributor juga menginginkan kelancaran dalam penjualan kredit yang dilakukannya dan sebisa mungkin mengindar dari resiko-resiko yang menyebabkan kerugian dalam penjualan.

Dari latar belakang tersebut penulis sangat tertarik untuk meneliti apakah kriteria yang ditentukan oleh perusahaan distributor dalam memberikan piutang kepada pengecernya sudah terpenuhi? Bagaimana hubungan pemenuhan kriteria tersebut dengan kinerja penjualan pengecer yang memiliki berbagai macam jenis dan karakter yang berbeda-beda?

Didasarkan pemikiran dan uraian diatas penulis tertarik untuk mengadakan penelitian pada perusahaan distributor tentang :

“HUBUNGAN ANTARA PEMENUHAN KRITERIA PEMILIHAN PENGECEK DALAM MEMBERIKAN PIUTANG DAGANG DENGAN KINERJA PENJUALAN PENGECEK”.

(STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN DISTRIBUTOR PT. GAYAMINDO KERTA DAN PENGECEK PRODUK PERUSAHAAN DISTRIBUTOR PT. GAYAMINDO KERTA di Kota YOGYAKARTA Tahun 2003).

B. Perumusan Masalah

1. Apakah kriteria yang ditentukan oleh perusahaan distributor PT. Gayamindo Kerta dalam memilih pengecer sudah terpenuhi dan berapa besar tingkat pemenuhannya ?
2. Apakah terdapat hubungan antara pemenuhan kriteria yang ditentukan perusahaan distributor oleh pengecer, dengan kinerja penjualan pengecer?

C. Pembatasan Masalah

1. Penelitian ini dilakukan hanya pada perusahaan distributor yang memasarkan produk sejenis, misalnya obat-obatan, produk minuman kesehatan. Sedangkan penelitian di tingkat pengecer juga hanya dilakukan pada pengecer yang mengecer produk sejenis pula yang ditawarkan oleh perusahaan distributor PT. Gayamindo Kerta.
2. Tahun data penelitian adalah tahun 2002.

D. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui apakah kriteria yang ditentukan oleh perusahaan distributor PT. Gayamindo Kerta dalam memilih pengecer sudah terpenuhi, dan berapa besar tingkat pemenuhan kriteria tersebut.
2. Mengetahui adakah hubungan antara pemenuhan kriteria yang ditentukan perusahaan distributor PT. Gayamindo Kerta oleh pengecer, dengan kinerja penjualan pengecer.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan yang diteliti
 - Hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan untuk mengambil keputusan dan kebijakan dalam menentukan kriteria guna memberikan piutang dagang kepada pengecer.
 - Hasil penelitian ini dapat memberikan pandangan terhadap pemecahan masalah yang berkaitan dengan penentuan kriteria pemberian piutang dagang yang dilakukan oleh perusahaan.

2. Bagi Universitas Sanata Dharma

Hasil dari penelitian ini dapat dipakai sebagai tambahan pengetahuan dan bahan pertimbangan bagi mahasiswa Universitas Sanata Dharma yang akan mempelajari lebih dalam tentang topik ini.

3. Bagi penulis

Bagi penulis sendiri, disamping mempertajam daya analisis dalam pemecahan masalah yang diteliti, penelitian ini menjadi salah satu wahana penerapan ilmu yang diperoleh selama kuliah ke dalam praktek nyata di masyarakat, juga merupakan sarana untuk menambah wawasan pengetahuan penulis.

E. Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan

Dalam bab ini akan diuraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori

Bab ini akan berisi teori-teori yang menjadi bahan acuan dan landasan dalam penelitian ini.

Bab III Metodologi Penelitian

Dalam bab ini akan diuraikan hal-hal yang menyangkut jenis penelitian, subyek dan obyek penelitian, lokasi penelitian, variabel penelitian, data yang di perlukan, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel data, serta teknik analisis data.

Bab IV Gambaran Umum Perusahaan

Bab ini akan berisi sejarah berdirinya perusahaan dan perkembangannya, struktur organisasi perusahaan, personalia dan jasa-jasa yang diberikan oleh perusahaan.

Bab V Analisis Data dan Pembahasan

Dalam bab ini akan dilakukan analisis data yang diperoleh dari hasil penelitian lapangan beserta pembahasannya.

Bab VI Kesimpulan, Saran dan Keterbatasan Penelitian

Bab ini merupakan rangkuman kesimpulan dari hasil analisis dan pembahasan serta saran-saran yang berguna bagi perusahaan, serta keterbatasan penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Beberapa Pengertian

1. Pengertian pedagang besar dan perusahaan distributor

Pedagang besar adalah usaha dagang yang membeli dalam jumlah besar dan menjual barang-barang kepada pengecer atau pedagang lain dan atau kepada pemakai industri, pemakai lembaga dan pemakai komersial yang tidak menjual dalam volume yang sama kepada konsumen akhir (Swasta, 1984 : 202). Menurut Carthy, pedagang besar atau distributor (*wholesaler*) adalah perusahaan-perusahaan yang fungsi utamanya melayani perdagangan besar (Carthy, 1995 : 330). Dalrymple & Parson (1986 : 512) tentang pedagang besar menyatakan bahwa "*...wholesalers are dealer who buy in large volume and ressel to retailers*".

Sedangkan perdagangan besar itu sendiri merupakan kegiatan orang-orang atau perusahaan yang menjual kepada pengecer-pengecer atau pedagang dan atau kepada industri, lembaga dan pemakai untuk diperdagangkan akan tetapi tidak menjual dalam jumlah besar kepada konsumen akhir.

Dari beberapa pengertian dan penjelasan di atas, penulis mendefinisikan beberapa hal berkaitan dengan pedagang besar dan perusahaan distributor sebagai berikut.

Perusahaan distributor adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha distribusi barang. Tujuan utamanya adalah mendapatkan laba dari kegiatan memasarkan atau pendistribusian barang yang dilakukannya. Laba ini diperoleh dari selisih antara harga jual dengan harga distributor.

Perusahaan distributor *single line product* (produk sejenis) adalah perusahaan distributor yang dalam kegiatan usahanya hanya mendistribusikan atau memasarkan barang-barang sejenis (menurut *line-productnya*). Sebagai contoh adalah perusahaan yang bergerak dibidang pemasaran atau distributor obat-obatan, sepatu, dan produk minuman kesehatan.

Usaha grosir (Kotler: 1985) mencakup semua kegiatan yang berpautan dengan penjualan barang atau jasa kepada mereka yang membeli dengan maksud untuk dijual kembali atau digunakan dalam bisnis. Grosir berbeda dengan pengecer dalam beberapa hal. *Pertama*, grosir kurang perhatiannya pada promosi, suasana, dan lokasi, karena grosir lebih banyak berurusan dengan para langganan yang pada umumnya adalah perusahaan bisnis dibanding pengguna akhir. *Kedua*, transaksi grosir lazimnya lebih besar dari transaksi eceran, dan biasanya grosir meliputi sebuah area perdagangan yang lebih besar dibanding pengecer.

Grosir digunakan karena efisiensi yang dihasilkan oleh grosir itu sendiri. Pertama, pabrikan kecil dengan sumber daya yang terbatas tidak mampu mengembangkan organisasi penjualan langsung. Kedua, pabrikan yang bermodal cukup sekalipun akan lebih suka menggunakan dananya untuk memperluas produksi daripada menjalankan kegiatan usaha grosir. Ketiga, grosir tampaknya lebih efisien karena skala operasinya, jumlah hubungan eceran yang lebih luas, dan keahlian khusus mereka. Keempat, pengecer yang menjual banyak produk seringkali lebih suka membeli bermacam-macam barang dari grosir daripada membeli secara langsung dari setiap pabrikan.

Jadi pengecer dan pabrikan cukup mempunyai alasan-alasan untuk menggunakan grosir. Grosir akan digunakan kalau mereka lebih efisien dalam menjalankan satu atau lebih fungsi-fungsi dibawah ini :

- 1) Penjualan dan promosi. Grosir menyediakan armada penjual yang memungkinkan pabrikan dapat menjangkau langganan kecil dalam jumlah yang banyak dengan biaya yang relatif kecil. Grosir mempunyai hubungan lebih banyak dan sering grosir lebih dipercaya oleh pembeli dibanding pabrikan yang jauh.
- 2) Pembelian dan pembangun ragam barang. Grosir dibolehkan memilih barang dan menambah ragam barang yang dibutuhkan oleh langganan mereka, jadi menghemat pekerjaan langganan.
- 3) Pembelian dalam jumlah besar. Grosir menimbulkan penghematan langganan karena membeli dalam partai besar.

- 4) Pergudangan. Grosir menyimpan persediaan barang, dengan demikian mengurangi biaya persediaan dan resiko bagi penyuplai dan langganan.
- 5) Pengangkutan. Grosir mempercepat pengantaran barang kepada pembeli karena mereka lebih dekat.
- 6) Pembiayaan. Grosir membiayai langganannya dengan memperbolehkan kredit, dan membiayai penyuplainya dengan menempatkan pesanan lebih awal dan membayar hutang-hutangnya tepat waktu.
- 7) Penanggung resiko. Grosir menanggung banyak resiko dengan mengambil alih hak milik atas barang dan menanggung biaya karena pencurian, kerusakan, busuk dan usang.
- 8) Informasi pasar. Grosir menyuplai informasi kepada pensuplai dan langganannya mengenai kegiatan pesaing, produk baru, perkembangan harga, dan sebagainya.
- 9) Pemberian nasehat dan jasa manajemen. Seringkali grosir membantu pengecer memperbaiki operasinya dengan melatih pramuniaganya, membantu penyusunan display dan tata ruang toko, dan membuatkan sistem pengendalian persediaan dan sistem akuntansi bagi pengecer.

2. Pengertian pengecer

Setelah barang dibuat dan siap untuk dipasarkan, tahap berikutnya dalam proses pemasaran adalah menentukan rute yang akan dipakai untuk menyalurkan barang tersebut ke pasar hingga sampai ke konsumen. Dari kepentingan inilah timbul peranan pengecer.

Menurut Sensus Ekonomi 1986 (Rajagoek dan Irawan, 1990 : 2) usaha pedagang eceran didefinisikan sebagai usaha yang melakukan penjualan kembali (tanpa perubahan jenis) barang-barang baru maupun bekas dalam partai kecil, umumnya kepada konsumen rumah tangga.

Secara definitif, dapat dikatakan bahwa pengecer atau toko pengecer adalah sebuah lembaga yang melakukan kegiatan usaha menjual barang kepada konsumen akhir untuk keperluan pribadi (Swasta, 1984 : 192). Apabila seorang pengecer melakukan penjualan barang kepada pemakai industri, biasanya transaksi yang terjadi meliputi jumlah besar bukan eceran.

Keberhasilan usaha pengecer tidak terlepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi kegiatan operasi pengecer bersangkutan. Menurut Thoyib (1998) keberhasilan operasi pengecer dipengaruhi oleh beberapa faktor berikut :

- 1) Lokasi toko.
- 2) Pengalaman menjual.
- 3) Jam buka toko.
- 4) Kemampuan pengecer untuk mem-*forecast*, menganggarkan pemesanan barang kepada supplier.

- 5) Kemampuan untuk memiliki dan menempatkan personel yang tepat pada rantai penjualan (*customer service*).
 - 6) Fasilitas transportasi yang dimiliki.
 - 7) Fasilitas parkir yang dimiliki.
 - 8) Jenis barang yang dijual beserta penataannya.
 - 9) Keramahtamahan.
 - 10) Pengiklanan.
3. Pengertian Pedagang Besar Farmasi

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 22 tahun 1997, tentang Narkotika Pasal 1 ayat 9 disebutkan bahwa yang dimaksud dengan Pengertian Pedagang Besar Farmasi adalah perusahaan berbentuk badan hukum yang memiliki ijin dari Menteri Kesehatan untuk melakukan kegiatan penyalur sediaan farmasi, termasuk narkoba dan alat kesehatan.

4. Pengertian Kinerja

Ada beberapa pengertian tentang kinerja, yaitu :

- 1) Kinerja adalah apa yang dicapai atau prestasi kerja yang terlihat (KUBI : 2001,697).
- 2) Kinerja adalah kemampuan kerja (KUBI : 2001,697).
- 3) Kinerja atau prestasi adalah hasil kerja yang dicapai dari apa yang dikerjakan atau yang sudah diusahakan. (KUBI : 2001, 1088)

Dari beberapa pengertian tentang kinerja diatas, penulis menggunakan pengertian kinerja berdasarkan KUBI 2001 halaman 1088 yakni kinerja atau prestasi adalah hasil kerja yang dicapai dari apa yang dikerjakan atau yang sudah diusahakan.

5. Pengertian piutang

Piutang adalah tagihan kepada pihak lain dalam satuan uang sebagai akibat dari transaksi di masa lalu atau sekarang dan penyelesaiannya baru akan dilakukan di masa mendatang. Piutang merupakan hal yang sangat penting bagi setiap perusahaan, karena hampir setiap perusahaan tidak ada yang terlepas dari adanya piutang. Sebetulnya, piutang tidak hanya ditimbulkan karena adanya penjualan barang dan jasa secara kredit, tetapi bisa juga ditimbulkan karena adanya transaksi lain, misalnya; karena pemberian pinjaman kepada pihak lain. Namun biasanya bagian piutang yang terbesar berasal dari penjualan secara kredit.

Dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) no. 9 paragraf 07 dinyatakan bahwa menurut sumber terjadinya, piutang digolongkan kedalam dua kategori, yaitu piutang dagang dan piutang lain-lain. Piutang dagang meliputi piutang yang timbul karena penjualan produk atau penyerahan jasa dalam rangka kegiatan usaha normal perusahaan, seringkali piutang ini didukung dengan surat kesanggupan tertulis untuk sejumlah yang tertulis dalam surat itu. Sedangkan yang dimaksud dengan piutang lain-lain adalah piutang yang tidak termasuk dalam piutang dagang maupun piutang wesel. Piutang jenis ini antara lain piutang bunga, piutang sewa dan piutang kepada pegawai.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat didefinisikan bahwa piutang dagang adalah sejumlah tagihan dalam satuan uang kepada pelanggan (debitur) sebagai akibat dari adanya penjualan barang dan jasa secara kredit. Piutang ini pada umumnya diharapkan akan dapat tertagih dalam jangka waktu 30 – 60 hari.

Biasanya piutang jenis ini merupakan jenis piutang paling besar yang dimiliki oleh perusahaan.

6. Pengertian Pendapatan

Definisi pendapatan menurut Standar Akuntansi Keuangan : 1994, No. 23 (SAK) adalah hasil yang timbul dari aktivitas perusahaan selama suatu periode bila arus kas itu mengakibatkan kenaikan ekuitas, yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal.

Menurut Kieso (1995) pendapatan adalah arus kas masuk atau penyelesaian kewajiban dari penyerahan atau produksi barang, pemberian jasa, dan aktivitas pencarian laba lainnya yang merupakan operasi utama atau besar yang berkesinambungan selama satu periode. Pembahasan tidak terlepas dari aktivitas penjualan perusahaan, dimana penjualan merupakan dasar dari pendapatan yang akan diperoleh perusahaan. Penjualan bisa dilakukan secara kredit maupun tunai. Penjualan yang dilakukan secara kredit akan menimbulkan piutang bagi perusahaan.

Sebagian besar pendapatan yang berasal dari piutang diakui pada saat kas diterima. Walaupun transaksi telah terjadi, pendapatan tidak dapat diandalkan, karena itu pendapatan baru diakui setelah kas benar-benar terkumpul.

Dari beberapa pengertian tentang pendapatan diatas, penulis menggunakan pengertian pendapatan berdasarkan SAK tahun 1994, No. 23 yakni pendapatan sebagai hasil yang timbul dari aktivitas perusahaan selama suatu periode bila arus kas itu mengakibatkan kenaikan ekuitas, yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal.

7. Pengertian pasar potensial

Pasar potensial adalah besarnya volume penjualan yang diharapkan dari suatu komoditi/barang/produk/sekelompok produk dari suatu industri pada suatu pasar, selama suatu periode tertentu. (Mahruzar, 1991 : 25).

Menurut Mahruzar, faktor-faktor yang paling menentukan pasar potensial adalah sebagai berikut :

1) Keinginan (*need/desire*)

Yakni siapa yang akan memakai. Biasanya penduduk adalah *Market factor* yang mendasari keinginan.

2) Kemampuan membeli

Yaitu berapa jumlah uang yang ada ditangan *potential buyer*.

Tentang pemilihan pangsa pasar, Wilson (1992) menulis bahwa ada beberapa kriteria untuk pemilihan pangsa pasar, yakni sebagai berikut :

- 1) Volume yang dapat diterima dalam hubungannya dengan kapasitas produksi.
- 2) Tingkat harga yang memadai sehubungan dengan biaya investasi dan pembuatan.
- 3) Pertumbuhan yang konsisten.
- 4) Relatif sulit dimasuki produk pengganti.
- 5) Saluran-saluran distribusi yang jelas dan stabil.
- 6) Potensi untuk bagian pasar besar, kalau mungkin dominan.

Dalam hal memilih anggota saluran distribusi, tidak semua distributor yang ada mampu atau mau melaksanakan tugas dengan baik. Karenanya, para pemasar termasuk distributor sebagai bagian dari pemasar, harus menerapkan beberapa kriteria keputusan yang spesifik dalam mempertimbangkan pemilihan anggota saluran (termasuk dalam memilih pengecer). Adapun pertimbangan-pertimbangan yang perlu mendapat perhatian menurut Hiam dan Schewe (1994) dalam memilih anggota saluran distribusi adalah sebagai berikut :

- a) Perantara berlokasi dekat pasar yang dikehendaki.
- b) Perantara mampu menyediakan layanan yang diperlukan kepada pembeli.
- c) Perantara memiliki kemampuan dan keterampilan untuk dan menata promosi.
- d) Lini produk yang dijual perantara ini cocok dengan lini produk pemasar.
- e) Lini produk bersaing yang dijual perantara.
- f) Perantara memiliki sumber daya keuangan yang memadai.
- g) Pengalaman perantara dalam bisnisnya.
- h) Semangat kerjasama perantara.
- i) Citra serta reputasi perantara ini di pasar yang dilayani.
- j) Perantara mempunyai kemampuan manajerial yang dibutuhkan untuk menjual lini produk pemasar.

B. Jenis-jenis Pengecer

Menurut Swasta, pengecer dapat dikelompokkan berdasarkan hal-hal berikut adalah sebagai berikut :

1. Ukuran toko

Untuk mengetahui ukuran toko dapat dilihat dari volume penjualannya, masing-masing pengecer mempunyai ukuran yang berbeda-beda. Kegiatan seperti promosi, pembelian, personalia dan pengawasan biaya mempengaruhi besarnya volume penjualan tersebut. Berdasarkan ukuran tokonya pengecer digolongkan dalam dua golongan, yaitu :

- 1) Pengecer kecil (*small scale retailer*)
- 2) Pengecer besar (*large scale retailer*)

Perbedaan pada keduanya dapat dilihat menurut faktor-faktor berikut :

a) Pembagian tenaga kerjanya

Dalam hal ini pengecer besar lebih mampu mempekerjakan tenaga kerja spesial, sedangkan para pengecer kecil tidaklah demikian.

b) Fleksibilitas operasinya

Toko-toko kecil menjalankan praktek manajemen yang lebih fleksibel dibandingkan dengan toko-toko besar disamping jumlah tenaga kerjanya lebih sedikit, juga beberapa fungsi dipegang oleh satu orang, yakni pimpinan.

c) Daya beli

Pengecer besar lebih memiliki kemampuan daya beli dibandingkan dengan pengecer kecil, sehingga akan memperoleh potongan yang lebih besar dalam pembelian barang yang akan dijual.

d) Periklanan

Dalam periklanan, pengecer besar dapat menggunakannya secara lebih efektif di bandingkan dengan pengecer kecil.

e) Kemampuan keuangan

Pengecer besar mempunyai kemampuan keuangan yang lebih baik, dan sangat memungkinkan dalam memberikan potongan kepada pembeli, disamping itu mereka juga akan lebih memperoleh kepercayaan dalam penyaluran barang dari perusahaan dibandingkan dengan pengecer kecil.

f) Integrasi horizontal dan vertikal

Integrasi horizontal terjadi apabila perusahaan-perusahaan yang bergabung menjalankan fungsi produksi dan penjualan barang-barang yang sejenis. Pada umumnya motif yang mendasari terbentuknya penggabungan horizontal adalah dalam rangka mengurangi tingkat persaingan di antara perusahaan-perusahaan sejenis tersebut. Keuntungan lain yang diharapkan dari penggabungan horizontal di samping mengurangi persaingan, juga dengan adanya skala operasi yang lebih besar akan dapat dihemat berbagai macam biaya. Apabila perusahaan yang semula merupakan langganan terhadap produk (jasa)

yang dihasilkan oleh perusahaan lain, atau sebaliknya perusahaan lain itu adalah penyuplai bahan baku baginya dan kemudian mengadakan penggabungan perusahaan; maka penggabungan demikian disebut penggabungan vertikal. Motif penggabungan vertikal pada umumnya adalah dalam rangka mendapatkan kepastian pemasaran hasil produksi atau kontinuitas penyediaan bahan baku. (Harnanto, 1992 : 226)

Kadang-kadang fungsi perdagangan besar dilakukan oleh pengecer besar, hal ini akan menimbulkan adanya integrasi vertikal. Jika pengecer besar tersebut menjual barang yang dihasilkan oleh beberapa perusahaan dengan merek yang berbeda-beda, maka akan terjadi integrasi horisontal.

g) Biaya operasi

Secara umum, pengecer besar mempunyai perbandingan biaya operasi yang lebih besar dari pada pengecer kecil. Pengecer besar juga mempunyai prosentase yang lebih besar dalam biaya-biaya yang dikeluarkan untuk tenaga kerja selain penjual.

h) Pengujian, inovasi dan riset pemasaran

Karena mempunyai kemampuan keuangan yang lebih besar, maka pengecer besar lebih mampu mengadakan pengujian barang, inovasi dan riset pemasaran dibandingkan dengan pengecer kecil.

2. Banyaknya *product line*

Menurut banyaknya *product line*, pengecer dapat digolongkan ke dalam : toko yang menjual barang dagangan umum (*general merchandise store*), toko yang menjual barang dagangan sejenis (*single line store*), dan toko yang menjual barang dagangan khusus (*specialty store*).

- 1) Toko yang menjual barang dagangan umum (*general merchandise store*).

Adalah sebuah toko yang menjual berbagai macam produk. Jenis toko yang dapat dimasukkan ke dalam golongan ini adalah toko serba ada (*departement store*). Barang-barang yang dijual antara lain berupa alat-alat rumah tangga, kosmetik, alat-alat tulis dan sebagainya.

- 2) Toko yang menjual barang dagangan sejenis (*single line store*)
Penggolongan ini dihubungkan dengan kelompok barang-barang yang dijual (jenis *product line*-nya). Termasuk ke dalam jenis ini antara lain : toko makanan, toko mebel, toko-toko bahan bangunan, toko alat olahraga dan sebagainya. Ada juga yang menggolongkan ke dalam barang-barang yang biasanya digunakan oleh wanita dan pria. Jadi mereka hanya menjual *produk line* tunggal.

- 3) Toko yang menjual barang dagangan khusus (*specialty store*)

Pada golongan ini jenis barang yang dijual lebih terbatas, hanya meliputi sebagian dari *product line* saja. Misalnya : toko pakaian anak dan toko sepatu pria.

3. Lokasi geografis

Penggolongan pengecer menurut lokasi geografis ini mempunyai hubungan dengan pola pembelian konsumen. Secara umum bahwa perdagangan ini lebih mengelompok dibanding dengan penyebaran penduduk. Analisa lokasi geografis ini dapat dipakai untuk mengadakan penilaian terhadap pasar potensial secara regional dari berbagai macam barang. Berdasarkan pada lokasi geografisnya, pengecer dibagi dalam dua bagian :

- 1) Pengecer yang ada di kota
- 2) Pengecer yang ada di desa

4. Bentuk pemilikan

Berdasarkan bentuk kepemilikannya, pengecer dapat digolongkan ke dalam dua golongan, yaitu :

- 1) Toko berantai

Toko berantai (*corporate chain store*) merupakan beberapa toko yang berada dalam satu organisasi, yang dimiliki oleh sekelompok orang. Masing-masing toko menjual *product line* yang sama, dan struktur distribusinya juga sama.

Tentang toko berantai, Gist (Kotler :1985) mendefinisikan toko berantai (*chain store*) sebagai dua atau lebih toko yang dimiliki atau dikendalikan bersama, menjual jenis barang dagangan yang sama, mempunyai organisasi pembelian sentral dan memakai desain arsitektur yang serupa.

2) Toko *independent*

Dalam toko independen (*independent store*) ini pemilik mempunyai kebebasan yang lebih besar dalam menentukan kebijaksanaan dan strateginya. Hal ini disebabkan karena pemilik toko juga sebagai pemimpin, sehingga usahanya diusahakan sendiri, tidak tergantung pada orang lain.

5. Metode operasinya

Menurut metode operasinya, perdagangan eceran dapat digolongkan ke dalam dua golongan, yaitu :

1) Perdagangan eceran dalam toko (*in-store retailing*), meliputi :

a) Perdagangan eceran dengan servis penuh

Perdagangan ini memerlukan kecakapan, demonstrasi dari penjual dalam penjualan barangnya kepada konsumen. Karena penjualan di dalam toko, maka konsumen yang menginginkan suatu barang harus datang ke toko tersebut.

b) Perdagangan eceran supermarket

Adapun kebijaksanaan dan strategi yang dilakukan supermarket adalah : *Pertama*, toko-toko ini menjual barang dengan menggunakan dasar "melayani sendiri" (*self service*), disamping juga menawarkan jasa seperti kredit atau pengantar. *Kedua*, pelayanan yang terbatas dikombinasikan dengan tenaga beli yang besar dengan kemauan untuk menentukan prosentase marjin laba

yang rendah. Dengan marjin laba yang rendah ini memungkinkan bagi mereka untuk menjual dengan harga yang rendah.

c) Penjualan eceran dengan potongan

Adapun kebijaksanaannya adalah membeli dan menjual kembali kepada konsumen, kadang pengecer memperoleh prosentase potongan dari barang yang dibeli, dan pengecer diberi tanggung jawab tersebut didaerahnya.

2) Penjualan eceran tanpa toko (*non-store retailing*)

Bisnis retail juga menggunakan menggunakan metode penjualan yang tidak membutuhkan toko, yang banyak digambarkan sebagai penjualan *non store* (tanpa toko). Menurut Thoyib (1998) metode-metode ini termasuk diantaranya :

a) *Retail door to door*

Penjualan *door to door* juga dinamakan penjualan langsung. Sebagai metode *retail*, penjualan *door to door*, yang juga dinamakan penjualan langsung, dapat dilacak ke belakang kepada para penjaja keliling. Dalam menganalisa bentuk *retail* ini, maka akan sangat menarik untuk memperhatikan asumsi utamanya, yang mungkin nampak nyata, yaitu ada sejumlah besar penduduk yang dengan pilihan atau keadaan, lebih banyak menghabiskan waktunya untuk berada di rumah.

b) *Party plan*

Mobilitas konsumen yang lebih tinggi dan produktivitas kekuatan penjualan rendah, menyebabkan beberapa retailer *door to door* tradisional memperbaharui metode penjualannya. Respon mereka terhadap kesulitan-kesulitan ini adalah *party plan*, yaitu suatu metode retail penjualan langsung dimana si penjual membuat daftar bantuan satu konsumen untuk melakukan penjualan kepada para konsumen yang lain di dalam suatu komunitas.

c) Penjualan melalui pos (*mail order*)

Penjualan melalui *mail order* dikembangkan sebagai suatu cara untuk menjual kepada para konsumen pada suatu area geografis yang luas tanpa pemakaian suatu toko atau satuan tenaga penjual lapangan. Dengan menggunakan metode ini, para pengecer *mail order* dapat meminimalkan biaya *overhead* yang timbul dari operasi toko dan upah penjualan. Penjualan ini diorientasikan kepada para konsumen di area-area yang terisolasi yang kebutuhan-kebutuhannya tidak dapat dipenuhi oleh toko-toko yang jauh jaraknya.

d) Penjualan melalui mesin penjual otomatis

Pada saat para *retailer* menambahkan barang-barang pada jalur-jalur mereka, mereka menemukan bahwa mereka menghabiskan waktu yang sama untuk mengumpulkan uang, melakukan penukaran dengan uang recehan dan mencatat transaksi-transaksi untuk barang-barang yang berharga murah



maupun yang berharga mahal. Dalam banyak kasus hal ini menyebabkan kesulitan-kesulitan karena biaya dan usaha yang telah dihasilkan. Penemuan mesin penjual otomatis membantu para pengecer untuk meminimalkan masalah ini. (Thoyib, 1998 :103)

e) Penjualan dengan menggunakan katalog

Meskipun menjual melalui katalog adalah suatu praktek yang berjangka waktu yang lama, namun metode ini banyak dipakai akhir-akhir ini, karena peningkatan jumlah wanita yang bekerja, dampak kenaikan harga bahan bakar, dan pertumbuhan popularitas bisnis retail tanpa toko. Setelah menerima suatu katalog dari suatu perusahaan, konsumen mempelajari isinya dan pesanan-pesanan barang sesuai dengan instruksi pembelian dari pihak retailer. Katalog ini dapat berisi jenis barang-barang musiman, barang-barang khusus, ataupun barang-barang umum.

f) Penjualan melalui telepon

Pada awal terciptanya penjualan melalui telepon, banyak retailer kecil yang menerima pesanan-pesanan melalui telepon dan mengirimkan barang kepada para konsumen.

Sedangkan menurut Rajagoegoek dan Irawan (1990) bisnis eceran dapat dikelompokkan ke dalam empat kategori, yaitu :

1. Berdasarkan volume penjualan :

- a) Bisnis eceran skala besar, merupakan usaha eceran bermodal diatas 500 juta rupiah, memiliki lantai 2 – 5 ribu M², barang yang dijual berkisar 20 – 40 item dan terdiri dari barang-barang

keperluan rumah tangga sampai dengan barang-barang mewah, dimana yang termasuk dalam golongan ini antara lain *Departemen Store*, *Supermarket*, *Chain Store* (misalnya Group Matahari).

- b) Bisnis eceran skala menengah, yakni bermodal antara 50 – 500 juta rupiah, seperti *Convenience Store*, pedagang-pedagang pasar induk, pedagang-pedagang di *Modern Shopping Center*.
- c) Bisnis Eceran skala kecil, yakni usaha bisnis eceran dengan modal tetap di bawah 50 juta rupiah, memiliki lantai jual 4 – 16 M², umumnya bersifat informal dan tidak memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang bersifat masal, misalnya pedagang kaki lima, kios, warung, pedagang kecil di pasaran tradisional yang aktif tiap minggu atau harian, pedagang di pusat perbelanjaan tradisional.

2. Berdasarkan macam atau jenis produk yang dijual, dibagi menjadi dua kelompok yaitu :

- a) Bisnis eceran yang menjajakan barang dagangan serba ada dan biasanya diorganisasikan secara profesional, contohnya *Department Store*.
- b) Toko pengecer dengan jenis barang dagangan terbatas, toko-toko dalam kategori ini hanya memperdagangkan jenis barang yang terbatas. Biasanya diidentifikasi dari jenis produk yang dijual, seperti toko makanan, toko sepatu, toko obat dan sebagainya.

3. Berdasarkan bentuk kepemilikan bisnis, dikelompokkan dalam dua kategori utama, yaitu :

- a) Bisnis eceran yang memiliki sistem rantai korporat (perusahaan berbadan hukum), mengorganisir dua atau lebih unit toko dan pada umumnya menangani merek/jenis produk yang sama, dengan

- kepemilikan serta manajemen yang bersifat sentral. Contohnya : Matahari dept store, Hero supermarket dan sebagainya.
- b) Pedagang eceran bebas (*independent stores*), yaitu setiap toko membentuk asosiasi dagang baik yang disponsori pedagang besar maupun yang disponsori oleh para retailer sendiri. Contohnya adalah toko-toko yang menggunakan *franchise system*.
4. Berdasarkan metode operasi yang dipakai, dibagi menjadi tiga, yaitu :
- a) Metode supermarket, yakni dengan memperdagangkan bermacam-macam barang (mulai dari perabot rumah tangga, bahan makanan, daging-dagingan, buah-buahan, sayur-sayuran dan sebagainya), dioperasikan dalam bentuk swalayan, dengan permintaan harga tertentu, dan biasanya mempunyai ruang/halaman parkir yang luas.
- b) Metode *discount house*, yakni dengan ciri harga yang lebih rendah dari toko-toko lain.
- c) Metode *nonstore retailing*, yakni metode penjualan dari rumah ke rumah.

C. Penilaian Pemberian Piutang Dagang

Untuk menilai resiko kredit, manajer kredit harus mempertimbangkan berbagai faktor yang menentukan besar kecilnya kredit tersebut. Pada umumnya bank atau perusahaan dalam mengadakan penilaian resiko kredit adalah dengan memperlihatkan lima "C". Lima "C" tersebut adalah *Character, Capacity, Capital, Collateral* dan *Condition*.

1. *Character*

Aspek ini menggambarkan keinginan atau kemauan para pembeli untuk memenuhi kewajiban-kewajibannya sesuai dengan persyaratan yang sudah ditetapkan oleh penjual.

2. *Capacity*

Menggambarkan kemampuan seorang langganan untuk memenuhi kewajiban-kewajiban finansialnya. Suatu estimasi yang dianggap cukup baik dapat diperoleh dengan menilai posisi likuiditas dan proyeksi *cash flow* dari calon pelanggan.

3. *Capital*

Menunjuk kepada kekuatan finansial calon langganan terutama dengan melihat jumlah modal sendiri yang dimilikinya. Analisa terhadap neraca perusahaan dengan menggunakan rasio-rasio finansial yang tersedia akan dapat memenuhi kebutuhan atas penilaian modal calon pelanggan.

4. *Collateral*

Menggambarkan jumlah aktiva yang dijadikan barang jaminan oleh calon langganan. Akan tetapi biasanya hal ini bukanlah merupakan pertimbangan yang sangat penting karena tujuan perusahaan dalam memberikan kredit bukanlah untuk menyita dan kemudian menjual aktiva langganan, tetapi tekanannya adalah pada pembayaran kredit yang diberikan pada waktu yang sudah ditetapkan.

5. *Conditions*

Menunjuk kepada keadaan ekonomi secara umum dan pengaruhnya atas kemampuan perusahaan calon langganan dalam memenuhi kewajiban-kewajibannya.

Sebagian besar analisis kredit menganggap bahwa faktor yang pertama dan kedua, *character* dan *capacity*, adalah merupakan faktor-faktor yang terpenting dalam menentukan diberi tidaknya kredit kepada seorang calon langganan karena hal tersebut menekankan pada kemauan dan kemampuan calon langganan dalam memenuhi kewajiban-kewajibannya.

D. Hipotesis

Terdapat hubungan antara pemenuhan kriteria yang ditentukan perusahaan distributor oleh pengecer, dengan kinerja penjualan pengecer.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah studi kasus. Penelitian dilakukan pada perusahaan distributor yang memasarkan produk dengan jenis obat-obatan, serta pengecernya. Dengan demikian kesimpulan yang ditarik hanya berlaku untuk perusahaan distributor dan pengecer yang diteliti.

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

1. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan tahun 2003.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di dua tempat di kotamadya Yogyakarta yakni :

a) Di perusahaan distributor .

Ditetapkan bahwa, perusahaan yang dijadikan lokasi penelitian adalah perusahaan distributor dengan modal berskala besar, yakni memiliki modal diatas Rp. 500 juta rupiah (Rajagoegoek dan Irawan, 1990).

b) Di tingkat pengecer produk perusahaan distributor .

Untuk tingkat pengecer, penulis menetapkan bahwa pengecer yang dijadikan lokasi penelitian adalah para pengecer dengan modal berskala menengah, yakni memiliki modal berkisar antara Rp. 50 – Rp. 500 juta rupiah. (Rajagoegoek dan Irawan, 1990).

Dalam penelitian ini sebanyak 30 apotik yang berada di wilayah kota Yogyakarta dan memasarkan produk dari perusahaan distributor yang diteliti ditetapkan sebagai pengecer yang diteliti.

C. Subyek dan Obyek Penelitian

1. Subyek penelitian
 - a) Bagian akuntansi perusahaan distributor .
 - b) Bagian penjualar, perusahaan distributor .
2. Obyek penelitian

Obyek yang diteliti adalah :

- a) Kriteria pemilihan pengecer.
- b) Penjualan pengecer
- c) Kondisi Pengecer.

D. Variabel Penelitian

1. Variabel penelitian meliputi :
 - a. Variabel bebas (*independent variable*) : Status pemenuhan kriteria pemilihan pengecer.

Yang dimaksud dengan status pemenuhan kriteria pemilihan pengecer adalah sejumlah tingkatan yang diperoleh pengecer sebagai akibat dari pemenuhan kriteria yang disyaratkan oleh perusahaan dalam memberikan piutang dagang.

Untuk mengetahui besarnya status pemenuhan kriteria pemilihan pengecer penulis menggunakan skala tingkat pemenuhan kriteria Sangat Terpenuhi, Terpenuhi, Cukup Terpenuhi, Kurang Terpenuhi dan Sangat Kurang Terpenuhi. Aspek-aspek yang akan diteliti meliputi aspek sebagai berikut :

- 1) Lokasi pengecer
- 2) Penyediaan pelayanan pengecer kepada pembeli.
- 3) Kemampuan dan keterampilan pengecer memasang iklan dan menata promosi.
- 4) Kesamaan lini produk yang dijual pengecer dengan lini produk distributor.
- 5) Dominan tidaknya produk pesaing yang dijual oleh pengecer.
- 6) Kemampuan pengecer dalam sumber daya keuangan.
- 7) Pengalaman pengecer dalam bisnisnya.
- 8) Semangat kerjasama pengecer dengan perusahaan.
- 9) Citra dan reputasi pengecer dipasaran.
- 10) Kemampuan pengecer menjual produk perusahaan.

b. Variabel Terikat (*dependent variable*) : Rupiah penjualan pengecer

Yang dimaksud dengan rupiah penjualan pengecer adalah jumlah rupiah penjualan yang terakumulasi oleh pengecer selama periode yang diteliti sebagai akibat dari kemampuan menjual dari pengecer yang bersangkutan.

E. Data yang Dicari

Data yang dicari ialah data tentang perusahaan dan pelaksanaan penjualan kredit perusahaan selama satu tahun. Data tersebut meliputi :

1. Gambaran umum perusahaan distributor.
2. Data tentang nama dan alamat pengecer dari bagian penjualan.
3. Data tentang kriteria yang ditentukan dalam memberikan piutang dagang dari bagian penjualan.
4. Data tentang kemampuan membeli para pengecer dari bagian penjualan.
5. Data tentang riwayat pelunasan piutang pengecer dari bagian penjualan.

F. Populasi dan Sampel

Penentuan sampel menggunakan metode random, yakni *Cluster Sampling*, populasi dibagi kedalam *Cluster* (kelompok) dengan menggunakan batas nama jalan yang ada di wilayah yang dijadikan sebagai daerah penelitian.

Sampel penelitian ini akan berasal dari populasi pengecer *single line product*, di wilayah Kota Yogyakarta. Dari populasi tersebut akan diambil sebanyak 30 pengecer untuk dijadikan sampel penelitian. Dengan demikian

tidak semua populasi mempunyai peluang untuk dijadikan sampel data penelitian.

G. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Dalam penelitian ini wawancara akan dilakukan dengan pimpinan perusahaan distributor atau yang mewakili, tentang gambaran umum perusahaan.

2. Dokumentasi

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan kategori dan klasifikasi bahan-bahan tertulis yang berhubungan dengan masalah penelitian, baik dari sumber dokumen maupun buku-buku, surat kabar dan majalah.

Dalam penelitian ini, peneliti akan meneliti dokumen-dokumen tentang :

- a) Data tentang volume penjualan perusahaan.
- b) Data tentang kemampuan membeli para pengecer dari bagian penjualan.
- c) Data tentang riwayat pelunasan piutang pengecer dari bagian penjualan.
- d) Data tentang nama dan alamat pengecer dari bagian penjualan.

3. Kuesioner

Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden. Kuesioner ini diberikan kepada

pengecer, untuk mengetahui hal-hal yang berhubungan dengan kualitas pemenuhan kriteria pengecer.

H. Teknik Analisis Data

Alat dan langkah-langkah yang digunakan untuk membahas persoalan guna menemukan jawaban dari permasalahan yang diteliti adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui status pemenuhan kriteria pemilihan pengecer yang ditentukan oleh perusahaan distributor dalam memilih pengecer, dan seberapa besar tingkat pemenuhannya, penulis melakukan uji kuesioner di lapangan, kemudian menggunakan Skala Likert dan total rata-rata hitung sebagai berikut :

- a) Membuat kuesioner

Penulis membuat kuesioner dengan 10 indikator penilaian dan 20 butir pernyataan untuk masing-masing 30 responden guna mendapatkan nilai pemenuhan kriteria dari pengecer.

- b) Menentukan skor alternatif jawaban atas pernyataan kuesioner kriteria pemilihan pengecer.

Penulis menggunakan Skala Likert dalam memberikan skor atas jawaban pernyataan kuesioner (Umar : 1999), sebagai berikut :

Alternatif Jawaban Kuesioner	Skor
Sangat Terpenuhi (ST)	5
Terpenuhi (T)	4
Cukup Terpenuhi (CT)	3
Kurang Terpenuhi (KT)	2
Sangat Kurang Terpenuhi (SKT)	1

c). Mencari interval kelas

Berdasarkan pada penggunaan indikator penilaian di atas dapat diketahui bahwa skor maksimal tertinggi yang mungkin dicapai masing-masing pengecer dalam hal pemenuhan kriteria yang ditentukan oleh perusahaan adalah sebagai berikut :

Jawaban	Skor	Butir Pernyataan	Skor maksimal Kuesioner yang mungkin diperoleh oleh pengecer
Sangat Terpenuhi (ST)	5	20	$5 \times 20 = 100$
Terpenuhi (T)	4	20	$4 \times 20 = 80$
Cukup Terpenuhi (CT)	3	20	$3 \times 20 = 60$
Kurang Terpenuhi (KT)	2	20	$2 \times 20 = 40$
Sangat Kurang Terpenuhi (SKT)	1	20	$1 \times 20 = 20$

Jadi nilai terendah dalam kuesioner adalah 20 dan nilai tertinggi adalah 100, karena skor pada kuesioner antara 20 sampai dengan 100. Sedangkan penulis meneliti tingkat pemenuhan kriteria pemilihan pengecer yang terbagi dalam lima tingkat pemenuhan kriteria, yaitu Sangat Terpenuhi, Terpenuhi, Cukup Terpenuhi, Kurang Terpenuhi dan Sangat Kurang Terpenuhi. Maka dicari interval kelas penilaian

dari kelima pemenuhan kriteria pengecer yang diteliti dengan menggunakan Rumus Sturges (Budiyuwono, 1993 : 37) sebagai berikut :

$$ci = \frac{range}{k}$$

Keterangan :

Ci = Interval kelas

Range = Selisih batas atas dan batas bawah

K = Banyaknya kelas

Dari penggunaan rumus diatas maka dapat diketahui interval penilaian sebagai berikut :

$$ci = \frac{100 - 20}{5}$$

$$ci = 16$$

Maka batas interval tiap-tiap pemenuhan kriteria pemilihan pengecer adalah sebagai berikut :

Skor ≥ 20 sampai dengan ≤ 36 adalah pemenuhan kriteria pada skala Sangat Kurang Terpenuhi.

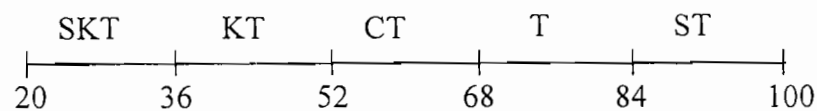
Skor ≥ 36 sampai dengan ≤ 52 adalah pemenuhan kriteria pada skala Kurang Terpenuhi.

Skor ≥ 52 sampai dengan ≤ 68 adalah pemenuhan kriteria pada skala Cukup Terpenuhi.

Skor ≥ 68 sampai dengan ≤ 84 adalah pemenuhan kriteria pada skala Terpenuhi.

Skor ≥ 84 sampai dengan ≤ 100 adalah pemenuhan kriteria pada skala Sangat Terpenuhi.

Maka hubungan antara skor kuesioner dengan pemenuhan kriteria pengecer dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar III.1.
Skala skor tingkat pemenuhan kriteria pemilihan pengecer yang mungkin diperoleh pengecer

Keterangan :

SKT = Sangat Kurang Terpenuhi

KT = Kurang Terpenuhi

CT = Cukup Terpenuhi

T = Terpenuhi

ST = Sangat Terpenuhi

- d). Menghitung nilai rata-rata per variabel.
- e). Menghitung nilai total variabel kemudian memasukkannya ke dalam total jawaban pemenuhan kriteria seluruh responden yang telah didapat ke skala tingkat pemenuhan kriteria pemilihan pengecer yang dibuat untuk mendapatkan penyebutan dan besarnya angka tingkat pemenuhan kriteria dari pengecer.

Setelah hal tersebut dilakukan, maka selesai sudah pembahasan mengenai masalah I.

2. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara pemenuhan kriteria yang ditentukan perusahaan distributor oleh pengecer, dengan kinerja penjualan pengecer, dilakukan analisis menggunakan Korelasi Rangking Spearman sebagai berikut :

- a) Membuat tabel yang diperiukan untuk perhitungan

Pengecer (Apotik)	(X)	Rangking	Y	Rangking
1				
30				

Dimana :

X = Skor pemenuhan kriteria masing-masing pengecer

Y = Rupiah penjualan pengecer

- b) Mengurutkan data berdasarkan rangking.

Data diurutkan mulai dari data terbesar sampai data yang terkecil. Hal ini dilakukan untuk memudahkan dalam menghitung nilai r^2 .

- c) Memasukkan nilai-nilai yang diperlukan untuk menghitung r^2

kedalam tabel berikut :

Pengecer	Rangking		D (1) - (2)	D ²
	X (1)	Y (2)		
1				
30				
				$\Sigma D^2 =$

Apabila ada rangking yang sama, maka rangking ditentukan berdasarkan rata-ratanya.

- d) Mengolah data langkah b ke dalam Rumus Korelasi Ranging Spearman untuk mengetahui nilai koefisien korelasinya (R_s).

$$R_s = 1 - \frac{6\sum D^2}{n(n^2 - 1)}$$

Dimana :

R_s = Koefisien Korelasi Ranging Spearman.

N = Banyaknya pasangan data.

Σ = Notasi jumlah.

D = Perbedaan ranging antara pasangan data.

Rumus tersebut diatas berlaku apabila nantinya tidak terdapat data analisis yang memiliki ranging kembar. Apabila terjadi ranging kembar, maka rumus tersebut harus disesuaikan. Rumus untuk menghitung Korelasi Ranging Spearman apabila terjadi ranging kembar (Siegel, 1992) adalah sebagai berikut :

$$R_s = \frac{\sum x^2 + \sum y^2 - \sum d^2}{2\sqrt{\sum x^2 + \sum y^2}}$$

$$\sum x^2 = \frac{N^3 - N}{N} - \sum T_x$$

($\sum T$) menunjukkan jumlah berbagai harga T untuk semua kelompok yang berlain-lainan yang memiliki ranging berangka sama).

$$T = \frac{T^3 - T}{N}$$

T = banyaknya observasi yang berangka sama pada suatu rangking tertentu.

$$\Sigma y^2 = \frac{N^3 - N}{N} - \Sigma T_y$$

e) Melakukan uji signifikansi Koefisien Rangking Spearman.

Pengujian dilakukan untuk mengetahui signifikansi hubungan antara dua variabel tersebut diatas, yakni variabel pemenuhan kriteria pemilihan pengecer dengan variabel kinerja penjualan. Adapun langkah pengujian adalah sebagai berikut :

1) Memasukkan rumusan hipotesis.

$H_0 : \rho_s = 0$ (tidak ada hubungan antara variabel pemenuhan kriteria pemilihan pengecer dengan variabel kinerja penjualan)

$H_A : \rho_s \neq 0$ (ada hubungan variabel pemenuhan kriteria pemilihan pengecer dengan variabel kinerja penjualan).

2) Menentukan nilai kritis.

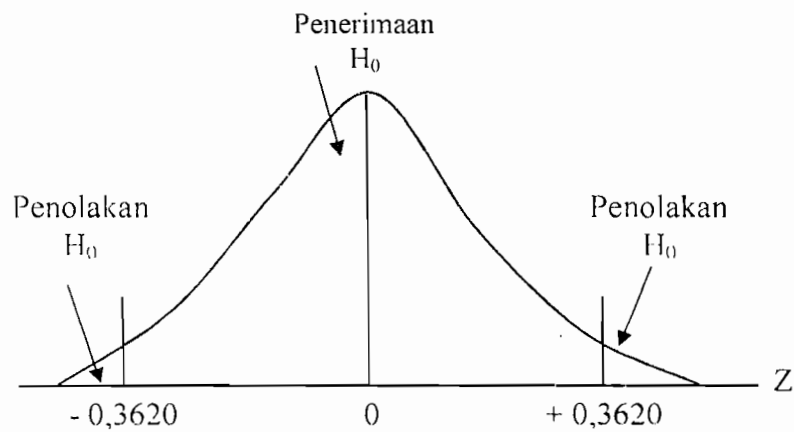
Nilai kritis ditentukan dengan memperhatikan jumlah sampel ($n = 30$) dan tingkat signifikansi ($\alpha = 10\%$).

Nilai kritis R_2 30; $10\%/2 = 0,3620$ (lihat pada tabel *Spearman Rank Correlation*).

3) Memasukkan nilai R_s .

4) Memasukkan nilai R_s untuk membuat kurva keputusan.

Kurva keputusan tersebut sebagai berikut :



Gambar III.2.
Kurve Keputusan

f) Membuat kesimpulan

Keputusan menerima H_A jika letak nilai R_s hitung berada di daerah penolakan H_0 .

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat PT. Gayamindo Kerta

Pedagang Besar Farmasi (PBF) PT. Gayamindo Kerta dengan ijin pendirian usaha No : 34001 / PBF / IV / 91, Nomor Pokok Wajib Pajak No : 01.543.895.5.541.000 merupakan sebuah perusahaan berbentuk Perseroan Terbatas (PT) yang bergerak dalam bidang distribusi barang-barang kebutuhan farmasi dan alat-alat kesehatan, bukanlah nama baru dalam bisnis barang-barang kebutuhan farmasi di Yogyakarta. Perusahaan ini berlokasi di sebelah Barat Stadion Sepak Bola Mandala Krida, tepatnya di Jalan Gayam No. 28 Yogyakarta. Lokasi perusahaan ini sangat strategis. Dapat ditempuh hanya \pm 15 menit dari Bandara Adisucipto Yogyakarta, tidak jauh dengan stasiun kereta api, terminal bis antar kota, bahkan dilewati oleh jalur bis kota. PT. Gayamindo Kerta ini didirikan oleh Bapak L. Wibowo pada bulan Mei 1991, tepatnya tanggal 1 Mei 1991. Permodalan perusahaan dalam bentuk saham, dimiliki oleh 5 orang pemilik dalam bentuk kepemilikan saham perusahaan.

Ada dua tujuan yang melatarbelakangi pendirian perusahaan, yakni :

1 Tujuan sosial

Dilatarbelakangi oleh pemikiran akan tingginya permintaan masyarakat terhadap obat-obatan dan kebutuhan farmasi setiap tahunnya.

Di samping itu pula adanya kesadaran pengadaan sarana penunjang pelayanan akan kebutuhan farmasi untuk lembaga-lembaga kesehatan (rumah sakit, apotik, toko obat) dalam hal lembaga-lembaga tersebut memberikan bantuan pelayanan kesehatan kepada masyarakat yang membutuhkan.

2. Tujuan Ekonomi

Tujuan ekonomi pendirian perusahaan tidak lain adalah laba, yang didapat dari potongan harga pabrikan dengan harga yang ditawarkan oleh perusahaan kepada apotik, rumah sakit dan toko obat.

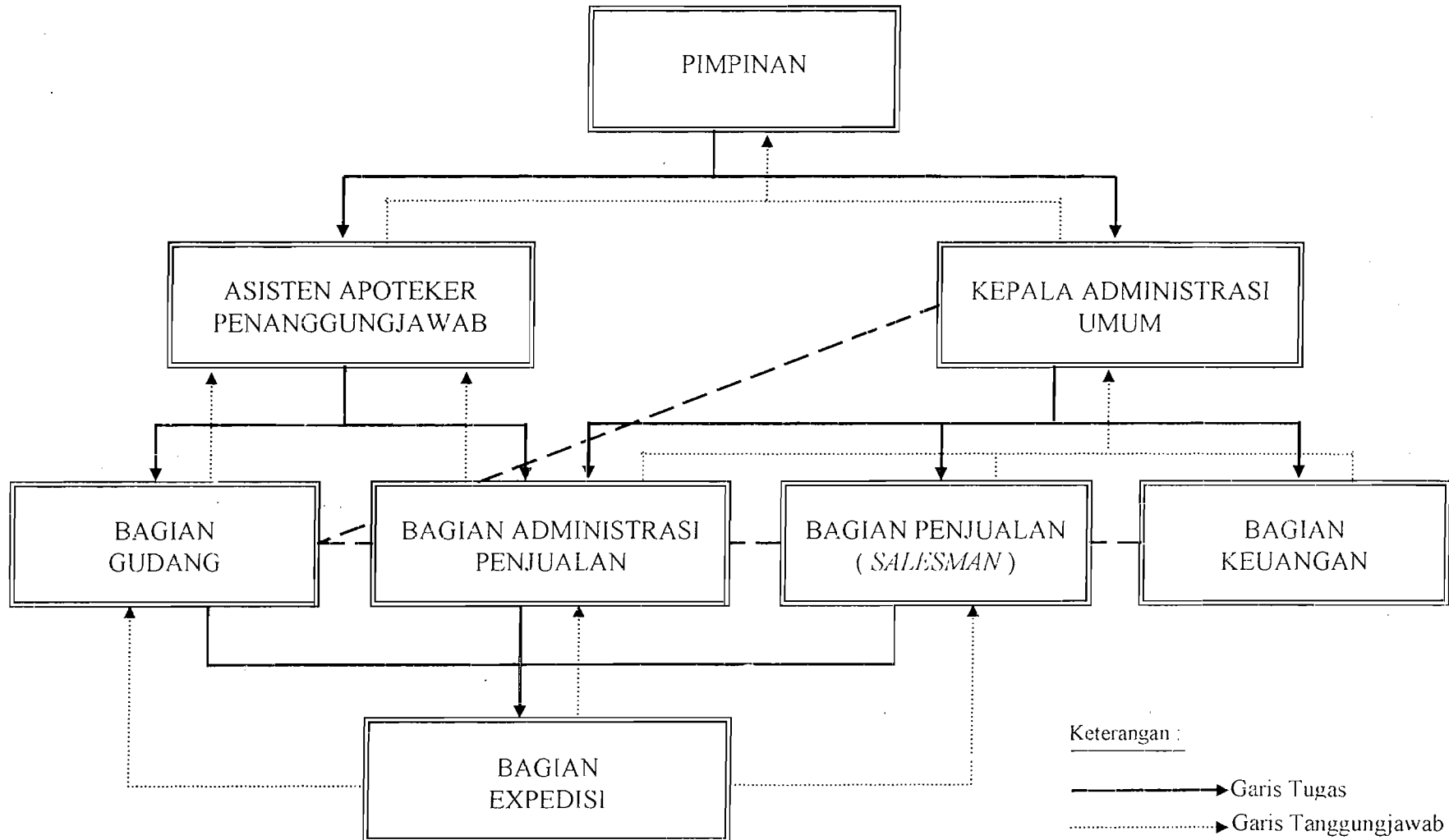
Perkembangan yang dicapai perusahaan sampai saat sekarang ini cukup pesat. Ini dapat dilihat dari tingginya angka penjualan produk yang dijual perusahaan setiap periodenya. Tentunya ini tidak terlepas dari kerja keras yang dilakukan pihak perusahaan dalam menjalankan usahanya. Dari motto pelayanan *One day service* (barang/produk harus sudah sampai ke tangan konsumen dalam satu hari) kita setidaknya dapat melihat atau membayangkan bagaimana sistem kerja diterapkan di perusahaan ini. Tidak mengherankan, walaupun umur perusahaan masih tergolong cukup muda, sampai sekarang perusahaan tetap eksis berdiri dan bahkan mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan sejenis yang jumlahnya cukup banyak, khususnya di daerah Yogyakarta ini.

B. Struktur Organisasi

Struktur organisasi satuan usaha memberikan rerangka kerja menyeluruh bagi perencanaan, pengarahan dan pengendalian operasi. Suatu struktur organisasi meliputi pertimbangan bentuk dan sifat unit-unit organisasi satuan usaha. Termasuk organisasi pengolahan data. Serta hubungan fungsi manajemen yang berkaitan dan pelaporan. Selain itu struktur organisasi harus menetapkan tugas dan tanggung jawab dalam satuan usaha dengan cara yang semestinya

Adapun struktur organisasi yang ada dan berlaku di PT. Gayamindo Kerta adalah sebagai berikut :

STRUKTUR ORGANISASI PT. GAYAMINDO KERTA



Gambar IV.1.

Sumber : PT. Gavamindo Kerta

Dari struktur organisasi diatas, dapat dijelaskan tentang pendelegasian tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian struktur yang ada pada PT. Gayamindo Kerta. Adapun pendelegasian tugas, dan tanggung jawab tersebut adalah sebagai berikut :

1. Pimpinan

Tugas :

1. Memimpin perusahaan secara keseluruhan.
2. Menangani semua peraturan perusahaan dan syarat perjanjian kerja yang berlaku.
3. Mengangkat karyawan baru sesuai dengan kebutuhan atau permintaan dari departemen yang membutuhkan.
4. Menjalin kerjasama dengan pihak luar untuk kemajuan perusahaan.

Tanggung jawab :

1. Bertanggungjawab atas operasional perusahaan secara keseluruhan.

2. Asisten Apoteker Penanggungjawab

Tugas :

1. Mengawasi lalu lintas keluar masuknya obat-obatan.
2. Melakukan pemeriksaan terhadap barang-barang/obat-obatan yang ada di gudang perusahaan.

Tanggung jawab :

1. Bertanggungjawab terhadap jenis produk yang dibeli oleh perusahaan.
2. Bertanggungjawab terhadap lalu lintas keluar masuknya produk di perusahaan.
3. Membuat laporan ke dinas kesehatan DIY dan departemen kesehatan di Jakarta setiap triwulan. Yang dimaksud disini adalah Balai POM DIY dan Dirjen POM.

3. Kepala Administrasi

Tugas :

1. Melakukan pengawasan dan memberi pelatihan kepada staf administrasi mengenai administrasi perusahaan.
2. Menindaklanjuti peraturan dan kebijakan perusahaan yang berkaitan dengan administrasi.
3. Mengawasi pelaksanaan tugas-tugas administrasi harian.
4. Mengurus dan mengawasi semua permasalahan yang berhubungan dengan segala jenis permasalahan perpajakan dan masalah-masalah pajak perusahaan.

Tanggung jawab :

1. Bertanggungjawab terhadap penyimpanan semua dokumen kepegawaian dari setiap karyawan perusahaan dengan lengkap.

2. Bertanggungjawab terhadap penyimpanan semua dokumen-dokumen perusahaan.
3. Bertanggungjawab terhadap pelaksanaan tugas-tugas administrasi harian perusahaan.
4. Bertanggungjawab terhadap tugas-tugas yang berhubungan dengan kesekretariatan.

4. Bagian Keuangan

Tugas :

1. Menerima setoran dari bagian Penjualan.
2. Mencatat pemasukan dan pengeluaran setiap harinya pada buku kas perusahaan.

Tanggung jawab :

1. Menyampaikan laporan keuangan tiap bulan pada kepala administrasi.

5. Bagian Gudang

Tugas :

1. Menjaga keamanan produk yang ada di gudang.
2. Memastikan bahwa produk yang dikeluarkan sesuai dengan dokumen pengeluaran produk yang diberikan, mencatat tanggal kadaluarsa barang/obat-obatan.
3. Mengawasi pemeliharaan kebersihan dan penataan barang di gudang.

4. Memastikan bahwa penataan barang di gudang telah sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.
5. Memastikan bahwa semua barang yang masuk ke departemen gudang sesuai dengan standar kualitas dan kuantitas yang ditetapkan.
6. Memberi informasi kepada asisten apoteker penanggung jawab mengenai stok barang yang ada di gudang.
7. Mencatat keluar masuknya barang kedalam kartu barang.

Tanggung jawab :

1. Bertanggungjawab terhadap keamanan barang-barang yang ada di gudang.
2. Bertanggungjawab terhadap kebersihan gudang.
3. Bertanggungjawab terhadap produk rusak, cacad yang disebabkan oleh kesalahan tata letak atau penataan barang-barang yang ada di gudang.

6. Bagian Administrasi Penjualan

Tugas :

1. Membuat semua laporan administrasi yang diperlukan.
2. Mempersiapkan semua surat-surat penting yang berkaitan dengan penjualan baik untuk intern maupun ekstern.
3. Menangani telepon yang masuk untuk bagian penjualan.



4. Sepengetahuan kepala administrasi membuat korespondensi yang baik dengan perusahaan atau kantor lain termasuk surat menyurat internasional.
5. Menindaklanjuti tugas yang diberikan oleh kepala administrasi.
6. Mencatat atau melaporkan hal-hal yang berkaitan dengan administrasi penjualan.

Tanggung jawab :

1. Bertanggungjawab terhadap pembuatan laporan yang dibuat sebelumnya.
2. Bertanggungjawab terhadap pengadaan semua surat-menyurat penting yang dibutuhkan berkaitan dengan administrasi dan penjualan.
3. Bertanggungjawab terhadap catatan atau laporan administrasi yang dibuat.

7. Bagian Penjualan

Tugas :

1. Menjual produk perusahaan.
2. Mencari order.
3. Mengkoordinir dan menjalankan kegiatan sales bersama teamnya.
4. Membuat laporan penjualan yang telah ditetapkan.
5. Mencapai sasaran penjualan yang telah ditentukan oleh perusahaan.

Tanggung jawab :

1. Bertanggungjawab terhadap pencapaian target penjualan yang telah diberikan perusahaan.
 2. Bertanggungjawab melaporkan hasil-hasil yang dicapai selama proses penjualan, baik itu mengenai hasil penjualan maupun peluang-peluang penjualan dan perkembangan pasar yang terjadi
8. Expedisi (pengiriman barang)

Tugas :

1. Bertugas dalam hal pengiriman produk dari perusahaan ke apotik, rumah sakit dan toko obat.

Tanggung jawab :

1. Bertanggungjawab terhadap keamanan, kerusakan, kehilangan, produk cacat yang mungkin terjadi terhadap produk yang diangkut/dikirim selama proses tersebut berlangsung.
2. Selama proses pengangkutan atau pengiriman, bertanggungjawab untuk langsung melaporkan ke perusahaan apabila ternyata benar terjadi hal-hal tersebut diatas.

C. Personalia

1. Tenaga Kerja (Karyawan)

Tenaga kerja yang ada pada PT. Gayamindo Kerta terdiri dari berbagai tingkat pendidikan. Namun perbedaan tingkat pendidikan tidak menghambat operasional perusahaan, karena jabatan untuk masing-masing karyawan disesuaikan dengan tingkat pendidikannya.

PT. Gayamindo Kerta sampai dengan saat ini memiliki 13 orang karyawan yang terdiri dari 4 orang karyawan perempuan dan 9 orang karyawan laki-laki. Adapun dari 13 karyawan yang ada terbagi dalam masing-masing pembagian jumlah karyawan menurut departemen.

2. Perimaan Karyawan (*Recruitment*)

Proses penarikan tenaga kerja yang dilakukan oleh PT. Gayamindo Kerta untuk mendapatkan tenaga kerja yang diinginkan harus melalui beberapa tahap seleksi antara lain :

1. Tes bakat dan minat
2. Tes wawancara
3. *Job* (kerja)

3. Jam kerja karyawan

Jam kerja karyawan PT. Gayamindo Kerta adalah 8 jam sehari. 6 hari kerja seminggu, kecuali hari libur nasional.

Kelebihan jam kerja karyawan dikarenakan lembur.

4. Fasilitas karyawan

Karyawan yang bekerja di PT. Gayamindo Kerta di samping menerima gaji bulanan, bonus penjualan bagi karyawan bagian penjualan, juga berhak menikmati fasilitas-fasilitas yang diberikan oleh perusahaan kepada karyawan sebagai wujud kepedulian perusahaan terhadap para tenaga kerjanya. Fasilitas yang dimaksud antara lain adalah uang transport, uang makan dan majalah. PT. Gayamindo Kerta begitu peduli dengan kenyamanan dan keselamatan kerja para karyawannya. Hal ini dapat dilihat dengan diberikannya fasilitas Asuransi Jamsostek kepada seluruh karyawan yang bekerja pada PT. Gayamindo Kerta.

Fasilitas yang diberikan tersebut disamping merupakan wujud kepedulian perusahaan, juga bertujuan untuk menghargai hasil kerja dan untuk merangsang motivasi kerja karyawan sehingga meningkatkan produktivitas kerja karyawan.

5. Menjalin hubungan baik dengan karyawan

PT. Gayamindo Kerta dalam menjalin hubungan baik dengan karyawan melakukan :

1. Pertemuan-pertemuan formal.

Misalnya : kegiatan keagamaan.

2. Pertemuan-pertemuan informal.

Misalnya : *in house training*.

3. Rekreasi bersama.

6. Sistem penggajian

Gaji merupakan imbalan jasa yang diberikan perusahaan kepada karyawan, sebagai wujud balas jasa atas hasil kerja yang diberikan karyawan kepada perusahaan. PT. Gayamindo Kerta menerapkan penggajian dengan sistem gaji bulanan kepada karyawannya. Gaji diberikan dibelakang, artinya gaji bulanan diberikan setelah karyawan yang bersangkutan bekerja selama satu bulan di PT. Gayamindo Kerta. Sistem penggajian ini berlaku untuk sebagian besar karyawan, terkecuali karyawan pada bagian penjualan. Karyawan bagian penjualan selain mendapatkan gaji tetap bulanan, juga mendapatkan bonus jika mereka dapat menjual produk melebihi target yang telah ditetapkan oleh perusahaan dalam periode tertentu. Besarnya nilai bonus penjualan dihitung berdasarkan prosentase tertentu dari penjualan yang mereka lakukan. Jika seorang karyawan bagian penjualan mendapatkan bonus, maka bonus ini dibayarkan bersamaan dengan pembayaran gaji bulanan.

D. Pemasaran

1. Jenis produk yang dijual

Adapun jenis produk yang dijual oleh PT. Gayamindo Kerta meliputi obat-obatan dan alat-alat kesehatan.

2. Proses penjualan produk dan kebijakan penjualan

Dalam menjual produknya, PT. Gayamindo Kerta menerapkan sistem penjualan kredit, dimana pembeli dapat mengangsur pembelian dengan tenggang waktu antara 7 sampai dengan 30 hari, tergantung dari

kesepakatan antara pihak produsen, perusahaan distributor dan pembeli. Lamanya waktu pembayaran juga mempertimbangkan besarnya jumlah diskon yang diberikan.

Ada beberapa kriteria yang digunakan perusahaan dalam memberikan piutang dagang (penjualan kredit), semua kriteria tersebut diarahkan pada bonafisitas dari para calon pembeli. Bonafisitas itu sendiri diukur dari hal-hal sebagai berikut :

- a. Kemampuan pengecer dalam sumber daya keuangan.
- b. Semangat kerjasama pengecer dengan perusahaan.
- c. Citra dan reputasi pengecer dipasaran.

Apabila piutang dagang telah jatuh tempo, PT. Gayamindo Kerta menerapkan sistem pembayaran dengan *cash* atau dapat juga dengan menggunakan *Giro Bilyet*.

3. Sistem distribusi barang

Sistem distribusi barang yang ada dan berlaku pada sistem pemasaran PT. Gayamindo Kerta dapat dikelompokkan menjadi dua, yakni :

- a. Sistem distribusi barang dari pabrikan ke PT. Gayamindo Kerta menggunakan sistem distribusi langsung.

Yang dimaksud dengan sistem distribusi langsung disini adalah bahwa PT. Gayamindo Kerta dalam memperoleh barang, baik dalam proses pembelian dan pengangkutan/pengiriman barang ke perusahaan dilakukan sendiri tanpa perantara.

- b. Sistem distribusi barang dari PT. Gayamindo Kerta ke konsumen (pengecer) juga menggunakan sistem distribusi langsung.

Yang dimaksud dengan sistem distribusi langsung disini adalah bahwa PT. Gayamindo Kerta dalam mendistribusikan barang/menyuplai barang ke konsumen, baik dalam proses penawaran barang sampai dengan pengiriman barang ke konsumen dilakukan sendiri oleh para *salesman* tanpa perantara.

E. Akuntansi Perusahaan

PT.Gayamindo Kerta menerapkan sistem akuntansi sederhana disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan. Adapun secara garis besar akuntansi perusahaan PT. Gayamindo Kerta meliputi hal-hal sebagai berikut :

1. Penerimaan dan pengeluaran kas.
 - a. Pengawasan intern terhadap penerimaan kas
 1. Setiap kali terjadi penerimaan kas, bagian perusahaan segera mencatat penerimaan kas tersebut. Pencatatan penerimaan kas pertama kali dilakukan oleh bagian administrasi penjualan perusahaan.
 2. Setiap 7 hari, bagian keuangan perusahaan menyetorkan penerimaan kas dari hasil penjualan ke bank.
 3. Petugas penerimaan kas, yakni bagian administrasi yang dalam hal ini akan menerima kas dari hasil penjualan, selanjutnya akan menyerahkan kas tersebut ke bagian keuangan. Kedua jabatan ini terpisah dan dipegang oleh dua orang yang berbeda.

- b. Pemakaian bon/faktur penjualan yang telah diberi nomor urut lebih dahulu.

Saat melakukan penjualan, perusahaan menggunakan faktur penjualan (nota) rangkap dua yang lebih dahulu telah diberi nomor urut. Lembar yang asli diberikan kepada pembeli (apotik) dan tembusannya disimpan oleh petugas penjualan.

- c. Pengendalian intern terhadap pengeluaran kas.
 1. Semua pengeluaran kas secara tunai, yang berkaitan dengan operasional perusahaan harus mendapatkan tanda tangan dari bagian keuangan.
 2. Pengeluaran kas dalam bentuk *check*, prosedurnya adalah sebagai berikut : *check* harus diberi nomor urut terlebih dahulu. *Check* dikeluarkan apabila sudah mendapatkan persetujuan dari pejabat yang berwenang. Dalam hal ini pimpinan perusahaan. *Check* yang dikeluarkan ditandatangani oleh pimpinan dan kepala bagian keuangan perusahaan. Prosedur ini untuk menghindari penyalahgunaan penggunaan *check* tersebut.

2. Piutang Dagang

- a. Potongan tunai

Perusahaan memberikan potongan tunai kepada apotik apabila apotik melakukan pembayaran dalam waktu tertentu. Besarnya potongan ditentukan oleh perusahaan sesuai dengan besarnya jumlah pembelian apotik.

- b. Kerugian yang disebabkan piutang tidak tertagih menjadi beban pada periode dimana keputusan pemberian piutang dibuat.

3. Sediaan

a. Penentuan kuantitas

Dalam menentukan kuantitas persediaan, perusahaan menggunakan metode persediaan fisik. Yakni dengan cara menghitung terhadap fisik persediaan yang ada di gudang. Perhitungan fisik dilakukan perusahaan secara periodik setiap 1 minggu sekali.

b. Penentuan nilai persediaan.

Dalam menentukan nilai persediaan perusahaan menerapkan sistem FIFO (*first in, first out*). Metode FIFO adalah metode penentuan persediaan yang didasarkan pada anggapan bahwa barang yang paling dulu dibeli (masuk) adalah barang yang paling dulu dijual (dikeluarkan). Dengan demikian barang-barang yang ada di gudang dianggap berasal dari pembelian-pembelian yang terakhir karena barang-barang yang berasal dari pembelian-pembelian sebelumnya dianggap sudah dijual (dikeluarkan).

BAB V

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

Tujuan dari penelitian yang penulis lakukan adalah untuk mengetahui : Pertama, apakah kriteria yang ditentukan oleh perusahaan distributor PT. Gayamindo Kerta dalam memilih pengecer sudah terpenuhi, dan berapa besar tingkat pemenuhan kriteria tersebut oleh pengecer. Kedua, apakah terdapat hubungan antara pemenuhan kriteria yang ditentukan perusahaan distributor PT. Gayamindo Kerta oleh pengecer dengan kinerja penjualan pengecer yang bersangkutan.

Dalam penelitian ini, data yang penulis peroleh dikelompokkan ke dalam dua bagian, berdasarkan tempat dimana penulis melakukan penelitian.

Kelompok Pertama, adalah kelompok data yang diperoleh dari hasil penelitian yang dilakukan pada perusahaan distributor obat PT. Gayamindo Kerta. Yakni data mengenai : gambaran umum perusahaan, nama dan alamat pengecer, kriteria yang ditentukan perusahaan distributor PT. Gayamindo Kerta dalam memberikan piutang dagang, kemampuan membeli para pengecer, volume penjualan pengecer untuk produk yang diberikan perusahaan, serta riwayat pelunasan piutang. Adapun metode yang digunakan dalam memperoleh data tersebut ialah dengan melakukan wawancara langsung dan

pemeriksaan serta penelusuran dokumen-dokumen perusahaan yang berkaitan dengan hal-hal tersebut diatas.

Kelompok Kedua, adalah kelompok data yang diperoleh penulis dari hasil penelitian yang dilakukan pada masing-masing pengecer yang memasarkan produk perusahaan distributor PT. Gayamindo Kerta, yakni data-data mengenai : gambaran umum pengecer dan skor besarnya nilai pemenuhan kriteria pengecer. Data pada kelompok ini diperoleh dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan (kuesioner) kepada pengecer. Sampel penelitian sebanyak 35 apotik dari total jumlah populasi sampel sebanyak 52 apotik yang berada di wilayah Kodya Yogyakarta dan mengkonsumsi produk perusahaan PT. Gayamindo Kerta. Dari 35 apotik yang dijadikan sampel penelitian, sebanyak 30 apotik dijadikan sampel untuk uji coba. Wilayah sebar kuesioner hanya meliputi Kodya Yogyakarta, dengan menggunakan sistem *Cluster Sampling*, penulis memberikan 35 kuesioner ke berbagai apotik yang dijadikan sampel penelitian dan dipilih berdasarkan lokasi apotik. Hal ini dimaksudkan agar penyebaran kuesiner lebih merata di wilayah yang dijadikan sampel penelitian. Indikator yang dinilai untuk menentukan besarnya total nilai pemenuhan masing-masing pengecer adalah sebagai berikut :

- a. Lokasi Pengecer
- b. Pelayanan pengecer kepada pembeli.
- c. Kemampuan dan keterampilan pengecer dalam hal pengiklanan dan menata promosi.

- d. Kesamaan lini produk yang dijual pengecer dengan yang dijual perusahaan.
- e. Dominan dan tidaknya lini produk dari pesaing yang dijual oleh pengecer.
- f. Sumber daya keuangan pengecer.
- g. Pengalaman pengecer dalam menjalankan bisnisnya
- h. Semangat kerjasama yang dimiliki pengecer terhadap perusahaan distributor.
- i. Reputasi pengecer dipasaran.
- j. Kemampuan manajerial pengecer untuk memasarkan produk perusahaan distributor.

Dalam lembar kuesioner dilampirkan pula tentang identitas lain dari responden, yang nantinya penulis gunakan untuk mengetahui sejauh mana perbedaan dari bentuk kepemilikan apotik, besarnya modal awal, sumber kepemilikan modal, status ijin usaha, status kedudukan tenaga ahli (apoteker), jumlah tenaga kerja (karyawan), dan sistem penggajian yang diterapkan masing-masing pengecer.

Di bawah ini adalah tabel tentang isian kuesioner serta identitas para pengecer berdasarkan kuesioner tersebut.

1. Kuesioner

Jumlah kuesioner yang disebar pada area penelitian sebanyak 35 kuesioner dengan keterangan sebagai berikut :

TABEL V.1.
Tabel Jumlah Kuesioner

No	Keterangan	Jumlah
1	Jumlah kuesioner yang disebar	35
2	Kuesioner yang dapat ditarik kembali..	32
3	Kuesioner yang tidak dapat ditarik kembali/hilang.	1
4	Kuesioner rusak/data tidak lengkap.	2

2. Bentuk Kepemilikan Apotik.

Tabel di bawah ini menunjukkan bentuk kepemilikan apotik :

TABEL V.2.
Karakteristik Responden
Berdasarkan Kepemilikan Apotik

No	Bentuk Kepemilikan	Frekuensi	Persen (%)
1	Yayasan Sosial	1	3,4
2	Perorangan	29	96,6
Jumlah		30	100

Berdasarkan tabel tersebut di atas, diketahui bahwa bentuk kepemilikan apotik sebagian besar adalah perorangan, yakni sebanyak 29 responden atau 96,6 % dari keseluruhan jumlah responden.

3. Besarnya Modal Awal

Tabel di bawah ini menunjukkan karakteristik besarnya modal awal :

TABEL V.3.

**Karakteristik Responden
Berdasarkan Besarnya Modal Awal**

No	Besarnya Modal Awal	Frekuensi	Persen (%)
1	≤ Rp. 50.000.000,-	0	0
2	Rp. 50.000.000,- - Rp. 500.000.000,-	30	100
3	≥ Rp. 500.000.000,-	0	0
Jumlah		30	100

Berdasarkan tabel tersebut di atas, maka diketahui bahwa besarnya modal awal responden adalah antara 50 juta – 500 juta rupiah, yaitu sebanyak 30 responden atau 100 % dari keseluruhan jumlah responden.

4. Sumber Kepemilikan Modal

Tabel di bawah ini menunjukkan sumber kepemilikan modal responden :

TABEL V.4.

**Karakteristik Responden
Berdasarkan Sumber Kepemilikan Modal**

No	Sumber Kepemilikan Modal	Frekuensi	Persen (%)
1	Modal Prorangan	29	96,6
2	Modal Yayasan Sosial	1	3,4
3	Modal Investor	0	0
Jumlah		30	100

Yang dimaksud dengan modal perorangan adalah penyetoran modal murni pribadi, satu orang pemilik tanpa ada tambahan modal dari pihak manapun.

Modal Yayasan Sosial adalah modal yang berasal dari Yayasan, sebagai pemilik apotik, dimana apotik tersebut bernaung.

Berdasarkan tabel tersebut di atas, dapat diketahui bahwa sumber kepemilikan modal sebagian besar adalah modal pemilik yakni sebanyak 29 responden atau 96,6 % dari keseluruhan jumlah responden

5. Ijin Usaha

Tabel di bawah ini menunjukkan status kepemilikan ijin usaha responden :

TABEL V.5.
Karakteristik Responden
Berdasarkan Kepemilikan Ijin Usaha

No	Keterangan Ijin Usaha	Frekuensi	Persen (%)
1	Memiliki Ijin Usaha.	30	100
2	Kepemilikan Ijin Usaha Dalam Proses.	0	0
Jumlah		30	100

Berdasarkan tabel tersebut di atas, diketahui bahwa keseluruhan responden memiliki ijin usaha, yakni sebanyak 100% keseluruhan jumlah responden.

6. Tenaga Ahli (Apoteker)

Tabel di bawah ini menunjukkan kepemilikan tenaga ahli (Apoteker) yang dimiliki responden :

TABEL V.6.
Karakteristik Responden
Berdasarkan Status Kedudukan Tenaga Ahli (Apoteker)
yang Dimiliki

No	Status Kedudukan Tenaga Ahli (Apoteker) Yang Dimiliki	Frekuensi	Persen (%)
1	Apoteker tetap, tidak bekerja pada apotik lain.	30	100
2	Apoteker tetap, tetapi juga bekerja pada apotik lain.	0	0
Jumlah		30	100

Berdasarkan tabel tersebut di atas, diketahui bahwa keseluruhan responden memiliki tenaga ahli (apoteker) dengan persentase 100% dari keseluruhan jumlah responden.

7. Jumlah Tenaga Kerja yang dimiliki.

Tabel di bawah ini menunjukkan jumlah tenaga kerja yang dimiliki responden :

TABEL V.7.

Karakteristik Responden
Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja (Karyawan) Yang Dimiliki

No	Jumlah Tenaga Kerja (Karyawan) Yang Dimiliki	Frekuensi	Persen (%)
1	Memiliki Tenaga Kerja tetap \leq 5 Orang.	6	20
2	Memiliki Tenaga kerja tetap $>$ 5 Orang.	24	80
Jumlah		30	100

Berdasarkan tabel tersebut di atas, maka diketahui bahwa jumlah tenaga kerja (karyawan) yang dimiliki responden sebagian besar adalah >5 orang, yakni sebanyak 24 responden atau 80 % dari keseluruhan jumlah responden.

8. Sistem Penggajian

Tabel berikut ini menunjukkan sistem penggajian yang diterapkan oleh para responden :

TABEL V.8.
Karakteristik Responden
Berdasarkan Sistem Penggajian Yang Diterapkan

No	Sistem Penggajian yang diterapkan	Frekuensi	Persen (%)
1	Harian	0	0
2	Mingguan	0	0
3	Bulanan	30	100
Jumlah		30	100

Berdasarkan tabel tersebut, maka dapat diketahui bahwa sistem penggajian yang diterapkan oleh responden adalah sistem penggajian bulanan, sebanyak 30 responden atau 100% dari keseluruhan jumlah responden.

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan data keseluruhan tabel di atas menunjukkan bahwa dari 30 responden, sebagian besar bentuk kepemilikan apotik adalah perorangan yakni sebanyak 93,3 % dari jumlah keseluruhan responden, keseluruhan responden memiliki modal awal di atas Rp. 50.000.000,-, yakni sebanyak 100 % dari jumlah responden, sebagian besar responden memiliki sumber kepemilikan modal berasal dari modal perorangan yakni sebanyak 96,6 % dari keseluruhan jumlah responden, semua responden memiliki ijin usaha, yakni sebanyak 100 % dari keseluruhan jumlah responden. Pada status Kepemilikan tenaga ahli (apoteker), semua responden memiliki tenaga ahli (apoteker) sebagai apoteker tetap, yakni sebanyak 100 % dari keseluruhan jumlah responden. Dari segi jumlah tenaga (karyawan) kerja, sebagian besar dari responden memiliki tenaga kerja

(karyawan) di atas 5 orang, yakni sebanyak 80 % dari keseluruhan jumlah responden. Sistem penggajian yang diterapkan oleh responden adalah sistem gaji bulanan, yakni sebanyak 100 % dari keseluruhan jumlah responden.

Kuesioner yang dipergunakan dalam penelitian ini berisi tentang kriteria pemilihan pengecer yang terdiri dari dua puluh butir pertanyaan yang mewakili pertanyaan-pertanyaan mengenai :

- 1) Lokasi pengecer
- 2) Penyediaan pelayanan pengecer kepada pembeli.
- 3) Kemampuan dan keterampilan pengecer memasang iklan dan menata promosi.
- 4) Kesamaan lini produk yang dijual pengecer dengan lini produk distributor.
- 5) Dominan tidaknya produk pesaing yang dijual oleh pengecer.
- 6) Kemampuan pengecer dalam sumber daya keuangan.
- 7) Pengalaman pengecer dalam bisnisnya.
- 8) Semangat kerjasama pengecer dengan perusahaan.
- 9) Citra dan reputasi pengecer dipasaran
- 10) Kemampuan pengecer menjual produk perusahaan.

B. Analisis Data

1. Menguji kesahihan dan keandalan kuesioner.

Dari sebanyak 35 kuesioner yang disebar, 30 diantaranya akan digunakan untuk uji coba kuesioner dan pengumpulan data yang diperlukan untuk menganalisis masalah.

Kuesioner yang digunakan perlu diuji kesahihan dan keandalannya. Kesahihan (*validitas*) dibatasi sebagai tingkat kemampuan suatu instrumen untuk mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran yang dilakukan dengan instrumen tersebut. Suatu instrumen dinyatakan sah jika instrumen itu mampu mengukur apa saja yang akan diukurnya, mampu mengungkapkan apa saja yang ingin diungkapkan, dan mampu menembak dengan jitu sasaran yang ditembak. Sedangkan syarat keandalan (*reliabilitas*) suatu instrumen menuntut kemantapan, keajegan, atau stabilitas hasil pengamatan dengan instrumen (pengukuran), seandainya barang atau orang atau apapun yang diamati dalam keadaan tidak berubah (waktu) amatan pertama, atau amatan kedua atau amatan-amatan selanjutnya. (Hadi, 1991 : 43)

Kesahihan kuesioner dapat diuji dengan menggunakan Rumus Korelasi Momen Tangkar sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

dimana :

- r_{xy} = Korelasi Momen Tangkar.
- N = Cacah subyek uji-coba.
- $\sum X$ = Sigma atau jumlah X (skor butir).
- $\sum X^2$ = Sigma X kuadrat.
- $\sum Y$ = Sigma Y (skor faktor).
- $\sum Y^2$ = Sigma Y kuadrat.
- $\sum XY$ = Sigma Tangkar (perkalian) X dengan Y.

Korelasi Moment Tangkar di atas perlu di koreksi menjadi korelasi bagian total. Hal ini disebabkan karena korelasi moment tangkar antara skor butir sebagai skor bagian dengan skor faktor sebagai skor total dari semua butir menghasilkan korelasi yang terlalu tinggi.

Rumus Korelasi Bagian Total tersebut adalah :

$$r_{pq} = \frac{(r_{xy})(S_{By}) - S_{Bx}}{\sqrt{\{(S_{Bx}^2) + (S_{By}^2) - 2(r_{xy})(S_{Bx})(S_{By})\}}}$$

dimana :

r_{pq} = Koefisien Korelasi Bagian – Total

r_{xy} = Koefisien Korelasi Moment Tangkar yang baru dikerjakan.

S_{By} = Simpangan Baku Skor Faktor.

S_{Bx} = Simpangan Baku Skor Butir.

Simpang Baku (SB) di peroleh dari rumus :

$$SB = \sqrt{\{JK/(N-1)\}}$$

JK adalah Jumlah Kuadrat yang diperoleh dari rumus :

$$JK = \sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}$$

Sedangkan untuk menguji keandalan kuesioner digunakan Rumus

Koefisien Alpha dari Cronbach sebagai berikut :

$$r_{tt} = \frac{M}{M-1} \left(1 - \frac{JK_x}{JK_t} \right)$$

dimana :

r_{tt} = Koefisien keandalan.

M = Cacah subyek.

JK_x = Jumlah kuadrat X.

JK_t = Jumlah kuadrat total.

Dalam menghitung kesahihan dan keandalan, penulis menggunakan alat bantu komputer melalui program uji kesahihan dan keandalan Teknik Aplha Cronbach, Paket Seri Program Statistik (SPS-2000) edisi Hadi dan Pamardiningsih, versi IBM/IN. Rangkuman uji keandalan kuesioner dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel V.9.

Rangkuman Analisis Uji Keandalan Kuesioner

Jumlah Butir Sahih (MS)	20
Jumlah Data Kasus Semula (N)	30
Jumlah Data Hilang (NG)	0
Jumlah Kasus Jalan (NJ)	30
Sigma X (ΣX)	2267
Sigma X Kuadrat (ΣX^2)	174715
Variansi X ($\alpha^2 X$)	12
Variansi Y ($\alpha^2 Y$)	114
Koefisien Alpha (Rtt)	0.939
Peluang Galat α (P)	0.000
Status	Andal

Dari tabel V.9. diperoleh hasil perhitungan $R_{tt} = 0,939$. Batas r tabel minimal untuk dinyatakan signifikan 5% dengan derajat bebas (db)-N-2 (28) adalah 0,239 (lihat r tabel). Dengan demikian R_{tt} dapat

dinyatakan signifikan, dengan peluang ralat $P < 0,05$ (0,239) atau bahkan dengan $P < 0,01$ (0,285).

Dari analisis kesahihan dan keandalan kuesioner dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah sah dengan tingkat keandalan 0,939. Dengan demikian kuesioner kriteria pemilihan pengecer adalah sah dan andal untuk dipergunakan dalam penelitian ini.

2. Tingkat pemenuhan kriteria pengecer

Untuk mengetahui seberapa besar tingkat pemenuhan kriteria oleh pengecer, langkah analisis data yang penulis lakukan adalah sebagai berikut :

- a. Menggolongkan total nilai kuesioner dengan bobot nilai 20 butir pernyataan menurut Skala Likert yang digunakan.

Adapun penggolongan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Nilai Sangat Terpenuhi dengan skor $5 \times 20 = 100$.
2. Nilai Terpenuhi dengan skor $4 \times 20 = 80$.
3. Nilai Cukup Terpenuhi dengan skor $3 \times 20 = 60$.
4. Nilai Kurang Terpenuhi dengan skor $2 \times 20 = 40$.
5. Nilai Sangat Kurang Terpenuhi dengan skor $1 \times 20 = 20$.

Jadi nilai terendah dalam kuesioner adalah 20 dan nilai tertinggi adalah 100.

- b. Menghitung besarnya skor alternatif jawaban atas pernyataan kuesioner kriteria pemilihan pengecer.

Ada dua jenis kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini. Pertama, kuesioner mengenai gambaran umum Apotik. Kuesioner ini berisikan pertanyaan mengenai kepemilikan, permodalan, operasional, jenis obat yang dijual, dan sistem penggajian apotik. Kedua, kuesioner mengenai pemenuhan kriteria pemilihan pengecer. Kuesioner ini terdiri dari 20 pernyataan dengan 10 indikator penilaian. Responden menjawab kedua kuesioner tersebut dengan cara memberikan tanda \surd (*tick mark*) pada kolom pilihan jawaban sesuai dengan jawaban yang diinginkan responden. Penilaian atas jawaban kuesioner menggunakan Metode Ranging Spearman, dengan tingkatan sebagai berikut :

1. Nilai Sangat Terpenuhi skor 5
2. Nilai Terpenuhi skor 4
3. Nilai Cukup Terpenuhi skor 3
4. Nilai Kurang Terpenuhi skor 2
5. Nilai Sangat Kurang Terpenuhi skor 1

Adapun skor jawaban kuesioner yang diperoleh pengecer dapat dilihat pada tabel halaman berikut :

Tabel V.10.

Skor Jawaban Perbutir Kuesioner Kriteria Pemilihan Pengecer

Resp.	Butir Pernyataan																			
	X1		X2		X3		X4		X5		X6		X7		X8		X9		X10	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	4	4	5	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3
2	4	4	4	3	2	2	2	3	4	2	2	2	3	4	3	2	3	4	3	2
3	5	5	5	5	4	4	2	3	5	4	2	2	5	5	5	2	5	5	3	4
4	5	5	4	4	2	3	2	4	5	3	2	3	4	5	5	3	4	5	4	3
5	4	4	4	4	2	3	2	4	5	3	2	3	4	5	5	3	4	5	4	3
6	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
7	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
8	4	4	4	5	3	4	3	3	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	3	4
9	5	5	5	4	5	3	5	4	5	3	5	5	4	5	5	5	4	5	4	3
10	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	5	4	5	3
11	3	5	4	5	2	2	2	4	3	2	2	4	4	3	3	4	3	3	5	2
12	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3
13	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5
14	4	4	4	3	2	4	2	3	4	4	2	2	3	4	4	2	3	4	3	4
15	3	3	4	4	2	3	2	3	3	3	2	2	4	3	3	2	4	3	3	3
16	4	4	4	4	3	5	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	5	4	3	3
17	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	2	4	3	4	4	4	3
18	5	5	5	4	2	4	2	4	5	4	2	2	4	5	5	2	4	5	4	4
19	4	4	4	5	4	4	2	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4
20	4	4	5	4	2	3	2	3	4	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3
21	3	3	4	3	2	3	2	3	5	3	2	4	3	3	3	4	3	3	3	3
22	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4
23	4	4	5	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	5	4	4	3
24	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	3	4	4	4	3	4	3	4	4
25	4	4	5	4	2	3	2	3	4	3	2	3	4	4	4	3	3	4	3	3
26	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	3
27	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	3	5	4	4	3	5	4	5	4
28	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
29	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
30	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4



- b. Menjumlahkan besarnya skor butir ke dalam masing-masing indikator penilaian.

Dari tabel V.10. di atas, dapat dihitung skor kriteria pemilihan pengecer masing-masing indikator sebagai berikut :

Tabel V.11.
Skor Pemenuhan Kriteria Pengecer Per Indikator Penilaian

Res.	Indikator Penilaian									
	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈	X ₉	X ₁₀
1	8	9	6	6	7	6	8	7	8	6
2	8	7	4	5	6	4	7	5	7	5
3	10	10	8	5	9	4	10	7	10	7
4	10	8	5	6	8	5	9	8	9	7
5	8	8	5	5	7	5	8	9	7	6
6	8	7	6	6	7	6	8	6	8	6
7	10	10	9	9	9	10	10	10	10	8
8	8	9	7	6	8	7	9	8	9	7
9	10	9	8	9	8	10	9	10	9	7
10	8	8	7	7	8	6	8	6	9	8
11	8	9	4	6	5	6	7	7	6	7
12	8	7	6	6	7	6	8	7	8	6
13	10	10	9	8	10	9	10	10	10	9
14	8	7	6	5	8	4	7	6	7	7
15	6	8	5	5	6	4	7	5	7	6
16	8	8	8	6	7	6	8	7	9	6
17	8	8	6	7	7	6	6	7	8	7
18	10	9	6	6	9	4	9	7	9	8
19	8	9	8	6	8	9	9	9	9	8
20	8	9	5	5	7	5	8	7	8	6
21	6	7	5	5	8	6	6	7	6	6
22	8	7	7	6	8	6	7	7	7	7
23	8	8	6	7	7	6	7	7	9	7
24	8	8	8	6	8	5	8	7	7	8
25	8	9	5	5	7	5	8	7	7	6
26	10	8	9	9	9	9	9	10	9	7
27	8	10	9	10	8	8	9	7	9	9
28	8	9	7	7	8	8	8	8	8	7
29	10	9	10	9	9	10	10	10	10	8
30	10	10	9	9	9	9	10	9	10	8
Jml.	254	254	203	197	232	194	247	227	249	210

c. Mencari Interval Kelas.

Karena rentang skor pada kuesioner antara 20 sampai dengan 100 sedangkan penulis meneliti status pemenuhan kriteria pemilihan pengecer yang dibagi ke dalam lima status pemenuhan yaitu, Sangat Terpenuhi, Terpenuhi, Cukup Terpenuhi, Kurang Terpenuhi, Sangat Kurang Terpenuhi, maka dicari interval kelas dari kelima status pemenuhan kriteria dengan menggunakan Rumus Sturges (Budiyuwono, 1993 : 37).

$$ci = \frac{Range}{k}$$

$$ci = \frac{100 - 20}{5}$$

$$ci = 16$$

Maka batas dari tiap interval kelas status pemenuhan kriteria pemilihan pengecer adalah sebagai berikut :

Skor ≥ 20 sampai ≤ 36 adalah status pemenuhan kriteria pemilihan pengecer Sangat Kurang Terpenuhi.

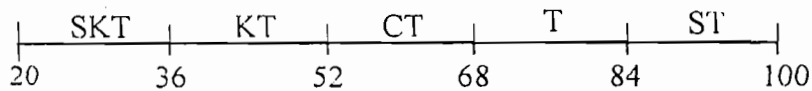
Skor > 36 sampai ≤ 52 adalah status pemenuhan kriteria pemilihan pengecer Kurang Terpenuhi.

Skor > 52 sampai ≤ 68 adalah status pemenuhan kriteria pemilihan pengecer Cukup Terpenuhi.

Skor > 68 sampai ≤ 84 adalah status pemenuhan kriteria pemilihan pengecer Terpenuhi.

Skor > 84 sampai ≤ 100 adalah status pemenuhan kriteria pemilihan pengecer Sangat Terpenuhi.

Maka hubungan antara skor kuesioner dengan status pemenuhan kriteria pemilihan pengecer dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar V.1.
Skala skor jawaban kuesioner yang mungkin dicapai oleh pengecer

Dari skala tersebut, maka skor pemenuhan kriteria pemilihan pengecer yang dipergunakan P.T. Gayamindo Kerta dapat dimasukkan ke dalam kategori status pemenuhan kriteria pengecer.

d. Menghitung rata-rata pervariabel.

Dari hasil perhitungan skor yang dicapai responden seperti pada tabel V.II dapat dihitung nilai rata-rata pervariabel untuk kemudian dimasukkan ke dalam skala status pemenuhan kriteria pemilihan pengecer yaitu sebagai berikut :

1. Lokasi pengecer dengan total skor 254, sehingga nilai rata-ratanya adalah $254 : 30 = 8,47$.
2. Pelayanan pengecer kepada pembeli dengan total skor 254, sehingga nilai rata-ratanya adalah $254 : 30 = 8,47$.
3. Kemampuan dan keterampilan pengecer dalam hal pengiklanan dan menata promosi dengan total skor 203, sehingga nilai rata-ratanya adalah $203 : 30 = 6,73$.

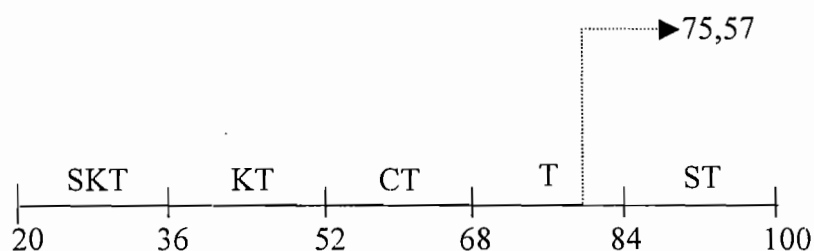
4. Dominan dan tidaknya lini produk dari pesaing yang dijual oleh pengecer dengan total skor 197, sehingga nilai rata-ratanya adalah $197 : 30 = 6,57$.
5. Pengalaman pengecer dalam bisnisnya dengan total skor 232, sehingga nilai rata-ratanya adalah $232 : 30 = 7,73$.
6. Semangat kerjasama pengecer dengan perusahaan dengan total skor 194, sehingga nilai rata-ratanya adalah $194 : 30 = 6,47$.
7. Reputasi pengecer di pasaran dengan total skor 247, sehingga nilai rata-ratanya adalah $247 : 30 = 8,23$.
8. Kesamaan lini produk yang dijual pengecer dengan lini produk perusahaan dengan total skor 227, sehingga nilai rata-ratanya adalah $227 : 30 = 7,57$.
9. Kemampuan pengecer dalam sumber daya keuangan dengan total skor 249, sehingga nilai rata-ratanya adalah $249 : 30 = 8,30$.
10. Kemampuan pengecer memasarkan produk perusahaan distributor dengan total skor 210, sehingga nilai rata-ratanya adalah $210 : 30 = 7$.

Jadi dapat dilihat nilai total rata-rata dari variabel \bar{X} untuk menentukan skor pemenuhan kriteria pemilihan pengecer yang diterapkan perusahaan PT. Gayamindo Kerta adalah sebesar 75,57.

- e. Memasukkan nilai total rata-rata pemenuhan kriteria pemilihan pengecer seluruh responden ke dalam Skala Likert.

Langkah selanjutnya adalah memasukkan hasil yang diperoleh ke dalam Skala Likert untuk mendapatkan penyebutan status dan besarnya tingkat pemenuhan kriteria pemilihan pengecer. Variabel \bar{X} dengan nilai 75,57 masuk pada interval nilai > 68 sampai ≤ 84 atau berada pada status pemenuhan kriteria Terpenuhi.

Berikut keberadaan variabel \bar{X} pada skala :



Gambar V.2
Skor jawaban kuesioner yang dicapai oleh pengecer

3. Hubungan antara pemenuhan kriteria yang ditentukan perusahaan distributor oleh pengecer dengan kinerja penjualan masing-masing pengecer.

Untuk mengetahui hubungan antara pemenuhan kriteria yang ditentukan perusahaan distributor oleh pengecer dengan kinerja penjualan pengecer dilakukan analisis Korelasi Rangking Spearman dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Memasukkan data-data yang diperlukan untuk perhitungan.

Data tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel V.12.
Skor Pemenuhan Kriteria Pengecer Dan Kinerja Penjualan

Resp.	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	ΣX	Y
1	8	9	6	6	7	6	8	7	8	6	71	4.305.770
2	8	7	4	5	6	4	7	5	7	5	58	2.780.900
3	10	10	8	5	9	4	10	7	10	7	80	14.250.000
4	10	8	5	6	8	5	9	8	9	7	75	18.910.424
5	8	8	5	5	7	5	8	9	7	6	68	1.123.500
6	8	7	6	6	7	6	8	6	8	6	68	6.206.970
7	10	10	9	9	9	10	10	10	10	8	95	22.680.360
8	8	9	7	6	8	7	9	8	9	7	78	22.117.071
9	10	9	8	9	8	10	9	10	9	7	89	19.641.895
10	8	8	7	7	8	6	8	6	9	8	75	6.795.950
11	8	9	4	6	5	6	7	7	6	7	65	6.631.988
12	8	7	6	6	7	6	8	7	8	6	69	1.275.000
13	10	10	9	8	10	9	10	10	10	9	95	22.557.859
14	8	7	6	5	8	4	7	6	7	7	65	4.961.000
15	6	8	5	5	6	4	7	5	7	6	59	3.935.432
16	8	8	8	6	7	6	8	7	9	6	73	1.393.325
17	8	8	6	7	7	6	6	7	8	7	70	2.141.200
18	10	9	6	6	9	4	9	7	9	8	77	8.698.770
19	8	9	8	6	8	9	9	9	9	8	83	9.459.558
20	8	9	5	5	7	5	8	7	8	6	68	1.105.325
21	6	7	5	5	8	6	6	7	6	6	62	925.325
22	8	7	7	6	8	6	7	7	7	7	70	10.391.058
23	8	8	6	7	7	6	7	7	9	7	72	13.864.893
24	8	8	8	6	8	5	8	7	7	8	73	18.236.909
25	8	9	5	5	7	5	8	7	7	6	67	934.40
26	10	8	9	9	9	9	9	10	9	7	89	57.933.092
27	8	10	9	10	8	8	9	7	9	9	87	24.444.538
28	8	9	7	7	8	8	8	8	8	7	78	6.985.950
29	10	9	10	9	9	10	10	10	10	8	95	22.688.800
30	10	10	9	9	9	9	10	9	10	8	93	88.202.432

Keterangan : Y adalah rupiah penjualan pengecer (Apotik) selama 1 tahun

2. Membuat tabel perhitungan nilai skor rata-rata pemenuhan kriteria masing-masing pengecer (X) dan rupiah penjualan pengecer (Y) yang di dasarkan pada urutan rangking yang diperoleh.

Hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel V.13.
Data Yang Sudah Diurutkan dan Di Rangking

PENGE CER	SKOR (X) DIURUTKAN	RANGKING X	RUPIAH (Y) DIURUTKAN	RANGKING Y
1	95	2	88.202.432	1
2	95	2	57.993.092	2
3	95	2	24.444.538	3
4	93	4	22.688.800	4
5	89	5.5	22.680.360	5
6	89	5.5	22.557.859	6
7	87	7	22.117.071	7
8	83	8	19.641.895	8
9	80	9	18.910.000	9
10	78	10.5	18.236.909	10
11	78	10.5	14.250.000	11
12	77	12	13.864.893	12
13	75	13.5	10.391.058	13
14	75	13.5	9.459.558	14
15	73	15.5	8.698.770	15
16	73	15.5	6.985.950	16
17	72	17	6.795.950	17
18	71	18	6.631.988	18
19	70	19.5	6.206.970	19
20	70	19.5	4.961.000	20
21	69	21	4.305.770	21
22	68	23	3.935.432	22
23	68	23	2.780.900	23
24	68	23	2.141.200	24

25	67	25	1.293.352	25
26	65	26.5	1.275.000	26
27	65	26.5	1.123.500	27
28	62	28	1.105.325	28
29	59	29	935.432	29
30	58	30	925.325	30

Apabila terdapat rangking yang sama maka rangking ditentukan berdasarkan rata-ratanya.

- Memasukkan nilai-nilai yang diperlukan untuk menghitung korelasi (R^2) ke dalam tabel berikut :

Tabel V.14.
Data Perhitungan Korelasi Rangking Spearman

PENGEGER	RANGKING		D (1) - (2)	D ²
	X (1)	Y (2)		
1	18	21	-3	9
2	30	23	7	49
3	9	11	-3	9
4	13.5	9	4.5	20.25
5	23	27	-4	16
6	23	19	4	16
7	2	5	-3	9
8	10.5	7	3.5	12.25
9	5.5	8	-2.5	6.25
10	13.5	17	-3.5	12.25
11	26.5	18	8.5	72.25
12	21	26	-5	25
13	2	6	-4	16
14	26.5	20	6.5	42.25
15	29	22	7	49

16	15.5	25	-9.5	90.25
17	19.5	24	-4.5	20.25
18	12	15	-3	9
19	8	14	-6	36
20	23	28	-5	25
21	28	30	-2	4
22	19.5	13	6.5	42.25
23	17	12	5	25
24	15.5	10	5.5	30.25
25	25	29	-4	16
26	5.5	2	3.5	12.25
27	7	3	4	16
28	10.5	16	-5.5	30.25
29	2	4	-2	4
30	4	1	3	9
				$\Sigma d^2 = 733$

4. Memasukkan data pada langkah ke tiga di atas ke dalam rumus Korelasi Ranging Spearman.

Karena pada data analisis terdapat rangking yang kembar, maka nilai R_s dihitung dengan rumus :

$$R_s = \frac{\Sigma x^2 + \Sigma y^2 - \Sigma d^2}{2\sqrt{\Sigma x^2 + \Sigma y^2}}$$

$$\Sigma x^2 = \frac{N^3 - N}{N} - \Sigma T'_x$$

$$\Sigma y^2 = \frac{N^3 - N}{N} - \Sigma T'_y$$

Maka dapat dicari nilai R_s Sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \Sigma x^2 &= \frac{(30)^2 - 30}{30} \left[\frac{3^3 - 3}{30} + \frac{3^3 - 3}{30} + \frac{2^3 - 2}{30} + \frac{2^3 - 2}{30} + \frac{2^3 - 2}{30} + \frac{2^3 - 2}{30} + \frac{2^3 - 2}{30} + \frac{2^3 - 2}{30} \right] \\ &= 900 - 2,8 \\ &= 897,2 \end{aligned}$$

$$\Sigma y^2 = \frac{(30)^3 - 30}{30} - 0$$

$$= 899$$

$$R_s = \frac{897,2 + 899 - 733}{2\sqrt{897,2 \cdot 899}}$$

$$R_s = \frac{1045,2}{1796,2}$$

$$R_s = 0,603$$

Dari perhitungan di atas diperoleh nilai R_s sebesar 0.603.

5. Melakukan pengujian Rangkaing Spearman.

Pengujian dilakukan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel tersebut di atas. Adapun langkah pengujian sebagai berikut :

1. Memasukkan rumusan hipotesis.

$H_0 : \rho_s = 0$ (tidak ada hubungan antara variabel pemenuhan kriteria pemilihan pengecer dengan variabel kinerja penjualan)

$H_A : \rho_s \neq 0$ (ada hubungan variabel pemenuhan kriteria pemilihan pengecer dengan variabel kinerja penjualan).

2. Menentukan nilai kritis

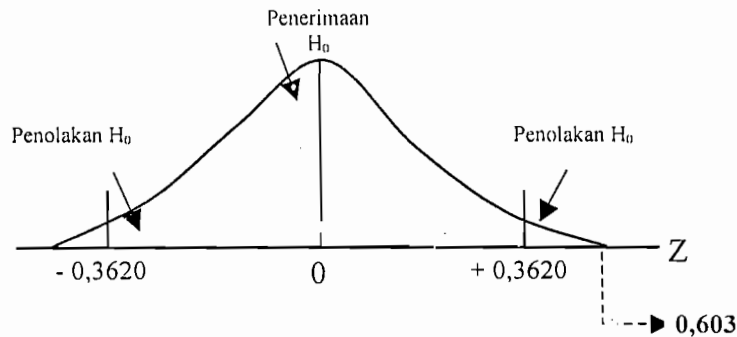
Nilai kritis ditentukan dengan memperhatikan jumlah sampel ($N = 30$) dan tingkat signifikansi $\alpha = 10\%$.

Nilai kritis $R_s 30; 10\%/2 = 0.3620$.

3. Memasukkan nilai R_s untuk membuat kurva keputusan.

$R_s = 0.603$.

Kurva keputusannya adalah sebagai berikut :



Gambar V.3.
Kurve keputusan pemenuhan kriteria pemilihan pengecer

4. Membuat kesimpulan

Dikarenakan letak nilai R_s berada pada daerah penolakan H_0 maka keputusan yang diambil adalah menerima H_A .

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada hubungan positif antara tingkat pemenuhan kriteria pengecer (X) dengan kinerja penjualan pengecer (Y). Dan nilai hubungan positif tersebut berarti bahwa semakin tinggi pemenuhan kriteria pemilihan pengecer, maka kinerja pengecer yang bersangkutan akan semakin tinggi.

C. Pembahasan

1. Pemenuhan kriteria pemilihan pengecer perusahaan distributor PT. Gayamindo Kerta dalam memberikan piutang dagang oleh pengecer.

Untuk membahas permasalahan tentang apakah kriteria yang ditentukan perusahaan distributor PT. Gayamindo Kerta dalam memilih pengecer sudah terpenuhi dan seberapa besar tingkat pemenuhannya, penulis menggunakan Skala Likert dengan memberikan alternatif jawaban,

dimana untuk jawaban Sangat Terpenuhi (ST) memiliki skor 5. Jawaban Terpenuhi (T) memiliki skor 4. Jawaban Cukup Terpenuhi (CT) memiliki skor 3. Jawaban Kurang Terpenuhi (KT) memiliki skor 2 serta jawaban Sangat Kurang Terpenuhi (SKT) memiliki skor 1. Sedangkan untuk tiap sub variabel pertanyaannya adalah sebagai berikut :

- a. Pertanyaan Variabel X1 mengenai lokasi pengecer.
- b. Pertanyaan Variabel X2 mengenai pelayanan pengecer kepada pembeli.
- c. Pertanyaan Variabel X3 mengenai kemampuan dan keterampilan pengecer dalam hal pengiklanan dan menata promosi.
- d. Pertanyaan Variabel X4 mengenai kesamaan lini produk yang dijual pengecer dengan yang dijual perusahaan.
- e. Pertanyaan Variabel X5 mengenai dominan dan tidaknya lini produk dari pesaing yang dijual oleh pengecer.
- f. Pertanyaan Variabel X6 mengenai sumber daya keuangan pengecer.
- g. Pertanyaan Variabel X7 mengenai pengalaman pengecer dalam menjalankan bisnisnya
- h. Pertanyaan Variabel X8 mengenai semangat kerjasama yang dimiliki pengecer terhadap perusahaan distributor.
- i. Pertanyaan Variabel X9 mengenai reputasi pengecer dipasaran.
- j. Pertanyaan Variabel X10 mengenai kemampuan manajerial pengecer untuk memasarkan produk perusahaan distributor.

Hasil penggolongan maksimal total rata-rata nilai dengan bobot 20 butir pertanyaan untuk 10 indikator penilaian dengan menggunakan Skala Likert adalah : Sangat Terpenuhi (ST) dengan skor 100. Nilai Terpenuhi (T) dengan skor 80. Nilai Cukup Terpenuhi (CT) dengan skor 60. Nilai Kurang Terpenuhi (KT) dengan skor 40 dan nilai Sangat Kurang Terpenuhi (SKT) dengan skor 20.

Nilai total maksimal kuesioner untuk mengetahui apakah kriteria yang ditentukan perusahaan distributor P.T. Gayamindo Kerta dalam memilih pengecer sudah terpenuhi dan seberapa besar tingkat pemenuhannya adalah 100 untuk batas atas dan 20 untuk batas bawah. Kemudian memasukkan 5 status pemenuhan kriteria yang mungkin dapat dicapai oleh masing-masing pengecer, yaitu Sangat Terpenuhi (ST). Terpenuhi (T). Cukup Terpenuhi (CT). Kurang Terpenuhi (KT). dan Sangat Kurang Terpenuhi (SKT).

Perhitungan skor pemenuhan kriteria diperoleh hasil X1 dengan skor rata-rata = 8,47. X2 dengan skor rata-rata = 8,47. X3 dengan skor rata-rata = 6,73. X4 dengan skor rata-rata = 6,57. X5 dengan skor rata-rata = 7,73. X6 dengan skor rata-rata = 6,47. X7 dengan skor rata-rata = 8,23. X8 dengan skor rata-rata = 7,57. X9 dengan skor rata-rata = 8,30 dan X10 dengan skor rata-rata = 7,00. Maka diperoleh hasil total skor rata-rata X sebesar 75,57. Nilai 75,57 ini berada dalam skala pemenuhan kriteria dalam wilayah atau status terpenuhi. Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa

kriteria yang ditentukan perusahaan distributor PT. Gayamindo Kerta dalam memilih pengecer adalah terpenuhi.

Menurut Hiam dan Schewe dalam memilih anggota saluran distribusi (dalam hal ini pengecer) diharapkan perusahaan distributor memiliki pertimbangan sebagai berikut :

1. Lokasi Pengecer

Lokasi pengecer sangat menentukan tingkat keberhasilan pengecer yang bersangkutan dan juga perusahaan distributor dalam menjual produknya. Tujuan penentuan lokasi dimaksudkan agar perusahaan dapat beroperasi dengan lebih efisien dan dapat mencapai sasaran yang diinginkan.

Lokasi yang tepat akan menentukan :

- a. Keunggulan pelayanan terhadap pelanggan.
- b. Menghemat biaya dan akan menurunkan harga jual.
- c. Mempunyai keunggulan dalam persaingan.
- d. Mudah dalam memperoleh suplai barang secara kontinyu.

Sebisa mungkin perusahaan distributor memilih anggota saluran distribusi (pengecer) yang berlokasi mendekati konsumen atau yang dapat dengan mudah dijangkau oleh konsumen.

2. Pelayanan pengecer kepada pembeli.

Bentuk pelayanan yang ramah, bersahabat dan menyenangkan serta ketersediaan fasilitas yang diperlukan oleh konsumen seperti ruang tunggu, area parkir kendaraan pembeli yang memadai seringkali menjadi

faktor dominan yang membuat konsumen merasa senang dan mendorong mereka sewaktu-waktu untuk kembali datang membeli. Bagi banyak calon pembeli, ketersediaan serta kecukupan dalam pelayanan pelanggan merupakan faktor-faktor dalam memilih diantara para penjual yang bersaing.

3. Kemampuan dan keterampilan pengecer dalam hal pengiklanan dan menata promosi.

Tidak dapat disangkal bahwa promosi atau beriklan merupakan salah satu ujung tombak untuk mendongkrak nilai penjualan. Dalam hal ini baik perusahaan distributor maupun anggota saluran distribusi (pengecer) dituntut untuk mampu memahami strategi dalam hal berpromosi atau beriklan dan juga dituntut secara profesional dalam menjalankan kedua hal tersebut.

4. Kesamaan lini produk yang dijual pengecer dengan yang dijual perusahaan.

Kesamaan lini antara produk yang ditawarkan dengan produk yang dijual oleh anggota saluran distribusi (pengecer) juga harus diperhatikan oleh perusahaan distributor. Hal ini dimaksudkan agar tidak terjadi penyimpangan antara produk yang diberikan dengan produk yang dijual oleh pengecer, dan diharapkan agar pengecer yang mempunyai lini produk yang sama dengan yang ditawarkan perusahaan akan lebih memfokuskan diri dalam memasarkan produk tanpa dibebankan oleh lini produk jenis lain yang juga harus dipasarkannya.

5. Dominan dan tidaknya lini produk dari pesaing yang dijual oleh pengecer.

Semakin dominan produk pesaing yang dijual oleh pengecer akan berdampak terhadap semakin tinggi tingkat produk tersebut untuk dapat terjual. juga sebaliknya. Dalam memilih pengecer, perusahaan distributor juga harus melihat dominan tidaknya produk pesaing yang juga dijual secara bersama-sama oleh pengecer. Hal ini dimaksudkan untuk melihat seberapa besar peluang produk perusahaan dapat terjual di pengecer yang bersangkutan.

6. Sumber daya keuangan pengecer.

Inti dari bisnis eceran adalah membeli dan menjual barang. Banyak bisnis eceran khususnya yang baru memulai usahanya mengalami kebangkrutan karena pengelola usaha tersebut tidak memproyeksikan sumber-sumber keuangannya secara benar. Disarankan bagi perusahaan distributor dalam memilih anggota saluran distribusi (pengecer) untuk memperhatikan hal tersebut. Sumber daya keuangan pengecer dapat dilihat salah satunya melalui kemampuan membeli dan membayar utang dagangnya tepat waktu.

7. Pengalaman pengecer dalam menjalankan bisnisnya

Pengalaman pengecer dalam menjual dapat dilihat dari kemampuan atau besarnya volume pembelian produk perusahaan dan ketepatan waktu pembayaran utang dagang oleh pengecer yang bersangkutan. Pengalaman dan kemampuan pengecer dalam menjual merupakan

syarat utama yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan distributor dalam memberikan piutang dagang. Bagi pengecer sendiri hal ini sangat bermanfaat dalam hal peningkatan angka penjualan produk yang dipasarkannya.

8. Semangat kerjasama yang dimiliki pengecer terhadap perusahaan distributor.

Semangat kerjasama yang dimiliki dan terpelihara dengan amat baik antara pengecer dengan perusahaan distributor sebagai *supplier* akan menimbulkan hubungan yang amat baik pula antar keduanya. Dalam banyak hal, kondisi semacam ini akan sangat membantu kedua belah pihak. Misalnya dalam hal prioritas pengecer mendapatkan suplai produk dari perusahaan distributor. Disisi lain, hubungan baik ini membawa pengaruh psikologis bagi pengecer yang membuat pengecer tidak mudah untuk berpaling ke perusahaan distributor lain dalam melakukan pembelian kembali produk-produk yang akan dijualnya.

9. Reputasi pengecer dipasaran.

Reputasi pengecer dipasaran berkaitan dengan *image* konsumen terhadap pengecer yang bersangkutan. Suatu *image* adalah bagaimana pengecer dirasakan keberadaannya oleh para konsumen dan pihak-pihak lain. Kunci suatu *image* yang berhasil adalah bahwa para konsumen memandang pengecer tersebut dalam suatu tata cara yang diinginkan oleh para konsumen. Bagaimana reputasi suatu pengecer dipasaran dapat dilihat antara lain dari ramainya jumlah kunjungan pembeli, serta

frekuensi *complain* pelanggan yang jumlahnya relatif sedikit ke pengecer yang bersangkutan.

10. Kemampuan manajerial pengecer untuk memasarkan produk perusahaan distributor.

Kemampuan manajerial secara umum menggambarkan kemampuan manajemen dalam hal mengelola perusahaan. kemampuan manajerial pengecer untuk memasarkan produk berkaitan dengan kemampuan pengecer dalam hal membuat terobosan atau inovasi baru, melihat peluang pasar yang ada serta pengambilan keputusan yang akurat yang berguna untuk meningkatkan penjualan produknya.

2. Hubungan antara pemenuhan kriteria yang ditentukan perusahaan distributor P.T. Gayamindo Kerta dalam memberikan piutang dagang oleh pengecer dengan kinerja pengecer.

Dua variabel dinyatakan berhubungan apabila perubahan variabel yang satu akan diikuti perubahan variabel yang lain secara teratur, dengan arah yang sama atau dapat pula dengan arah yang berlawanan. Jika arah gerakan dua variabel tersebut sama, maka dapat dikatakan bahwa kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang positif (*positif correlation*). Dan sebaliknya jika arah gerakan kedua variabel tersebut berlawanan, maka dikatakan bahwa kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang negatif (*negative correlation*). Sedangkan hukum korelasi (hubungan) adalah $-1 \leq r \leq +1$.

Dimana :

- + menunjukkan ada hubungan positif.
- menunjukkan ada hubungan negatif.
- 0 menunjukkan tidak ada hubungan.

Dari hasil analisis masalah kedua yaitu apakah terdapat hubungan antara pemenuhan kriteria yang ditentukan perusahaan distributor oleh pengecer dengan kinerja penjualan pengecer, dapat dinyatakan bahwa ada hubungan yang signifikan antara pemenuhan kriteria dengan kinerja (penjualan) pengecer. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil analisis data dengan menggunakan rumus Korelasi Ranking Spearman dengan hasil $R_s = 0.603$ yang berarti bahwa nilai R_s mendekati nilai +1, yang menunjukkan adanya hubungan yang positif dan kuat antara pemenuhan kriteria yang ditentukan perusahaan distributor oleh pengecer dengan kinerja penjualan pengecer. Ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat pemenuhan kriteria oleh pengecer maka kinerja (penjualan) pengecer akan semakin tinggi pula.

Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai $r_s = 0.603$ adalah signifikan hal ini dibuktikan dengan menggunakan tabel Korelasi Ranking Spearman.

Mengapa ada hubungan antara variabel pemenuhan kriteria pemilihan pengecer dengan variabel kinerja penjualan? Dan mengapa arah hubungan kedua variabel tersebut positif? Dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Hubungan antara dua variabel dapat hanya terjadi karena kebetulan saja, atau dapat pula merupakan hubungan sebab akibat. Pada penelitian ini, mengapa ada hubungan antara variabel pemenuhan kriteria pemilihan pengecer dengan variabel kinerja penjualan karena perubahan pada variabel pemenuhan kriteria pemilihan pengecer akan diikuti pula dengan perubahan variabel kinerja penjualan secara teratur. Dalam perhitungan dapat dibuktikan dengan hasil nilai $R_s \neq 0$.
- b. Mengapa variabel pemenuhan kriteria pemilihan pengecer dengan variabel kinerja penjualan memiliki arah yang positif? Sebab jika nilai variabel pemenuhan kriteria pemilihan pengecer naik maka nilai variabel kinerja penjualan juga akan ikut naik demikian pula sebaliknya jika nilai variabel pemenuhan kriteria pemilihan pengecer turun maka nilai variabel kinerja penjualan juga akan ikut turun. Dalam perhitungan dapat dibuktikan dengan hasil $R_s = (+) 0,603$.

Pengelolaan bisnis eceran tidak hanya sekedar membuka toko dan mempersiapkan barang-barang yang lengkap, tetapi lebih dari itu. Pengelolaan bisnis eceran harus melihat dan mengikuti perkembangan teknologi pemasaran, tetapi juga harus mempunyai kecakapan manajemen dalam hal pengelolaan perusahaan agar perusahaan dapat berhasil dan mempunyai keunggulan bersaing.

Perusahaan distributor dalam memberikan kredit kepada pelanggan yang nantinya juga akan menjual kembali produk tersebut ke pembeli

akhir, dituntut kecakapannya dalam hal manajemen pemberian kredit. Perusahaan dituntut mampu menganalisis siapa saja yang dinilai layak untuk menjadi anggota saluran distribusi dan memasarkan kembali produk perusahaan mereka. Teori manajemen mensyaratkan sejumlah persyaratan pokok yang harus dipenuhi oleh subyek untuk dapat diterima sebagai kreditur, yang kita kenal dengan 5 C. Yakni *Character*, *Capacity*, *Capita*, *Collateral* dan *Conditions* ditambah kriteria-kriteria tertentu yang disyaratkan oleh kreditur. Pada kasus pemberian kredit berupa piutang dagang yang terjadi di PT. Gayamindo Kerta Yogyakarta, disamping 5 C diatas, perusahaan juga mensyaratkan beberapa kriteria tambahan yang harus dipenuhi oleh apotik jika apotik tersebut bermaksud menjadi pengecer produk yang ditawarkan oleh PT. Gayamindo Kerta. Hal ini dimaksudkan untuk meminimalisir resiko kerugian kredit akibat piutang dagang tidak tertagih pada saat piutang tersebut jatuh tempo.

Kriteria pemberian kredit mempunyai hubungan dengan kinerja atau hasil yang diperoleh sebagai akibat dari terpenuhinya atau tidaknya kriteria tersebut. Dan hal tersebut dapat dibuktikan dari hasil penelitian yang penulis lakukan. Asumsi tersebut di atas berlaku bagi kedua belah pihak. Kreditur (pemberi kredit, dalam kasus ini adalah PT. Gayamindo Kerta) maupun debitur (penerima kredit, dalam kasus ini adalah Apotik).

Bagi kreditur (PT. Gayamindo Kerta), apabila debitur memenuhi persyaratan kredit yang ditentukan, maka kreditur akan memperoleh keuntungan berupa berkurangnya resiko terjadinya kredit macet. Dengan

pembayaran tepat waktu, kreditur akan memperoleh kembali sejumlah dana yang diberikan. Secara finansial hal ini akan sangat menguntungkan. karena akan meningkatkan pendapatan kreditur. Dengan meningkatnya pendapatan kreditur menunjukkan kinerja atau hasil yang diperoleh kreditur dalam menjalankan usahanya adalah meningkat.

Di pihak debitur (dalam kasus ini adalah apotik), kesanggupan memenuhi kriteria kredit menunjukkan kesanggupan debitur membayar sejumlah hutang dagang tepat waktu. Hal ini menunjukkan kemampuan dan keseriusan debitur dalam menjalankan usahanya. Ini berarti debitur mampu menjual produk. Dan dari penjualan tersebut akan tercipta laba. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa : semakin tinggi kemampuan debitur memenuhi kriteria yang ditetapkan kreditur, maka kemampuan menjual akan semakin tinggi. Semakin tinggi penjualan, maka laba yang diperoleh juga semakin besar. Semakin besar laba, maka kinerja atau hasil yang diperoleh debitur juga akan semakin meningkat.

Jadi dapat disimpulkan bahwa kriteria pemberian kredit adalah hal penting. Bukan saja bagi kreditur, tapi juga debitur.

BAB VI

KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data dan pembahasan yang penulis lakukan maka dapat diambil beberapa kesimpulan berikut ini :

1. Pemenuhan kriteria yang ditetapkan perusahaan oleh pengecer.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa kriteria pemilihan pengecer yang ditentukan oleh perusahaan distributor PT. Gayamindo Kerta dalam memberikan piutang dagang telah dipenuhi oleh pengecer. Hal ini dapat dilihat dengan tingkat pemenuhan rata-rata pengecer sebesar 75,57 dari skala 20 sampai dengan 100 yang berada pada status pemenuhan kriteria terpenuhi.

2. Hubungan antara pemenuhan kriteria yang ditentukan perusahaan oleh pengecer dengan kinerja pengecer.

Dari hasil uji signifikansi diketahui bahwa ada hubungan antara tingkat pemenuhan kriteria yang ditentukan oleh perusahaan distributor PT. Gayamindo Kerta dengan kinerja (penjualan) pengecer dan hubungan tersebut adalah positif. Hal ini dapat dilihat dari nilai r hitung korelasi Rangking Spearman sebesar 0,603 yang signifikan. Dengan kata lain dapat dinyatakan : semakin terpenuhi kriteria yang ditentukan perusahaan distributor PT. Gayamindo Kerta dalam memberikan piutang dagang kepada pengecer maka semakin tinggi pula kinerja (penjualan) pengecer.

B. Saran

Dari hasil pembahasan atas permasalahan membuktikan bahwa terdapat hubungan antara pemenuhan kriteria yang ditentukan oleh perusahaan distributor PT. Gayamindo Kerta dalam memberikan piutang dagang dengan kinerja (penjualan) pengecer, dan arah hubungan tersebut adalah positif. Di dasarkan atas hasil temuan dalam penelitian ini serta menimbang prospek di masa mendatang, penulis menyarankan :

1. Tetap memberlakukan penerapan kriteria pemilihan pengecer dalam memberikan piutang, dengan pemikiran dan pertimbangan sebagai berikut :
 - a. Penerapan kriteria akan sangat berguna untuk perusahaan dalam mengetahui serta mengukur kemampuan pengecer yang akan di berikan piutang.
 - b. Penerapan kriteria dalam pemberian piutang dagang diharapkan dapat mengurangi resiko kemungkinan terjadinya piutang dagang perusahaan tidak dapat tertagih.
 - c. Penerapan kriteria dalam memilih pengecer disisi lain menunjukkan sikap profesionalitas pengelolaan serta prinsip kehati-hatian perusahaan dalam menjalankan operasi penjualannya.
2. Selain untuk anggota saluran distribusi lama, (dalam hal ini para pengecer lama), hendaknya kriteria pemilihan pengecer juga diberlakukan kepada pengecer-pengecer yang akan mendaftarkan diri untuk masuk sebagai pengecer produk PT. Gayamindo Kerta.

C. Keterbatasan Penelitian

1. Dalam penelitian ini digunakan metode kuesioner untuk memperoleh sebagian data yang kemudian ikut dianalisis, menyebabkan penulis tidak dapat melacak kebenaran data yang penulis dapat dari para responden. Hal ini menyebabkan apabila jawaban kuesioner yang diberikan responden tidak jujur maka hasil penelitian ini kurang dapat berlaku secara mutlak.
2. Keterbatasan data-data yang penulis dapat dari perusahaan distributor PT. Gayamindo Kerta juga mempengaruhi dalam kesimpulan skripsi ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Alexander Hiam & Charles D. Schewe (1994). *The Portable MBA; Pemasaran*. Penerbit Binarupa Aksara.
- Badudu, J.S & Muhamad Zain, Sutan (2001) *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Penerbit Pustaka Sinar Harapan. Jakarta
- Boediyuwono, Noegroho (1999). *Pengantar Statistik, Ekonomi Dan Perusahaan*. Jilid I, Edisi Ketiga. Penerbit UPP. AMP YKPN.
- Carthy, Jerome Mc (1995). *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jakarta : Erlangga, Edisi Kelima.
- Douglas J. Dalrymple & Leonard J. Parson (1986). *Marketing Management : strategy and cases*, Fourth edition.
- Eliver Rajagoegoek & Bambang Irawan, (7 Februari 1990). *Fenomena Bisnis Liceran Indonesia*, Business News, 4916.
- Harnanto, Hadori Yunus (1992). *Akuntansi Keuangan Lanjutan*, BPFLE Yogyakarta
- Hadi, Sutrisno (1991). *Analisis Butir Untuk Instrument*, Penerbit : Andi Offset, Yogyakarta.
- Ikatan Akuntan Indonesia (1984). *Standar Akuntansi Keuangan*, Jakarta . Salemba Empat, Buku Dua.
- Kieso, Donald E. And Jerry J Weygandt (1995). *Akuntansi Keuangan Intermediate*, Alih Bahasa Herman Wibawa. Jakarta : Binarupa Aksara, Jilid Dua, Edisi Ketujuh.
- Kotler, Philip (1985). *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jilid 2, Edisi Kedua. Penerbit CV. Intermedia Jakarta.
- Mahrzuzor (1991). *Marketing Masa Kini*, cetakan kedua, penerbit Djambatan.
- Siegel, Sidney (1992). *Statistik Nonparametrik*, penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama Jakarta, cetakan ke lima.

- Swasta, Basu (1984). *Azas-Azas Marketing*, Yogyakarta : Liberty, Edisi Ketiga.
- Standar Profesional Akuntan publik untuk IAI (1994). Edisi 3, Hal. 319.26. Penerbit STIE Yogyakarta.
- Thoyib, Usman (1998). *Manajemen Perdagangan Eceran*, Yogyakarta, Ekonisia, Edisi I.
- Umar, Husein (1999). *Riset Sumber Daya Manusia dalam Organisasi*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 22 Tahun 1997 tentang Narkotika.
- Wilson Michael. T (1992). Seri Manajemen. No. 111, *Majamenen Pemasaran; Ancangan baru dalam pemasaran di dunia bisnis yang semakin tajam persaingannya*. Penerbit PT. Pustaka Binaman Pressindo.

LAMPIRAN



PT. GAYAMINDO KERTA

PEDAGANG BESAR FARMASI

JL. GAYAM 28 PHONE (0274) 515936, 515790 YOGYAKARTA 55225

103

PBF. : 34001 / PBF / IV / 91
W. P. : 01. 543. 895. 5. 541.000

BANK NIAGA

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa :

Nama : OKTAVIANUS
Nim : 942114120
Nirm : 940051121303120115
Jurusan : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi,
Universitas Sanata Dharma Yogyakarta
Waktu Penelitian : Februari 2003
Judul Skripsi : **HUBUNGAN ANTARA PEMENUHAN KRITERIA
PEMILIHAN PENGE CER DALAM MEMBERIKAN
PIUTANG DAGANG DENGAN KINERJA
PENJUALAN PENGE CER.**

Adalah benar-benar telah melakukan penelitian di Pedagang Besar Farmasi (PBF),
PT. GAYAMINDO KERTA Yogyakarta.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 26 Maret 2003

Yang Menerangkan,



PT. GAYAMINDO KERTA
PEDAGANG BESAR FARMASI
JL. GAYAM 28 ☎ 515936, 515790 YOGYA

ANDI WIBOWO, S.E.

Pimpinan



PEMERINTAH PROPINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH
(BAPPEDA)

Kepatihan Danuerjan Yogyakarta 55213
Telepon : (0274) 589583, 562811 Psw. 209 - 217, Fax. (0274) 586712

104

SURAT KETERANGAN / IJIN

Nomor : 07.01.413/09

Membaca Surat : Dekan Fak. Ekonomi - USD Yogyakarta No. : 546/PD //FE/X/2002
Tanggal : 11 Oktober 2002 Perihal : Ijin Penelitian

Mengingat : 1. Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 9 Tahun 1933 tentang Pedoman
Pendataan Sumber dan Potensi Daerah;
2. Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 61 Tahun 1983 tentang Pedoman
Penyelenggaraan Pelaksanaan Penelitian dan Pengembangan di Lingkungan
Departemen Dalam Negeri;
3. Keputusan Kepala Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 33/KPTS/1986
tentang : Tatalaksana Pemberian izin bagi setiap Instansi Pemerintah, non
Pemerintah yang melakukan Pendataan / Penelitian

Diizinkan kepada :
Nama : OKTAVIANUS No. Mhs./NIM : 942114120
Alamat Instansi : Mrican Tromol Pos 29, Yogyakarta
Judul : HUBUNGAN ANTARA PEMENUHAN KRITERIA PEMILIHAN PENGECER DALAM
MEMBERIKAN PIUTANG DAGANG DENGAN KINERJA PENJUALAN PENGECER

Lokasi : Kota Yogyakarta
Waktunya : Mulai tanggal 14 Oktober 2002 s/d 16 Maret 2003

Dengan Ketentuan :

1. Terlebih dahulu menemui / melaporkan diri Kepada Pejabat Pemerintah setempat (Bupati/Walikota kepala Daerah) untuk mendapat petunjuk seperlunya.
2. Wajib menjaga tata tertib dan mentaati ketentuan-ketentuan yang berlaku setempat.
3. Wajib memberi laporan hasil penelitiannya kepada Gubernur Kepala Daerah Istimewa Yogyakarta (Cq. Ketua Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta)
4. Izin ini tidak disalahgunakan untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu kestabilan Pemerintah dan hanya diperlukan untuk keperluan ilmiah.
5. Surat Ijin ini dapat diajukan lagi untuk mendapat perpanjangan bila diperlukan.
6. Surat Ijin ini dapat dibatalkan sewaktu-waktu apabila tidak dipenuhi ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Kemudian diharap para Pejabat Pemerintah setempat dapat memberi bantuan seperlunya.

Tembusan Kepada Yth:

1. Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta
(Sebagai Laporan)
2. Ka. Badan Kesatuan dan Perlindungan
Masyarakat Propinsi DIY
3. Walikota Yogyakarta c.q Bappeda
4. Ka. Dinas Kesehatan dan Kesos DIY
5. Ka. Balai POM DIY
6. Dekan Fak. Ekonomi - USD Yogyakarta
7. Perlinggal

Dikeluarkan di : Yogyakarta

Pada tanggal : 16 October 2002

A.n. GUBERNUR
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
KEPALA BAPPEDA PROPINSI DIY
UB. KEPALA BIDANG
PENELITIAN DAN PENGENDALIAN

Ir. JOKO WURYANTORO
NIP. 490 024 662



PT. GAYAMINDO KERTHA

PEDAGANG BESAR FARMASI

JL. GAYAM 28 PHONE (0274) 515936, 515780 YOGYAKARTA 55225

IZIN PBF : 34001 / PBF / IV / 91
N. P. W. P. : 01. 543. 695. 5. 541.000

BANK NIAGA

Yogyakarta, 6 Februari 2003

No :
Lamp: 1 (satu) berkas kuesioner
Hal : Permohonan pengisian kuesioner

Kepada,

Yth : Bapak / Ibu Apoteker Pengelola
Di tempat

Dengan hormat,

Melalui surat ini kami mohon bantuan kepada Bapak / Ibu Apoteker Pengelola yang mana adalah mitra dalam pemasaran produk kami, untuk mengisi kuesioner yang terlampir. Adapun tujuan pengisian kuesioner ini adalah sebagai bahan pelengkap penyusunan skripsi guna memenuhi salah satu syarat mengikuti ujian gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Akuntansi Universitas Sanata Dharma atas nama mahasiswa :

Nama : OKTAVIANUS
NIM : 942114120
NIRM : 940051121303120115
Judul Skripsi : HUBUNGAN ANTARA PEMENUHAN KRITERIA
PEMILIHAN PENGECEK DALAM MEMBERIKAN
PIUTANG DAGANG DENGAN KINERJA PENJUALAN
PENGECEK.

Waktu Penelitian : Februari 2003

Yang pada saat ini sedang melakukan penelitian skripsi di perusahaan kami. Data hasil kuesioner hanya akan dijadikan data pelengkap untuk kepentingan penyusunan skripsi dan tidak untuk di publikasikan kepada umum.

Demi kelengkapan data penelitian ini, kami mohon dengan rendah hati kepada Bapak / Ibu Apoteker Pengelola untuk mengisi kuesioner ini dengan sesungguhnya.

Atas bantuan dan kerjasamanya, kami mengucapkan terima kasih.

Mengetahui,

OKTAVIANUS



Hormat kami
PT. GAYAMINDO KERTHA
PEDAGANG BESAR FARMASI
JL. GAYAM 28 PHONE (0274) 515936, 515780 YOGYAKARTA

ANDI WIBOWO., S.E.

Pimpinan

SURAT – PERNYATAAN

UNTUK MENYERAHKAN HASIL PENELITIAN/RISET/SURVEY

Nomor: 070/43.89.....

106

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama :: Oktavianus
Alamat Rumah : Gg. Recondono 05 / Pringgondani
PTN/PTS/Instansi : PTS
Penanggungjawab/ : Drs. A. Triwibisono, M.S
Dosen Pembimbing

Menyatakan dengan ini kesediaan saya untuk menyerahkan hasil-hasil penelitian/riset survei yang berjudul :

Hubungan antara Pemenuhan Kriteria Pemenuhan
Pemerik dalam memberikan Piutang dengan :
Kinerja Pempalan Pemerik.

Kepada Yth Ka. BAPPEDA Prop. DIY Pernyataan ini merupakan syarat untuk memperoleh surat ijin Penelitian/Riset/Survei yang saya lakukan di wilayah Propinsi DIY sesuai dengan surat ijin yang diberikan nomor: 070/43.89... tanggal...18-10-2002



Yogyakarta,

Yang Menyatakan,



Oktavianus
nama terang/jelas

RANCANGAN PEDOMAN WAWANCARA DAN OBSERVASI

A. Wawancara

1. Sejarah singkat perusahaan.
 - 1.1. Dimana lokasi perusahaan?
 - 1.2. Kapan berdirinya perusahaan?
 - 1.3. Siap pendiri perusahaan?
 - 1.4. Apa latarbelakang pendirian perusahaan?
 - 1.5. Apa tujuan pendirian perusahaan?
 - 1.6. Bagaimana perkembangan perusahaan sampai saat ini?
2. Struktur organisasi perusahaan.
 - 2.1. Bagaimana bentuk struktur organisasi perusahaan?
 - 2.2. Apa tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian?
3. Personalia
 - 3.1. Berapa jumlah tenaga kerja?
 - 3.2. Bagaimana pemberlakuan jam kerja karyawan?
 - 3.3. Bagaimana recruitment tenaga kerja?
 - 3.4. Apa saja fasilitas yang dapat dinikmati oleh karyawan?
 - 3.5. System penggajian yang seperti apa yang diterapkan oleh perusahaan?
4. Pemasaran
 - 4.1. Apasaja jenis produk yang dipasarkan?
 - 4.2. Bagaimana proses penjualan atau kebijakan penjualan diterapkan?
 - 4.3. Bagaimana system distribusi produk?
5. Akuntansi perusahaan?
 - 5.1. Bagaimana penerapan akuntansi di perusahaan?

B. Observasi

1. Bagian penjualan.
 - 1.1. Nama dan alamat apara pengecer (apotik diwilayah kodya DIY).

petunjuk Pengisian :

ilah jawaban atas pernyataan dibawah ini dengan memberi tanda \checkmark pada kolom yang telah disediakan.

1. Kepemilikan Apotik

Pilih salah satu dengan memberi tanda \checkmark pada kolom pilihan berikut :

Alternatif Jawaban	Pilihan
a. Perorangan	
b. Lembaga	

2. Permodalan

Pilih salah satu dengan memberi tanda \checkmark pada kolom pilihan berikut :

Pernyataan	Ya	Tidak
Modal awal pendirian \geq Rp. 50 Juta		

Darimana modal tersebut diperoleh :

Alternatif Jawaban	Pilihan
a. Modal pemilik	
b. Modal saham	
c. Modal Investor	

3. Operasional

Pilih salah satu dengan memberi tanda \checkmark pada kolom pilihan berikut :

Pernyataan	Ya	Tidak
Apotik ini memiliki Ijin Usaha		
Apotik ini memiliki Apoteker		
Apotik ini memiliki tenaga kerja (karyawan) \geq 5 orang.		

4. Jenis/bentuk obat-obatan yang dijual

Pilih salah satu dengan memberi tanda \checkmark pada kolom pilihan :

Alternatif Jawaban	Pilihan
a. Kapsul	
b. Tablet	
c. Cairan	

5. Sistem Penggajian

Sistem penggajian yang diterapkan Apotik :

Alternatif Jawaban	Pilihan
a. Harian	
b. Mingguan	
c. Bulanan	

Petunjuk Pengisian :

Pilihlah :

Dengan memberi tanda \surd pada salah satu kolom (ST, T, CT, KT, dan SKT) berkaitan dengan pernyataan berikut ini :

- Sangat Terpenuhi (ST)** : Jika kenyataan yang ada di Apotik sesuai bahkan lebih baik dari pernyataan.
- Terpenuhi (T)** : Jika pernyataan sesuai dengan kenyataan yang ada di apotik.
- Cukup Terpenuhi (CT)** : Jika kenyataan yang ada di Apotik cukup sesuai dengan pernyataan.
- Kurang Terpenuhi (KT)** : Jika kenyataan yang ada di Apotik kurang sesuai dengan dari pernyataan.
- Sangat Kurang Terpenuhi (SKT)** : Jika kenyataan yang ada di Apotik sangat kurang bahkan tidak lebih baik dari pernyataan.

No.	Pernyataan	ST	T	CT	KT	SKT
1.	Lokasi Pengecer :					
	a. Apotik ini berlokasi dekat dengan pemukiman penduduk. b. Apotik ini dapat dijangkau dengan menggunakan sarana angkutan kota.					
2.	Pelayanan kepada pembeli :					
	a. Karyawan apotik ini melayani pembeli dengan baik dan ramah terhadap pembeli. b. Apotik ini menyediakan fasilitas yang mendukung pelayanan karyawan kepada pembeli (misal : ruang tunggu dan area parkir kendaraan pembeli).					
3.	Kemampuan dan keterampilan pengecer beriklan dan menata display promosi :					
	a. Dalam hal beriklan, apotik ini tidak melibatkan jasa biro iklan atau biro sejenisnya dalam proses pembuatan iklan tersebut. b. Apotik ini mengetahui dan memiliki strategi mengenai kapan harus melakukan promosi/memasang iklan dan sebaliknya.					
4.	Kesamaan lini produk yang dijual pengecer dengan lini produk perusahaan :					
	a. Apotik ini hanya menjual produk berupa obat-obatan. b. Apotik ini tidak menjual produk jenis lain, selain produk dengan jenis obat-obatan.					
5.	Dominan tidaknya produk pesaing yang dijual pengecer : a. Jika telah mendapatkan suatu produk dari perusahaan distributor (distributor X misalnya), apotik ini tidak lagi melakukan pembelian dari perusahaan distributor obat yang lain, untuk produk obat yang sama/sejenis.					

	b. Berkaitan dengan pernyataan A diatas, jika keadaan memaksa apotik harus membeli, maka dalam pembelian kedua ini, jumlah pembelian tidak lebih besar dibanding dengan pembelian pertama.					
6.	Kemampuan pengecer dalam sumber daya keuangan :					
	a. Apotik ini membayar gaji karyawan dan utang dagang sesuai dengan jadwal yang telah disepakati.					
	b. Apotik ini sanggup membayar biaya sewa bangunan (jika ada) sesuai jadwal yang telah disepakati.					
7.	Pengalaman pengecer dalam bisnisnya :					
	a. Sampai dengan saat sekarang, apotik ini mampu bertahan dalam mengelola dan menjalankan bisnisnya selama >5 tahun.					
	b. Apotik ini mampu meningkatkan penjualan setiap periode.					
8.	Semangat kerjasama pengecer dengan perusahaan :					
	a. Setelah apotik ini melakukan pembelian pertama suatu produk obat-obatan pada perusahaan distributor "X" misalnya, maka pembelian untuk produk yang sama selanjutnya juga pada perusahaan distributor yang sama.					
	b. Jika stok produk obat-obatan pada apotik ini mulai habis terjual, apotik ini akan segera memberitahukan kepada perusahaan distribusi dimana pertama kali ia membeli untuk meminta pengiriman kembali.					
9.	Reputasi pengecer dipasaran :					
	a. Apotik ini sering dikunjungi pembeli.					
	b. Apotik ini jarang sekali bahkan tidak pernah mengalami keluhan dari pembeli (konsumen), berkaitan dengan kegiatan operasional sehari-hari.					
10.	Kemampuan pengecer memasarkan produk perusahaan distributor :					
	a. Produk/obat-obatan yang dijual apotik ini sering dibeli oleh konsumen.					
	b. Stok produk/obat-obatan apotik ini habis terjual sesuai dengan target yang telah ditentukan.					

Yogyakarta,.....

Di isi oleh

** Halaman 1

Paket : Seri Program Statistik (SPS-2000)
Modul : Analisis Butir (Items Analysis)
Program : Analisis Kesahihan Butir (Validity)
Edisi : Sutrisno Hadi dan Yuni Pamardiningsih
Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia
Versi IBM/IN, Hak Cipta (c) 1999 Dilindungi UU

111

Nama Pemilik : Data Div.
Nama Lembaga : MAGIC 2000 SOLVER
A l a m a t : Jl. Gejayan Gg Bayu 16 A Yogyakarta, Telp. 523858
=====

Nama Peneliti : Oktavianus
Nama Lembaga : Akutansi FE USD Yogyakarta
Tgl. Analisis : 03-03-2004
Nama Berkas : 022701m

Nama Konstrak : Skor pemenuhan kriteria pemilihan pengecer

Jumlah Butir Semula : 20
Jumlah Butir Gugur : 0
Jumlah Butir Sahih : 20

Jumlah Kasus Semula : 30
Jumlah Data Hilang : 0
Jumlah Kasus Jalan : 30

** RANGKUMAN ANALISIS KESAHIHAN BUTIR

=====

Butir No.	r xy	r bt	p	Status
1	0.775	0.751	0.000	sahih
2	0.695	0.666	0.000	sahih
3	0.416	0.368	0.021	sahih
4	0.662	0.624	0.000	sahih
5	0.875	0.846	0.000	sahih
6	0.652	0.607	0.000	sahih
7	0.806	0.763	0.000	sahih
8	0.618	0.584	0.001	sahih
9	0.663	0.631	0.000	sahih
10	0.687	0.651	0.000	sahih

=====

(bersambung)

(sambungan)

=====

Butir No.	r xy	r bt	p	Status
11	0.849	0.815	0.000	sahih
12	0.689	0.638	0.000	sahih
13	0.732	0.702	0.000	sahih
14	0.696	0.659	0.000	sahih
15	0.779	0.751	0.000	sahih
16	0.633	0.569	0.001	sahih
17	0.692	0.652	0.000	sahih
18	0.743	0.714	0.000	sahih
19	0.471	0.420	0.010	sahih
20	0.633	0.593	0.000	sahih

=====

** Halaman 1

113

Paket : Seri Program Statistik (SPS-2000)
Modul : Analisis Butir (Items Analysis)
Program : Uji-Keandalan Teknik Alpha Cronbach
Edisi : Sutrisno Hadi dan Yuni Pamardiningasih
Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia
Versi IBM/IN; Hak Cipta (c) 1999 Dilindungi UU

Nama Pemilik : Data Div.
Nama Lembaga : MAGIC 2000 SOLVER
A l a m a t : Jl. Gejayan Gg Bayu 16 A Yogyakarta, Telp. 523858
=====

Nama Peneliti : Oktavianus
Nama Lembaga : Akutansi FE USD Yogyakarta
Tgl. Analisis : 03-03-2004
Nama Berkas : 022701m

Nama Konstrak : Skor pemenuhan kriteria pemilihan pengecer

** TABEL RANGKUMAN ANALISIS

=====
Jumlah Butir Sahih : MS = 20
Jumlah Kasus Semula : N = 30
Jumlah Data Hilang : NG = 0
Jumlah Kasus Jalan : NJ = 30

Sigma X : ΣX = 2267
Sigma X Kuadrat : ΣX^2 = 174715
Variansi X : σ^2x = 12
Variansi Y : σ^2y = 114

Koef. Alpha : rtt = 0.939
Peluang Galat α : p = 0.000
Status : Andal
=====

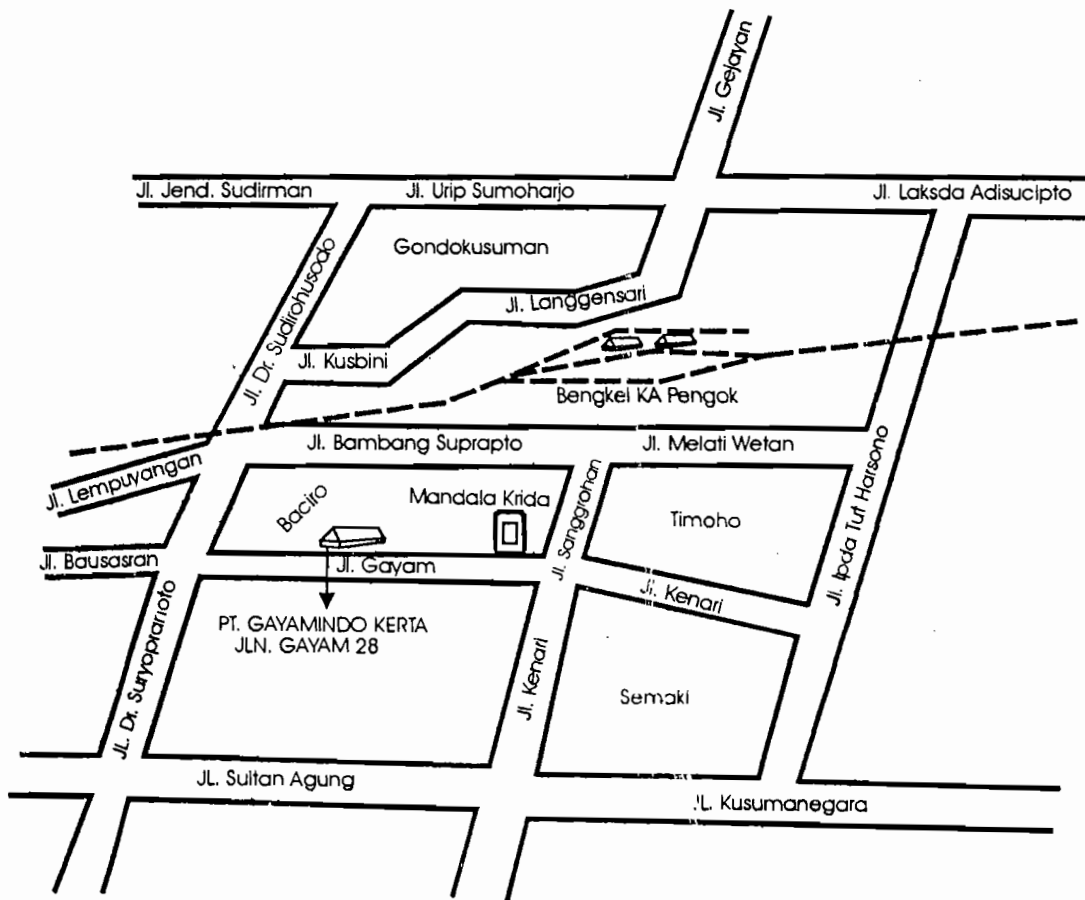
** Halawan 1

** TABEL DATA BUTIR : 022701m

114

Kasus Nomor	Butir Nomor	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	Tot
1		4	4	5	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	71
2		4	4	4	3	2	2	2	3	4	2	2	2	3	4	3	2	3	4	3	2	58
3		5	5	5	5	4	4	2	3	5	4	2	2	5	5	5	2	5	5	3	4	80
4		5	5	4	4	2	3	2	4	5	3	2	3	4	5	5	3	4	5	4	3	75
5		4	4	4	4	2	3	2	3	4	3	2	3	4	4	4	5	3	4	3	3	68
6		4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	68
7		5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	95
8		4	4	4	5	3	4	3	3	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	3	4	78
9		5	5	5	4	5	3	5	4	5	3	5	5	4	5	5	5	4	5	4	3	89
10		4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	5	4	5	3	75
11		3	5	4	5	2	2	2	4	3	2	2	4	4	3	3	4	3	3	5	2	65
12		4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	69
13		5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	95
14		4	4	4	3	2	4	2	3	4	4	2	2	3	4	4	2	3	4	3	4	65
15		3	3	4	4	2	3	2	3	3	3	2	2	4	3	3	2	4	3	3	3	59
16		4	4	4	4	3	5	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	5	4	3	3	73
17		4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	2	4	3	4	4	4	3	70
18		5	5	5	4	2	4	2	4	5	4	2	2	4	5	5	2	4	5	4	4	77
19		4	4	4	5	4	4	2	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	83
20		4	4	5	4	2	3	2	3	4	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3	68
21		3	3	4	3	2	3	2	3	5	3	2	4	3	3	3	4	3	3	3	3	62
22		4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	70
23		4	4	5	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	5	4	4	3	72
24		4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	3	4	4	4	3	4	3	4	4	73
25		4	4	5	4	2	3	2	3	4	3	2	3	4	4	4	3	3	4	3	3	67
26		5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	3	80
27		4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	3	5	4	4	3	5	4	5	4	87
28		4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	78
29		5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	95
30		5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	93

DENAH LOKASI PT. GAYAMINDO KERTA



**DAFTAR NAMA
APOTIK PENGECEK PRODUK PERUSAHAAN
PT. GAYAMINDO KERTA**

WILAYAH KOTA YOGYAKARTA

NO. URUT	NOMOR INDUK GPFI	NAMA,ALAMAT LENGKAP NOMOR TELP	NO. URUT	NOMOR INDUK GPFI	NAMA,ALAMAT LENGKAP NOMOR TELP
01	8377/APT	Apotik ARDI FARMA Jl. Gejayan No. 5 <u>D.I. Yogyakarta</u> Telp : (0274) 86530 Fax : (0274)	29	6879/APT	Apotik ANUGRAH Jl. Taman Siswa No. 34 <u>D.I. Yogyakarta</u> Telp : (0274) Fax : (0274)
02	0320/APT	Apotik BHAKTI Jl. KHA Dahlan No. 47 <u>D.I. Yogyakarta</u> Telp : (0274) 87416	30	0248/APT	Apotik ARJUNA Jl. Dr. Wahidin No. 20 Kel. Kliren - Kec. Gondokusumo <u>D.I. Yogyakarta</u> Telp : (0274) 513616
03	8378/APT	Apotik BUMIJO <u>D.I. Yogyakarta</u> Telp : (0274) 87416	31	1326/APT	Apotik BUGISAN Jl. Bugisan No. 6 Pav <u>D.I. Yogyakarta</u>

04	0371/APT	Apotik DIPONEGORO Jl. Dr Sutomo No. 26-28 <u>D.I. Yogyakarta</u> Telp : (0274) 3062	32	7892/APT	Apotik DIAN FARMA Jl. RE Martadinata No. 63 B <u>D.I. Yogyakarta</u> Telp : (0274) 2048
05	0371/APT	Apotik ENGGAL SEMI Jl. Diponegoro No. 12 <u>D.I. Yogyakarta</u> Telp : (0274) 5620 Fax : (0274)	33	6868/APT	Apotik HARAPAN Jl. Krasak Timur No. 20 <u>D.I. Yogyakarta</u> Telp : (0274) 3062 Fax : (0274)
06	4118/APT	Apotik HAYAM WURUK Jl. Hayam Wuruk No. 3 <u>D.I. Yogyakarta</u> Telp : (0274) 63242 Fax : (0274)	34	0118/APT	Apotik KIMIA FARMA NO. 20 Jl. Malioboro No. 179 Rt01/05 Kec. Gedongtengen <u>D.I. Yogyakarta 55271</u> Telp : (0274) 562121/ 562121
07	6984/APT	Apotik KASIH FARMA Jl. Ngeksigondo No. 55 <u>D.I. Yogyakarta</u>	35	8380/APT	Apotik K. F. COKROAMINOTO Jl. HOS Cokroaminoto No. 57 <u>D.I. Yogyakarta</u> Telp : (0274) 63157
08	0119/APT	Apotik KIMIA FARMA NO. 21 Jl. Malioboro No. 123 Yk Kec. Gedongtengen <u>Yogyakarta 55271</u> Telp : (0274) 514980-580098	36	3370/APT	Apotik KURNIA Jl. Ngasem No. 88 <u>Yogyakarta</u> Telp : (0274)

09	8379/APT	Apotik KUSUMA INDAH Jl. Kusumanegara No. 33 <u>D.I. Yogyakarta</u> Telp : (0274) Fax : (0274)	37	0116/APT	Apotik MALIOBORO Jl. Malioboro 141 Kec. Gedongtengen <u>D.I. Yogyakarta 55271</u> Telp : (0274) 512164
10	8390/APT	Apotik MARANATHA Jl. Malioboro No/ 10 <u>D.I. Yogyakarta</u> Telp : (0274) 3045-62240	38	3850/APT	Apotik MARYATI Jl. S Parman No. 5 <u>D.I. Yogyakarta 55271</u> Telp : (0274) 86522
11	8389/APT	Apotik MEDIKA LOKA Jl. Veteran No. 5 Muja-Muju <u>D.I. Yogyakarta</u> Telp : (0274) Telp : (0274) 88146	39	7000/APT	Apotik MELATI FARMA Jl. Melati Kulon No. 10 <u>D.I. Yogyakarta</u> Telp : (0274) 3985 Fax :
12	8382/APT	Apotik MEDISINA Jl. Mataram No. 14 <u>D.I. Yogyakarta</u> Telp : (0274)	40	0221/APT	Apotik MERAPI Jl. P. Mangkubumi 109, Kec.Jetis <u>D.I. Yogyakarta</u> Telp : (0274) 512263
13	8381/APT	Apotik MULYA FARMA Jl. C Simanjuntak 77 Kel. Terban - Kec. Gondokusuman	41	7891/APT	Apotik NAKULA Jl. A.M. Sangaji No. 35 <u>D.I. Yogyakarta</u>

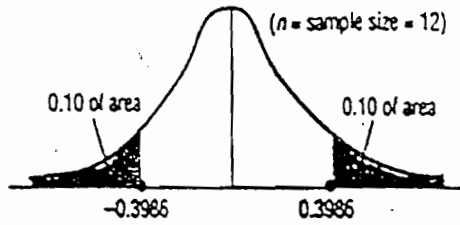
611		<u>D.I. Yogyakarta</u>			Telp : (0274)
14	0330/APT	Telp : (0274) 513805 Apotik PANCA DEWI Jl. Mas Suharto No. 36 <u>D.I. Yogyakarta</u> Telp : (0274) 2066	42	3350/APT	Fax : (0274) Apotik PANTI AFIAT Jl. Kol Sugiono No. 205 <u>D.I. Yogyakarta</u> Telp : (0274) 78095
15	6880/APT	Apotik PATHUK Jl. AIP K.S. Tubun No. 31 <u>D.I. Yogyakarta</u> Telp : (0274) 55261	43	3430/APT	Apotik PUJI WARAS Jl. Jendr Sudirman No. 40 <u>D.I. Yogyakarta</u> Telp : (0274) 2100
17	7900/API	Apotik PENDOWO Jl. Taman Siswo No. 97 <u>D.I. Yogyakarta</u> Telp : (0274)	44	7898/APT	Apotik RAHAYU Jl. Sisingamangaraja No. 27 <u>D.I. Yogyakarta</u> Telp : (0274)
18	3371/APT	Apotik PUTRA Jl. Brigjen Katamso No. 20 <u>D.I. Yogyakarta</u> Telp : (0274) 3893	45	7899/APT	Apotik RAJAWALI Jl. Poncowihatan No. 92 <u>D.I. Yogyakarta</u> Telp : (0274) 5654
19	8392/APT	Apotik RAFAZTHODY MULIA Jl. Kyai MOJO No. 64 <u>D.I. Yogyakarta</u> Telp : (0274)	46	7358/APT	Apotik SAKTI Jl. Mayjen Sutoyo No. 55 <u>D.I. Yogyakarta</u> Telp : (0274) 4669

120	20	3367/APT	Apotik RATNA Jl. Parangtritis 44 Rt.062/017 Kel.Mantrijeron <u>D.I. Yogyakarta</u> Telp : (0274) 371028	47	7902/APT	Apotik SATRIYA Jl. Parang Tritis 104 Kel. Mantrijeron <u>D.I. Yogyakarta</u> Telp : (0274) 375169
	21	8386/APT	Apotik R.S. PURI NIRMALA Jl. Jayaningprangan No. 13 <u>D.I. Yogyakarta</u> Telp : (0274) 5355	48	0208/APT	Apotik SUTJI Jl. Sultan Agung No. 26 <u>D.I. Yogyakarta</u> Telp : (0274) 2286
	22	0120/APT	Apotik SANITAS Jl. MT. Haryono No. 46 <u>D.I. Yogyakarta</u> Telp : (0274) 2411 Fax : (0274)	49	3429/APT	Apotik TIMOHO Jl. Kusumanegara No. 104 <u>D.I. Yogyakarta</u> Telp : (0274) 86366
	23	7896/APT	Apotik SHINTA Jl. Menteri Supeno No. 78 <u>D.I. Yogyakarta</u> Telp : (0274)	50	8388/APT	Apotik UMBUL HARJO Jl. Perintis Kemerdekaan No. 72 <u>D.I. Yogyakarta</u>
	24	7897/APT	Apotik SURYA Jl. Suryaden No. 52 <u>D.I. Yogyakarta</u>	51	8387/APT	Apotik WIJAYA Jl. Sisingamangaraja No. 10 A <u>D.I. Yogyakarta</u> Telp : (0274)
	25	4477/APT	Apotik TOEGOE KOELON Jl. Diponegoro No. 97	52	3349/APT	Apotik WIRA Jl. Wirobrayan No. 20

121		<u>D.I. Yogyakarta</u> Telp : (0274) 4759			<u>D.I. Yogyakarta</u> Telp : (0274)
26	8391/APT	Apotik TRI TUNGGAL Jl. Karang No. 86	53	1134/APT	Apotik YOGYA FARMA Jl. Kemetiran Kidul No. 9 A
27	3597/APT	<u>D.I. Yogyakarta</u> Apotik WIPA Jl. Waniringawen Lor No. 9 A			<u>D.I. Yogyakarta</u> Telp : (0274) 63965 Fax : (0274)
28	0121/APT	<u>D.I. Yogyakarta</u> Telp : (0274) 4297 Apotik WISNU Jl. Jend. Sudirman 10 Kel. Gowongan - Kec. Jetis			
		<u>D.I. Yogyakarta</u> Telp : (0274) 516012			

Sumber : PT. GAYAMINDO KERTA, 2003

TABEL KORELASI RANGKING SPEARMAN



*Values for Spearman's Rank Correlation (r_s) for Combined Areas in Both Tails

n	0.20	0.10	0.05	0.02	0.01	0.002
4	0.8000	0.8000				
5	0.7000	0.8000				
6	0.6000	0.7714	0.9000	0.9000		
7	0.5357	0.6786	0.8286	0.8857	0.9429	
8	0.5000	0.6190	0.7450	0.8571	0.8929	0.9643
9	0.4667	0.5833	0.7143	0.8095	0.8571	0.9286
10	0.4424	0.5515	0.6833	0.7667	0.8167	0.9000
11	0.4182	0.5273	0.6364	0.7333	0.7818	0.8667
12	0.3986	0.4965	0.6091	0.7000	0.7455	0.8364
13	0.3791	0.4780	0.5804	0.6713	0.7273	0.8182
14	0.3626	0.4593	0.5549	0.6429	0.6978	0.7912
15	0.3500	0.4429	0.5341	0.6220	0.6747	0.7670
16	0.3382	0.4265	0.5179	0.6000	0.6536	0.7464
17	0.3260	0.4118	0.5000	0.5824	0.6324	0.7265
18	0.3148	0.3994	0.4853	0.5637	0.6152	0.7083
19	0.3070	0.3895	0.4716	0.5480	0.5975	0.6904
20	0.2977	0.3789	0.4579	0.5333	0.5825	0.6737
21	0.2909	0.3789	0.4451	0.5203	0.5684	0.6586
22	0.2829	0.3688	0.4351	0.5078	0.5545	0.6455
23	0.2829	0.3597	0.4241	0.5078	0.5426	0.6318
24	0.2767	0.3518	0.4150	0.4963	0.5306	0.6186
25	0.2704	0.3435	0.4061	0.4852	0.5200	0.6070
26	0.2646	0.3362	0.4061	0.4748	0.5100	0.5962
27	0.2588	0.3299	0.3977	0.4654	0.5002	0.5856
28	0.2540	0.3236	0.3894	0.4564	0.4915	0.5757
29	0.2490	0.3175	0.3822	0.4481	0.4828	0.5660
30	0.2443	0.3113	0.3749	0.4401	0.4744	0.5567
30	0.2400	0.3059	0.3685	0.4320	0.4744	0.5567
30			0.3620	0.4251	0.4665	0.5479

*From W. J. Conover, *Practical Nonparametric Statistics*, John Wiley & Sons, Inc., New York, 1971.

LAMPIRAN

LAMPIRAN A

Tabel A. TABEL r SATU-EKOR

db	Taraf Signifkansi				db	Taraf Signifkansi			
	1%	5%	15%	30%		1%	5%	15%	30%
1	0.985	0.929	0.814	0.649	21	0.327	0.275	0.219	0.157
2	0.881	0.770	0.640	0.486	22	0.320	0.269	0.214	0.154
3	0.776	0.663	0.542	0.404	23	0.313	0.263	0.210	0.150
4	0.695	0.590	0.479	0.353	24	0.307	0.258	0.206	0.147
5	0.634	0.536	0.433	0.317	25	0.301	0.253	0.201	0.144
6	0.586	0.495	0.399	0.290	26	0.295	0.248	0.198	0.141
7	0.548	0.462	0.371	0.270	27	0.290	0.244	0.194	0.139
8	0.516	0.434	0.349	0.253	28	0.285	0.239	0.191	0.136
9	0.489	0.411	0.330	0.237	29	0.280	0.235	0.187	0.134
10	0.465	0.392	0.314	0.227	30	0.275	0.231	0.184	0.132
11	0.445	0.375	0.300	0.216	40	0.239	0.201	0.160	0.114
12	0.427	0.360	0.288	0.207	60	0.196	0.165	0.131	0.093
13	0.411	0.346	0.277	0.199	120	0.139	0.117	0.093	0.066
14	0.397	0.334	0.267	0.192	tth	0.048	0.041	0.032	0.023
15	0.384	0.323	0.258	0.186					
16	0.373	0.310	0.250	0.180					
17	0.362	0.305	0.243	0.175					
18	0.352	0.296	0.237	0.170					
19	0.343	0.289	0.230	0.165					
20	0.335	0.282	0.225	0.161					

tth = tak terhingga.

CURRICULUM VITAE

I. Data pribadi

Nama : OKTAVIANUS.
Tempat/Tgl Lahir : Nanga Merakai, 14 Oktober 1975.
Jenis Kelamin : Laki-laki.
Agama : Katolik.
WNI/WNA : WNI.
Status Perkawinan : Belum menikah.
Alamat Asal : Ds. Temiang Mali, Kec. Balai Batang Tarang, Kab. Sanggau,
Kalimantan Barat.

II. Data Pendidikan

1984 – 1989 SDN Temiang Mali, Kec. Balai Batang Tarang, Kab. Sanggau,
Kalimantan Barat.
1989 – 1991 SMPN 1 Batang Tarang, Kec. Balai Batang Tarang, Kab. Sanggau,
Kalimantan Barat
1991 – 1994 SMAN 1 Sanggau, Kab. Sanggau, Kalimantan Barat.
1994 – 2004 Fakultas Ekonomi, Jurusan Akuntansi, Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta.

III. Pengalaman Organisasi

1990 OSIS SMPN 1 Batang Tarang. Sekretaris OSIS.
1990 Mudika, Paroki Batang Tarang. Anggota Sie. Kesenian.
1994 Unit Kegiatan Fakultas, Senat Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata
Dharma, Ka.Sie. Olahraga Cabang Bola Volley.
1995 Unit Kegiatan Fakultas, Senat Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sanata
Dharma. Ka. Cabang Olahraga.
1996 Unit Kegiatan Mahasiswa, Senat Mahasiswa Universitas Sanata Dharma. Ka.
Sie. Olahraga Cabang bola Volley.
1997 Team Verifikasi Laporan Keuangan dan Laporan Pertanggungjawaban
Kepanitiaan, Senat Mahasiswa Fakultas Ekonomi; Universitas Sanata Dharma.
Ketua merangkap anggota.

IV. Pengalaman Kepanitiaan

- 1994 Panitia Pekan Olahraga Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma, Ka. Sie. Pertandingan Cab. Bola Volley.
- 1995 Panitia Pekan Olahraga Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma, Pendamping Panitia.
- 1996 Panitia Opspek Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma, Anggota Sie. Tata Tertib.
- 1996 Panitia Turnamen Sepakbola Mahasiswa Fakultas Ekonomi Se DIY-Jateng. Ketua I.
- 1997 Panitia Pekan Olahraga Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma, Pendamping Panitia.
- 1997 Panitia Turnamen Sepakbola Mahasiswa Ekonomi Se DIY-Jateng. Pendamping Panitia.
- 1997 Panitia Pemilu Senat Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma. Team Formatur.
- 1997 Panitia Gawai Seni Dayak Putra Daerah Kal-bar (PUDAKA). Sekretaris Panitia.
- 1998 Panitia Pemilu Keluarga Pelajar-Mahasiswa Katolik Kalimantan Barat (KPMKKB). Team formatur.
- 1998 Panitia Latihan Kepemimpinan Tingkat Dasar (LKTD) KPMKKB. Sekretaris Panitia merangkap Pembicara.
- 1998 Panitia Opspek Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma, Pendamping Panitia Seksi Tata Tertib.

V. Pengalaman Kerja

- 1999 -2001 Victory Computer Jln. STM Pembangunan 8/A, Yogyakarta. Operator, Instruktur dan Pembukuan.



Hormat saya,


OKTAVIANUS