

KINERJA MANAJEMEN PERSIAPAN BARANG DAGANGAN DALAM USAHA MENINGKATKAN PENJUALAN DAN KEPUASAN PELANGGAN

STUDI KASUS PADA KOPERASI CARITAS UNIVERSITAS ATMA JAYA
YOGYAKARTA TAHUN 1999

SKRIPSI

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



Oleh :

Veronica Wuri Lukitasari

NIM : 95 2114 077

NIRM : 950051121303120069



PROGRAM STUDI AKUNTANSI
JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA
2000

SKRIPSI

**KINERJA MANAJEMEN PERSIAPAN BARANG DAGANGAN
DALAM USAHA MENINGKATKAN PENJUALAN DAN
KEPUASAN PELANGGAN
STUDI KASUS KOPERASI CARITAS UNIVERSITAS ATMA JAYA
YOGYAKARTA TAHUN 1999**

Oleh :

Veronica Wuri Lukitasari

NIM : 95 2114 077

NIRM : 950051121303120069

Telah Disetujui Oleh :

Pembimbing I

Tanggal : 19 April 2000



Drs. E. Sumardjono, MBA.

Pembimbing II

Tanggal : 9 Mei 2000



Drs. H. Suseno TW., M.S.

Skripsi

KINERJA MANAJEMEN PERSIAPAN BARANG DAGANGAN DALAM USAHA MENINGKATKAN PENJUALAN DAN KEPUASAN PELANGGAN STUDI KASUS PADA KOPERASI CARITAS UAJY TAHUN 1999

Dipersiapkan dan Ditulis Oleh :

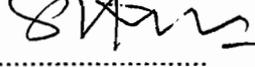
Veronica Wuri Lukitasari

N I M : 95 2114 077

N I R M : 950051121303120069

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
pada tanggal 23 Mei 2000
dan dinyatakan memenuhi syarat

Susunan Panitia Penguji

	Nama Lengkap	Tanda Tangan
Ketua	Dra. Fr. Ninik Yudianti, M.Acc.	
Sekretaris	Drs. E. Sumardjono, M.B.A.	
Anggota	Drs. E. Sumardjono, M.B.A.	
Anggota	Drs. H. Suseno TW., M.S.	
Anggota	Dra. Fr. Ninik Yudianti, M.Acc.	

Yogyakarta, 27 Mei 2000

Fakultas Ekonomi

Universitas Sanata Dharma



Dekan

Drs. Th. Gieles, S.J.

*Bila cinta dan kecakapan bekerjasama,
nantikanlah sebuah karya besar.*

(John Ruskin)

*Dia yang membentuk hati mereka sekalian,
yang memperhatikan segala pekerjaan mereka,
Ya, karena Dia hati kita bersukacita,
sebab kepada namaNya yang kudus kita percaya.*

(Mazmur 33:15 dan 21)

Kupersembahkan Karya ini untuk :

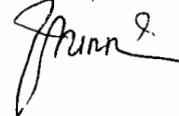
*Bapak Ibu tercinta, Kakak-kakakku, Anton
yang selalu memberi dukungan
dan semangat sehingga membuatku tidak putus asa*

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi 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, April 2000

Penulis,



Veronica Wuri Lukitasari

ABSTRAK

KINERJA MANAJEMEN PERSIAPAN BARANG DAGANGAN DALAM USAHA MENINGKATKAN PENJUALAN DAN KEPUASAN PELANGGAN Studi Kasus Koperasi Caritas UAJY Tahun 1999

Veronica Wuri Lukitasari
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ¹⁾ ketepatan langkah manajemen dalam mempersiapkan barang dagangan, ²⁾ ada/tidaknya pengaruh ketepatan langkah persiapan barang tersebut pada tingkat penjualan, dan ³⁾ ada/tidaknya hubungan antara manajemen persiapan barang dagangan dengan tingkat kepuasan pelanggan.

Jenis penelitian berupa studi kasus pada koperasi Caritas UAJY yang dilakukan pada Oktober 1999 - November 1999. Data yang diteliti meliputi gambaran umum koperasi, laporan penjualan bulanan, laporan persediaan barang, hasil observasi, dan hasil kuesioner pelanggan. Teknik pengumpulan data memakai metode dokumentasi, observasi, kuesioner, dan wawancara. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis ketepatan persiapan barang dagangan dengan langkah deskriptif dan penilaian, analisis pengaruh efektivitas langkah persiapan barang dagangan terhadap penjualan dengan memakai ANOVA dan LSD (*Least significant different*), dan analisis hubungan manajemen persiapan barang dengan kepuasan konsumen dengan memakai ANOVA dan LSD.

Dari hasil analisis ditemukan bahwa kesimpulan pertama, langkah persiapan barang dagangan yang dilakukan pihak koperasi masuk kategori tepat, yaitu pada alat tulis dengan skor kesesuaian dengan teori sebesar 74,54%, kebutuhan sehari-hari dengan skor 72,72%, dan makanan ringan dengan skor 69,09%. Kesimpulan kedua adalah ketepatan langkah persiapan barang dagangan tidak berpengaruh terhadap tingkat penjualan, artinya kelompok barang dengan langkah persiapan barang dagangan tepat tidak menghasilkan penjualan yang lebih tinggi dan sebaliknya. Hal ini disebabkan konsumen lebih mementingkan kemudahan cara pembayaran, kedekatan dengan tempat kerja, dan kebutuhannya. Kesimpulan ketiga adalah langkah persiapan barang tidak mempunyai hubungan dengan kepuasan pelanggan, artinya langkah persiapan barang yang tepat tidak menghasilkan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi, dan sebaliknya. Hal ini disebabkan oleh alasan yang sama dengan alasan kesimpulan kedua.

ABSTRACT

MERCHANDISE MANAGEMENT TO INCREASE SALES VOLUME AND CONSUMER SATISFACTION Case Study at Caritas UAJY Cooperative 1999

Veronica Wuri Lukitasari
Sanata Dharma University
Yogyakarta

The aims of this research are ¹⁾ to evaluate the performance of merchandise management, ²⁾ its influence on sales volume, and ³⁾ its influence on customer satisfaction.

This study is a case study on the Caritas cooperative which is located on the Atma Jaya University Campus. The data of this research comprise a general picture of the cooperative, monthly sales reports, supplies reports, and are obtained by observation, interview, and a questionnaire among the customers. The techniques of analysis used are a description and evaluation of the performance of the merchandise planning and management, analysis of the influence of merchandise planning and management on the volume of sales, and analyse the relation between merchandise planning and consumer satisfaction, using ANOVA and LSD (Least Significant Difference).

The conclusions of this analysis are the first, that the performance of merchandise management of the cooperative was appropriate, obtaining a score for stationery 74,54 %, daily needs scored 72,72 %, and snacks 69,09%. The second conclusion showed that the merchandise planning did not really influence to sales volume, meaning that the group of goods not appropriate by planned did not show a higher sales volume, on the contrary too. This is because customers make their choice only minding their immediate needs, easy to pay of merchandise, and near with their job location. The third conclusion did not show a relation with customer satisfaction, meaning that the right preparation of merchandise did not make for higher customer satisfaction, on the contrary too. This is because same reason like the second conclusion.

KATA PENGANTAR

Rasa syukur yang tak terkira Penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kasih, atas rahmat, kesempatan, dan bimbinganNya dalam usaha penyusunan skripsi selama ini, sehingga tugas penulisan ini dapat selesai.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa penulisan ini jauh dari sempurna, dalam kajian kepustakaan mulai dari awal hingga akhir penulisan. Hal ini dikarenakan kemampuan penulis terbatas, namun begitu dengan kemampuan yang ada penulis tetap ingin mewujudkan buah pikiran dan mempersembahkan tugas sebaik-baiknya. Semua ini karena adanya bimbingan, bantuan, saran, serta dorongan dari semua pihak secara materiil maupun spirituil. Untuk itu dengan kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terkira pada :

1. Ibu Dra. Fr. Ninik Yudianti, M.Acc., selaku Ketua jurusan Akuntansi yang telah memberi kesempatan dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak., Drs. E. Sumardjono, MBA., sebagai Pembimbing I yang telah sabar membimbing dengan mencurahkan segala waktu, tenaga, dan pikiran.
3. Bapak Drs. H. Suseno TW., M.S., selaku Pembimbing II yang telah sabar membimbing dengan memberi masukan dan koreksi bagi penulisan skripsi ini.
4. Bapak Drs. A. Triwanggono, M.S. yang telah memberi masukan dan saran kepada penulis dalam memberi ide dan penjelasan yang sangat berguna untuk skripsi ini.

5. Ibu Dra. Yf. Gien A., MM., Akt., selaku Dosen wali angkatan '95 yang telah membimbing dalam studi dan Para Dosen fakultas ekonomi yang telah membagi ilmu yang sangat berguna untuk menyelesaikan skripsi dan untuk masa datang.
6. Teman-temanku : Windha, Icha, Niniel, Ani, Esti, teman-teman Akuntansi angkatan'95, mbak Tanti, mbak Nila dan semua yang tidak bisa disebutkan satu-persatu yang selalu mendukung dan memberi semangat dalam penyusunan skripsi.
7. Bapak Ibu pengurus koperasi Caritas UAJY yang memberi izin untuk melakukan penelitian dan waktu untuk memberikan data-data serta informasi, juga karyawan dan mahasiswa UAJY yang bersedia menjadi responden, serta karyawan Toko koperasi Caritas yang selalu membantu kapan saja saat dibutuhkan dan memberikan banyak informasi.
8. Keluargaku : Bapak Ibu dan kakak-kakakku yang telah memberikan kasih sayang, doa, semangat, dan dukungan dalam bentuk apapun untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, semoga karya penulisan yang sederhana dan jauh dari sempurna ini dapat bermanfaat bagi yang membacanya. Kritik dan saran sangat penulis hargai dan terima untuk menyempurnakannya menjadi lebih baik lagi.

Yogyakarta, April 2000

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAM MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Judul	1
B. Latar Belakang	1
C. Pembatasan Masalah	3
D. Rumusan Masalah	4
E. Tujuan Penelitian.....	4
F. Manfaat Penelitian	5
G. Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Koperasi konsumsi dan manajemen koperasi	8
B. Pengertian dan Fungsi Manajemen Persiapan Barang Dagangan.....	11
1. Pengertian MPBD	11
2. Fungsi MPBD	11
2.1 Fungsi Pelayanan	12
2.2 Fungsi Pengemasan	13
a. Pemajangan	14
b. Sikap Pelanggan	16



C. Kriteria sebagai perantara penjualan	20
D. Penggolongan barang konsumsi dilihat dari cara perolehannya	21
E. Kriteria barang yang sesuai dengan keinginan pelanggan.....	22
F. Strategi yang harus diperhatikan oleh manajemen	23
G. Konsep Penjualan	24
H. Kepuasan Pelanggan	25
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	29
B. Tempat dan waktu penelitian	29
C. Subyek	29
D. Obyek	30
E. Data yang Diperlukan	30
F. Teknik Pengumpulan Data	30
G. Variabel	32
H. Populasi dan Sampel	33
I. Teknik Analisis Data	34
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
A. Sejarah Pendirian Koperasi Pegawai UAJY	39
a. Sejarah pendirian DSP sebelum menjadi koperasi pegawai	39
b. Masa peralihan DSP menjadi koperasi pegawai	40
B. Tujuan	41
C. Bidang usaha	42
D. Keuangan dan Permodalan	42
E. Keanggotaan Koperasi Caritas	44
F. Prospek dan Persaingan	44
G. Struktur Organisasi Koperasi Caritas UAJY	46
H. Struktur Organisasi Toko Caritas	49
BAB V ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Analisis Data	51
B. Analisis Ketepatan Persiapan Barang Dagangan	52

C. Analisis Pengaruh Efektivitas Manajemen Persiapan Barang Dagangan terhadap tingkat Penjualan	56
D. Analisis Hubungan Manajemen Persiapan Barang Dagangan dan Kepuasan Konsumen	62
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	65
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	
1. Panduan Observasi	83
2. Daftar Kuesioner	86
3. Panduan wawancara	93
4. Langkah-langkah pengumpulan dokumen/data	94
5. Data hasil kuesioner	95

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Model Sikap dan Perilaku Pembeli	17
Tabel III.1 Aspek Penilaian Langkah Persiapan Barang	34
Tabel III.2 Analisis Varian	35
Tabel III.3 Perbandingan Kepuasan Konsumen dan Ketepatan	38
Tabel V.1 Deskripsi dan Penilaian Tiga Kelompok Barang	54
Tabel V.4 Penjualan Perbulan Tahun 1998	57
Tabel V.5 Analisis Varians	57
Tabel V.6 Operasi SSE dalam ANOVA	58
Tabel V.7 Kepuasan Pelanggan per Kelompok Barang	69
Tabel V. 8 ANOVA Kepuasan pelanggan	70
Tabel V. 9 Analisis Varians langkah Persiapan Barang	71
Tabel V. 10 Urutan satu Kelompok Rata-rata	73
Tabel V. 11 Urutan rata-rata Kepuasan pada Langkah Persiapan Barang	75

BAB I

PENDAHULUAN

A. Judul : Kinerja manajemen persiapan barang dagangan dalam usaha meningkatkan penjualan dan kepuasan pelanggan.

B. Latar Belakang

Dewasa ini kita banyak menjumpai berbagai masalah mengenai cara meningkatkan profit organisasi ataupun badan usaha yang merupakan suatu hal yang mendapat prioritas dalam mempertahankan kelangsungan usaha. Masalah ini semakin berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat antar berbagai badan usaha yang mencoba menonjolkan karakteristiknya untuk dapat merebut pasar. Salah satu cara agar suatu badan usaha dapat merebut pasar ialah dengan berusaha memenuhi permintaan konsumen, khususnya pelayanan produk yang memuaskan.

Permintaan akan suatu produk bersumber pada kebutuhan konsumen. Untuk itu, seorang produsen harus dapat mengantisipasi setiap permintaan tersebut dan mencoba menawarkan barang di luar kebutuhan pokok konsumen (T. Gilarso, 1994:15). dan berusaha memberikan fasilitas yang dirasa dapat membuat konsumen merasa puas. Di sini, persiapan barang/produk menjadi sangat penting untuk menarik konsumen agar mau mengkonsumsi barang yang dihasilkan/dipunyai produsen.

Persiapan barang dagangan mendorong pihak manajemen untuk berusaha menunjukkan secara tepat apa yang menjadi keistimewaan dari barang tersebut yang akhirnya dapat dirumuskan pernyataan tertentu ke dalam usaha penjualan, sehingga dapat membangkitkan reaksi positif terhadap produk dan akan meningkatkan penerimaan penjualan. Tapi persiapan yang bagaimana yang harus dilakukan akan dibahas lebih lanjut.

Keistimewaan produk dapat terletak pada manfaat, sifat-sifat produk (tahan lama, aman, dll), harga yang terjangkau bagi berbagai lapisan masyarakat, mudah didapatkan, dan sebagainya. Di sinilah manajemen harus mencari teknik-teknik dalam meningkatkan usaha mempersiapkan barang dagangannya, sehingga keistimewaan produk dapat terpenuhi.

Tidak lepas dari itu semua, manajemen yang benar-benar berkualitas harus mampu mengenal secara baik sasaran penjualannya, sehingga dia dapat benar-benar menyajikan barang dagangannya sesuai kriteria yang diinginkan konsumen. Makin besar keinginan manajemen mengenal mereka, makin besar pula kemungkinan untuk dapat memenuhi kebutuhan mereka dengan baik, sehingga target penjualan dapat dicapai (Owen Dibbs dan Patricia Pereira, 1979:41). Di samping itu, tenaga penjualan merupakan salah satu ujung tombak suksesnya penjualan suatu produk, yang pada akhirnya meningkatkan profit yang ditetapkan. Karena itu tenaga penjualan harus mempunyai hubungan dengan pelanggan, maupun dengan barang dagangannya. Maksudnya ialah sebelum melakukan penjualan, seorang penjual harus mampu mengenali barang

dagangan dan mampu memberikan pelayanan yang memuaskan. Disinilah peran manajemen berada dalam porsi besar, karena perencanaan untuk mengimplementasikan target penjualan harus benar-benar dipikirkan secara matang, apalagi dalam kondisi pasar yang tak tentu ini; harga-harga yang melonjak tinggi mengakibatkan daya beli konsumen menurun. Konsumen akan membeli suatu barang, jika barang tersebut benar-benar dibutuhkan dan bersifat mendesak, dengan tidak mengesampingkan kriteria-kriteria tertentu barang tersebut.

Pada prinsipnya, manajemen dituntut untuk dapat melakukan apapun agar bisa mempersiapkan barang dagangannya, sehingga mendapat tanggapan positif dari pelanggan ataupun calon pelanggan. Manajemen juga harus mampu mengembangkan segmen pelanggan dan perubahan kondisi dalam persaingan antar badan usaha, sehingga pelayanan dan persiapan barang dagangan tersebut menjadi lebih baik (Fandy Tjiptono,1997:128). Untuk itulah penyaji ingin berusaha mengupas berbagai permasalahan yang terjadi dalam proses mempersiapkan barang untuk dijual.

C. Pembatasan Masalah

Agar lebih memperjelas masalah dan pembahasannya, penyaji memberikan batasan-batasan seperti di bawah ini :

1. Bidang usaha koperasi CARITAS terdiri dari kredit uang, konsumsi dan jasa. Di sini penulis hanya membatasi penelitian pada bidang konsumsi yang

berupa barang kebutuhan sehari-hari, makanan/minuman ringan, dan alat tulis yang ditangani oleh divisi toko.

2. Masalah yang dibahas hanya mengenai kinerja manajemen persiapan barang dagangan dan faktor-faktor pendukungnya yang diukur lewat adanya peningkatan volume penjualan dan kepuasan pelanggan.

D. Rumusan Masalah

1. Apakah langkah persiapan barang dagangan yang dilakukan manajemen selama ini sudah tepat ?
2. Apakah efektivitas manajemen persiapan barang dagangan berpengaruh pada kenaikan tingkat penjualan ?
3. Bagaimana hubungan antara manajemen persiapan barang dagangan dengan tingkat kepuasan pelanggan selama ini ?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kepastian ketepatan dari implementasi langkah-langkah manajemen dalam mempersiapkan barang dagangan, khususnya pada masa sekarang ini.
2. Untuk mengetahui hasil dari langkah-langkah yang diterapkan bagi keberhasilan dalam meningkatkan volume penjualan.
3. Untuk mengetahui hubungan antara manajemen persiapan barang dagangan dengan tingkat kepuasan pelanggan.

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk beberapa pihak antara lain :

1. Bagi koperasi

Hasil penelitian digunakan oleh koperasi untuk menilai ketepatan dan efektivitas kebijakan yang selama ini diambil oleh manajemen, khususnya dalam mempersiapkan barang dagangannya bagi pelanggan maupun calon pelanggan.

2. Bagi Universitas Sanata Dharma

Dengan hasil penelitian ini, Universitas Sanata Dharma dapat memperoleh tambahan pustaka, sehingga dapat dimanfaatkan untuk menambah dan mengembangkan wawasan para pembaca mengenai manajemen persiapan barang dagangan pada koperasi.

3. Bagi peneliti

Penelitian ini merupakan ajang pelatihan untuk melihat langsung kasus ataupun berbagai hal yang terjadi dengan menerapkan teori yang selama ini di peroleh di fakultas ekonomi dan juga melatih kemandirian dan berpikir untuk mencoba ikut memecahkan masalah yang timbul.

G. Sistematika Penulisan

Bab I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi Latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori yang relevan dengan topik/masalah penelitian, yang meliputi koperasi konsumsi dan manajemen koperasi, pengertian dan fungsi manajemen persiapan barang dagangan, kriteria sebagai perantara penjualan, penggolongan barang konsumsi dilihat dari cara barang diperoleh, kriteria barang yang sesuai dengan keinginan pelanggan, dan strategi yang harus diperhatikan manajemen, konsep penjualan, dan kepuasan pelanggan.

Bab III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, subyek penelitian, obyek penelitian, data yang diperlukan, teknik pengumpulan data, variabel, populasi dan sampel, dan teknik analisis data.

Bab IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini berisi tentang sejarah pendirian koperasi pegawai UAJY yang meliputi sejarah pendirian DSP sebelum menjadi koperasi pegawai dan masa peralihan DSP menjadi koperasi pegawai, tujuan, bidang usaha, keuangan dan permodalan, keanggotaan koperasi Caritas, prospek dan persaingan, struktur organisasi koperasi Caritas UAJY, dan struktur organisasi toko Caritas.

Bab V : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang analisis data yang diperoleh berdasarkan teori-teori yang telah diambil dari sumber pustaka, analisis ketepatan persiapan barang dagangan, analisis pengaruh efektivitas manajemen persiapan barang dagangan terhadap tingkat penjualan, dan analisis hubungan manajemen persiapan barang dagangan dan kepuasan pelanggan.

Bab VI : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Koperasi Konsumsi dan Manajemen Koperasi

Koperasi-koperasi fungsional tumbuh dan berkembang dengan tendensi selalu maju, namun koperasi sifatnya tertutup dalam arti hanya berkisar pada dirinya sendiri dan anggota-anggotanya. Hal ini disebabkan berbagai keadaan, misalnya organisasi yang disusun berdasarkan lingkungan tertentu (kantor, kesatuan, pedesaan, dll) dan keanggotaannya terbatas. Tetapi untuk sekarang ini, koperasi dituntut untuk semakin mengembangkan diri dengan mengambil langkah-langkah yang lebih maju lagi menuju kepada koperasi yang lebih terbuka dan berperan dalam kehidupan ekonomi.

Pengembangan koperasi dalam berbagai bidang usaha, seperti koperasi kredit, konsumsi, dan produksi harus benar-benar dipikirkan. Dalam hal ini yang akan kita bicarakan adalah koperasi konsumsi.

Pengertian koperasi konsumsi adalah koperasi yang bergerak dalam bidang usaha penjualan barang-barang konsumsi. Jadi, koperasi hanya sekedar menjual barang yang diperoleh dari produsen atau pedagang besar. Maka, karena hanya sekedar menjual, koperasi perlu untuk mengembangkan langkah yang lebih maju agar bisa bertahan, untuk itu sifat tertutup harus diubah menjadi terbuka. Maksudnya, koperasi berusaha menyelenggarakan toko konsumsi yang melayani masyarakat secara terbuka. Penjualan kepada bukan anggota akan memperbesar nilai penjualan dan menambah keuntungan. Toko-

toko koperasi konsumsi tidak mungkin hanya mempunyai semboyan “harga lebih murah”, tetapi harus dengan daya tarik yang lain yang diperlukan oleh konsumen. Sekarang ini barang-barang dengan kualitas terjamin dan garansi/jaminan dana kembali bagi pembeli cukup mempunyai daya tarik. Disamping itu pelayanan dan suasana yang menyenangkan bagi pembeli dan keluarganya merupakan tambahan daya tarik yang harus dikembangkan. Langkah pengembangan ini dalam koperasi konsumsi menjadi sangat penting, karena di sini dituntut kerja sama yang satu dengan yang lain. Kerja sama itulah yang akan diterapkan dalam manajemen koperasi.

Manajemen adalah proses yang dilakukan oleh satu atau lebih individu untuk mengkoordinasikan berbagai aktivitas lain untuk mencapai hasil-hasil yang tidak bisa dicapai apabila satu individu bertindak sendiri. Manajemen koperasi pada dasarnya mempunyai arti dan fungsi yang sama dengan manajemen perusahaan, cuma penerapan di sini terletak pada koperasi. Manajemen koperasi mempunyai 4 unsur pokok, yaitu :

1. Rapat anggota : kekuasaan/kedudukan tertinggi dalam koperasi
2. Pengurus : bertanggung jawab pada rapat anggota atas semua kegiatan dan kebijaksanaan yang dijalankan
3. Manajer : diangkat oleh pengurus yang harus melaksanakan kegiatan sehari-hari dan bertanggung jawab langsung akan beresnya dan kelancaran jalannya koperasi

4. Badan pemeriksa : melakukan pengawasan atas kerja pengurus dan manajer yang bertanggung jawab pada rapat anggota.

Agar dapat bekerja dengan baik pengelolaan koperasi ditangani oleh manajer. Manajer ini akan berusaha menerapkan pengelolaan usaha ekonomi modern pada usaha koperasi. Karena itu manajer harus bekerja dengan perencanaan yang benar-benar matang. Karena keberhasilan manajemen koperasi akan dilihat dari kejelasan konsep, tujuan, sasaran yang harus dicapai sampai waktu tertentu, perencanaan, dan bagaimana kebijaksanaan harus diletakkan sebagai dasar prosedur kerja yang harus dirumuskan dengan jelas.

Dalam masyarakat modern dewasa ini manajemen semakin menjadi penting. Dalam manajemen semakin dituntut kerja yang rasional, efektif, dan efisien. Hal ini menimbulkan adanya berbagai jenis spesialisasi :

- a. Yang terjadi dalam usaha pelayanan kepada masyarakat, hal ini mengharuskan pengkoordinasian para spesialis ke arah pencapaian tujuan perusahaan
- b. Yang terjadi di antara usaha dan kegiatan dalam masyarakat (spesialisasi usaha atau kegiatan pada bidang tertentu), maka dituntut kemampuan untuk berkompetisi dalam menghasilkan/menyiapkan jasa atau barang yang lebih baik/tepat, cepat, dan murah; sehingga hasil usahanya dapat diterima di masyarakat.

Di sini yang akan kita bahas adalah spesialisasi yang kedua. Manajemen mempunyai spesialisasi dalam kegiatan persiapan barang

dagangannya dan berusaha memberikan pelayanan yang baik lewat barang dagangannya, dalam hal ini banyak berkaitan dengan kegiatan penjualan.

B. Pengertian dan Fungsi Manajemen Persiapan Barang Dagangan

1. Pengertian manajemen persiapan barang dagangan

Barang dagangan adalah barang yang dijual atau ditawarkan kepada pelanggan maupun calon pelanggan. Dari pengertian tersebut dapat dicari pengertian manajemen persiapan barang dagangan; yaitu proses perencanaan, pengkoordinasian, pengarahan, pengendalian, dan implementasi dalam berbagai kegiatan manajemen dalam mempersiapkan barang dagangan demi tujuan organisasi dan kepuasan pelanggan. Dalam hal ini orientasi utamanya ditujukan pada persiapan barang dagangan demi pencapaian tujuan penjualan dan kepuasan pelanggan.

Manajemen Persiapan barang dagangan yang tepat harus mampu menerapkan strategi penjualan dengan mengidentifikasikan pelanggan sebagai dasar pengorganisasian dan mampu menjaga mutu produknya sesuai kriteria pelanggan (Gibson, Donelly, dan Ivancevich, 1996:4 dan 248),

2. Fungsi manajemen persiapan barang dagangan

Dewasa ini tingkat persaingan sudah luar biasa. Konsumen semakin leluasa untuk memilih barang yang ingin dibelinya di toko mana saja. Disinilah fungsi manajemen persiapan barang dagangan kelihatan karena manajemen berfungsi meningkatkan pelayanan bagi kepuasan pelanggan. Di sini pelayanan berarti mengantisipasi seluruh harapan konsumen. Jadi hakikat

pelayanan dimulai jauh pada saat peningkatan kualitas barang dagangan, misalnya bentuk barang yang utuh/tidak cacat, tidak kadaluwarsa, bersih, dan sebagainya (Sonni, 1998:121).

Bagi koperasi yang merupakan badan usaha dengan orientasi tidak mencari keuntungan dan lebih mementingkan pelayanan, fungsi manajemen persiapan barang dagangan menjadi sangat penting. Fungsi ini pada prinsipnya sama dengan badan usaha lain (*profit oriented*), yaitu menyediakan barang-barang kebutuhan sehari-hari yang bermutu dan memuaskan pelanggan (Anoraga dan Widiyanti, 1995 :75).

Di samping fungsi pelayanan, manajemen persiapan barang dagangan juga mempunyai fungsi lain, yaitu fungsi pengemasan. Selama ini pengemasan didefinisikan sebagai desain dan pembuatan untuk barang eceran dan hanya diterapkan pada produk industrial. Padahal lingkup pengemasan lebih jauh dari itu. Pengemasan bisa diterapkan pada produk konsumsi dan mencakup keseluruhan konsep, termasuk kemasan langsung, bagian luar, pembungkus, dan lain-lainnya yang berperan dalam pemasaran dan pemajangan. Fungsi pelayanan dan pengemasan akan kita bahas secara lengkap satu per satu.

2.1 Fungsi Pelayanan

Fungsi pelayanan pada dasarnya terletak pada bagaimana usaha manajemen dalam memahami kebutuhan yang diharapkan oleh pelanggan sehingga dapat terpenuhi .

Pelayanan biasanya meliputi tugas dalam :

1. Menangani permintaan keterangan yang disampaikan pelanggan.
2. Memenuhi kebutuhan pelanggan dan menjamin bahwa pelanggan memperoleh apa yang diinginkan.

2.2 Fungsi pengemasan

Fungsi pengemasan dalam manajemen persiapan barang dagangan akan dapat dilakukan semaksimal mungkin jika menampilkan sejumlah fungsi vital, yaitu :

- melindungi produk dan menjaganya tetap dalam kondisi yang baik.
- mudah didistribusikan secara ekonomis.
- efektif biayanya.
- menjual barang tersebut.

Fungsi ini harus diperhatikan dan diingat baik-baik oleh manajemen persiapan barang dagangan karena pengemasan merupakan produk yang kompleks yang telah menjadi satu bagian penting dari promosi produk apa saja dan tidak bisa dipisahkan dari penjualan. Pada pola perdagangan modern, khususnya metode penjualan swalayan; jumlah produk yang dapat menjual sendiri diharapkan akan meningkat, untuk itu penjualan maksimum tidak akan tercapai apabila produk tersebut tidak terlihat oleh pembeli akhir dalam kondisi yang sebaik mungkin. Pada toko yang mengembangkan metode penjualan swalayan modern, perlu dikembangkan konsep kemasan karena konsep kemasan akan mengurangi biaya distribusi eceran.

Pengemasan menghubungkan antara dukungan promosi yang diberikan oleh manufaktur, ruang rak yang ditata, dan kebutuhan serta keinginan pembeli akhir yang termasuk dalam tugas pemasaran. Hubungan ini dapat dibagi dalam beberapa bagian :

- Perencanaan pemasaran : semua strategi penjualan dan tempat kemasan dalam proses penjualan.
- Pemajangan : operasi yang mencakup penyampaian produk ke tempat penjualan dengan aman dan berakhir dengan penjualan produk tersebut
- Sikap pelanggan : sikap yang membawa pengaruh atas arah tindakan yang diambil.
- Daya tarik kemasan pada pelanggan : keistimewaan yang ada pada kemasan yang akhirnya membuat barang dapat terjual.

Di sini yang akan kita penulis bahas lebih lanjut adalah hubungan pada bagian pemajangan dan sikap pelanggan:

a. Pemajangan

Koperasi sebagai perantara tidak melaksanakan fungsi pemajangan secara keseluruhan, tetapi pemajangan yang dilakukan koperasi hanya mencakup strategi dan letak produk sehingga dapat menarik minat konsumen (metode pemajangan) dan penyampaian produk tersebut ke tangan konsumen. Metode pemajangan ini menyangkut setiap bagian dari kemasan yang ada pada produk. Sebelum setiap kemasan dapat menampilkan fungsi penjualannya, kemasan harus dijamin agar

mendapatkan ruang pajang di etalase toko/di atas rak; ini berarti bahwa barang dan kemasannya harus menarik konsumen untuk membeli. Hal ini juga memberikan jaminan bahwa barang tersebut akan dapat dilihat dan dikenal oleh pelanggan. Di sini peran manajemen persiapan barang dagangan menjadi kunci utama, yaitu berusaha menempatkan barang dalam jarak pandang pelanggan dan memajang barang sebanyak mungkin (barang yang variatif). Metode pemajangan yang dilakukan manajemen adalah sebagai berikut:

1. Kemasan yang dijual di rak atau di etalase harus diatur sedemikian rupa sehingga seluruhnya tidak menjadi suatu massa warna yang berbeda jenis; setiap unit jangan sampai kehilangan identitasnya.
2. Mayoritas kemasan dipajang di atas rak toko dan kemasan tersebut harus mudah disusun sehingga dapat memanfaatkan ruang rak sebaik-baiknya.
3. Kemasan ditempatkan dengan tepat; sehingga bagian depan kemasan yang digunakan untuk menjual menghadap ke depan. Kemasan harus diidentifikasi dari setiap sudut, setidaknya nama barang harus ada pada tiap bagian depan.
4. Penempatan secara vertikal memungkinkan banyak barang dapat ditempatkan di sepanjang rak daripada kemasan yang diletakkan secara horisontal.

5. Kemasan yang dipajang di ujung sebaiknya mendapat perhatian khusus.
6. Kemasan yang dipajang harus terlihat dengan jelas dan berada di tempat yang terang.

b. Sikap pelanggan

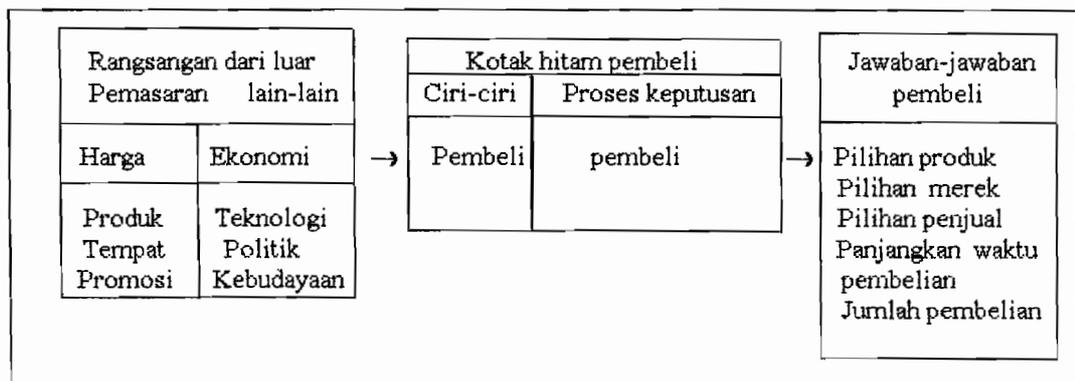
Sikap pelanggan merupakan sikap yang membawa pengaruh atas arah tindakan yang diambil pelanggan. Hal ini juga menyangkut soal pola perilaku pelanggan dalam membeli. Pelanggan merupakan tujuan utama perusahaan dalam menjual produknya karena merekalah yang akan menentukan berhasil tidaknya suatu usaha yang telah dilaksanakan setelah berlangsung sekian lama. Pelanggan di sini diartikan sebagai (Philip Kotler, 1984):

Individu-individu dan rumah tangga yang membeli produk dan jasa untuk konsumsi pribadi dan bukan untuk dijual kembali.

Maka diperlukan konsep penuntun agar pelanggan atau konsumen sebagai pembeli akhir merasa mendapat pelayanan yang baik dan kepuasan yang optimal (harapan kenyamanan saat berbelanja).

Pelanggan menentukan nilai dari suatu produk sesuai dengan kapasitas produk itu untuk memuaskan keinginannya. Para pelanggan dianggap memiliki satuan ukuran tentang kemanfaatan, sehingga dapat menentukan suatu angka yang dapat diukur untuk setiap produk atau setiap himpunan produk yang terikat menjadi satu. Produk yang

akan dibeli diharapkan mempunyai kegunaan maksimum bagi pelanggan. Maka agar dapat memenuhi harapan para pelanggan melalui sikap dan perilaku membeli, manajemen perlu mempertimbangkan banyak hal; diantaranya tipe pelanggan menurut usia, pendapatan, tingkat pendidikan, tempat, dan selera. Untuk lebih jelasnya sikap dan perilaku pembeli dapat digambarkan dalam model berikut ini :



Tabel II.1

Kotak hitam : bagaimana rangsangan itu diproses, tak dapat dipahami dengan jelas, masih gelap.

b.1. Faktor-faktor utama yang mempengaruhi tindakan yang akan diambil oleh pelanggan :

1. Kebudayaan

merupakan faktor yang paling mendasar karena perilaku seseorang dipelajari dari seperangkat nilai dasar, persepsi, preferensi dan perilaku

melalui sebuah proses sosialisasi yang melibatkan keluarga dan lembaga penting lainnya, serta kebangsaan, agama, ras, dan latar belakang geografis.

2. Sosial, meliputi :

Kelompok referensi keluarga : kelompok-kelompok yang memberikan pengaruh langsung/tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang, yang terdiri dari kelompok primer (informal: tetangga, keluarga) dan kelompok sekunder (formal: organisasi keagamaan, serikat buruh).

Peranan dan Status : kedudukan seseorang dalam tiap kelompok (misalnya : orang tua, anak, manajer).

3. Pribadi, meliputi :

Usia dan daur hidupnya, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup, kepribadian, dan konsep diri.

4. Psikologis, meliputi :

Motivasi : keinginan dan dorongan ke bagian bawah sadar dalam proses menjadi dewasa dan menerima aturan sosial di sekitarnya (misalnya : motivasi untuk mengembangkan hobi/peningkatan karir)

Persepsi : proses seorang individu memilih, mengorganisasi, dan menafsirkan masukan-masukan informasi untuk menciptakan sebuah gambar yang bermakna tentang dunia.

Belajar : menggambarkan perubahan dalam perilaku seseorang yang bersumber dengan dasar pengalaman.

Kepercayaan : suatu gagasan deskriptif yang dianut oleh seseorang tentang sesuatu berlandaskan pada pengetahuan dan opini (mengandung unsur perasaan).

Sikap : Penilaian kognitif yang baik maupun tidak baik, perasaan-perasaan emosional dan kecenderungan berbuat yang bertahan selama waktu tertentu terhadap beberapa obyek /gagasan (sikap ini menempatkan pelanggan dalam kerangka berfikir, menyukai atau tidak menyukai suatu produk, menghampiri atau menjauhinya).

b.2. Proses keputusan membeli

Bagi beberapa produk, identifikasi pembeli dapat mudah diterapkan. Karena itu untuk identifikasi secara umum dapat dibedakan beberapa peranan yang melibatkan beberapa orang dalam pengambilan keputusan:

1. Pengambil inisiatif (*initiator*) : orang yang pertama-tama menyarankan atau memikirkan gagasan membeli produk.
2. Orang yang mempengaruhi (*influencer*) : seseorang yang memberi nasehat atau pandangan untuk diperhitungkan dalam membuat keputusan akhir.
3. Pembuat keputusan (*decider*) : penentu sebagian besar/keseluruhan keputusan membeli (apa, bagaimana, dimana, jadi/tidaknya membeli).
4. Pembeli (*buyer*) : seseorang yang melakukan pembelian sebenarnya.
5. Pemakai (*user*) : seseorang atau beberapa orang yang menikmati atau memakai produk.

b.3. Tipe- tipe perilaku membeli :

1. Perilaku membeli yang kompleks, bila para konsumen semakin terlibat dalam kegiatan membeli dan menyadari perbedaan penting di antara beberapa merek produk yang ada.
2. Perilaku membeli yang berusaha mengurangi ketidakcocokan : para konsumen akan berusaha memilih-milih sambil mempelajari apa yang tersedia, tetapi dia akan cepat membeli karena perbedaan merek tidak ditekankan.
3. Perilaku membeli dalam usaha mencari keragaman : keadaan ini didorong karena rasa bosan dengan merek yang biasa dibeli konsumen tersebut ataupun karena ada keinginan mencoba-coba, bukan karena ketidakpuasan.
4. Perilaku membeli yang berdasarkan kebiasaan : para konsumen berfungsi sebagai penerima informasi yang pasif. Para konsumen tidak membentuk sikap karena keputusan membelinya hanya berdasarkan kebiasaan (sudah lama mengenal merek tersebut). pembelian tersebut bahkan tidak disertai penilaian atas produk yang dibelinya.

C. Kriteria Menjadi Perantara Penjualan

Koperasi konsumsi berfungsi sebagai perantara penjualan, karena di sini koperasi hanya menjualkan barang yang diperoleh dari produsen. Koperasi hanya sekedar sebagai perantara penjualan saja, jadi bukan merupakan bagian organisasi perusahaan yang memproduksi barang. Bagi

Koperasi yang menjadi perantara yang akan menjual barang dari produsen, perlu dipertimbangkan kriteria untuk menjadi perantara, yaitu :

1. Hubungan dengan produsen

Para perantara, baik pedagang besar maupun pengecer yang berfungsi sebagai perantara harus mempertimbangkan reputasi produsen, kemungkinan mendapat hak penjualan, kemungkinan penyediaan yang cukup, dan sifat serta jumlah promosi yang diberikan oleh produsen.

2. Kebijaksanaan dan praktek penjualan di toko

Seperti jenis usaha penjualan seperti apa yang diperlukan untuk barang-barang baru. Dalam hal ini, perantara juga harus mempertimbangkan apakah barang-barang baru tersebut sesuai dengan usaha penjualan kredit, pengiriman barang ke tempat pembeli, serta pelayanan teknis lainnya. Toko-toko yang melaksanakan kebijaksanaan serta praktek pelayanan sendiri (*self service*) biasanya tidak ingin menambah barang yang memerlukan demonstrasi dan *personal selling* yang luas.

D. Penggolongan Barang Konsumsi Dilihat dari Cara Barang Diperoleh

Sebelum menggolongkan jenis barang menurut cara perolehannya, kita perlu mengetahui definisi produk atau barang. Menurut Basu Swastha (1984:94) :

Produk atau barang adalah suatu sifat yang kompleks, baik dapat diraba maupun tidak dapat diraba, termasuk bungkus, warna, harga, prestise perusahaan dan pengecer, serta pelayanan perusahaan dan pengecer yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginannya/kebutuhannya.

Berdasarkan pengertian di atas, maka barang konsumsi merupakan barang yang dikonsumsi oleh pelanggan untuk memenuhi kebutuhan. Pembelian barang konsumsi ini didasarkan atas kebiasaan membeli dari konsumen akhir untuk dipakai sendiri. Dalam hal ini, barang konsumsi digolongkan menjadi tiga dilihat dari segi cara perolehannya, yaitu :

1. Barang konvenien

adalah barang yang mudah dipakai, membelinya dapat di sembarang tempat dan setiap waktu (misalnya : rokok, sabun, dan sebagainya).

2. Barang shopping

adalah barang yang harus dibeli dengan mencari dahulu dan di dalam membelinya harus dipertimbangkan masak-masak (misalnya: membandingkan mutu, harga, kemasan untuk barang seperti tekstil, perabot rumah tangga, dan sebagainya).

3. Barang spesial

adalah barang yang mempunyai ciri khas dan hanya dibeli di tempat tertentu saja (pembeli yang ingin memperolehnya harus mengeluarkan pengorbanan istimewa). Misalnya : barang antik di toko seni tertentu, pakaian wanita di butik, dan sebagainya.

E. Kriteria barang yang sesuai dengan keinginan pelanggan

1. Menurut Owen Dibbs dan Patricia Pereira :

- Barang tahan lama (durable goods)

merupakan barang yang biasanya bisa bertahan lama dengan banyak pemakaian (umur ekonomis untuk pemakaian normal adalah 1 tahun/lebih)

- Barang tidak tahan lama dengan menggunakan label kadaluwarsa
- Barang mudah diperoleh dan pada waktu yang tepat
- Adanya fasilitas kredit (pembayaran kemudian).

2. Menurut Fandy Tjiptono

- Adanya merek

Merek dapat berupa nama, istilah, tanda, simbol/lambang, desain, warna, gerak atau kombinasi atribut-atribut produk lainnya. Dengan adanya merek barang diharapkan dapat memberikan identitas dan diferensiasi terhadap barang dari produk pesaing.

- Kemasan yang baik

Kemasan yang baik diharapkan berfungsi sebagai pelindung isi, memberikan kemudahan dalam penggunaan, bermanfaat dalam pemakaian ulang, memberi daya tarik, identitas, dan informasi bagi pelanggan.

- Adanya jaminan/garansi

Adanya jaminan/garansi meliputi kualitas produk, pelayanan reparasi, dan sebagainya. memberikan keunggulan tersendiri bagi barang yang dijual, diluar keunggulan fisik dari barang tersebut.

F. Strategi yang harus diperhatikan oleh Manajemen

Menurut Fandy Tjiptono :

- Strategi positioning produk

menempatkan/memposisikan barang/produk, sehingga barang tersebut terpisah/berbeda dengan merek-merek yang lain (rapi dan tidak tercampur aduk).

- Strategi repositioning produk

meningkatkan kelangsungan hidup barang dan untuk mengoreksi kesalahan penentuan posisi sebelumnya, sehingga manfaat barang baru dapat disajikan/diperkenalkan, dengan harapan orang menyukainya.

- Strategi lingkup produk

mengantisipasi risiko keusangan potensial suatu barang tunggal dengan menambah beberapa barang lain (strategi multi produk).

- Strategi desain produk

menyesuaikan kesediaan barang dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

- Strategi produk baru

memenuhi kebutuhan baru dan mempertahankan tingkat pembelian (pelanggan tidak cepat bosan dan ada variasi barang).

G. Konsep Penjualan

Pada prinsipnya semua kebijakan yang dilakukan manajemen adalah demi peningkatan penjualan, yang pada akhirnya adalah pencapaian profit marginal. Untuk itu lebih dulu harus dipahami mengenai konsep penjualan.

Konsep penjualan sendiri menurut Philip Kotler (1989:28) :

Berpendapat bahwa para konsumen, jika di biarkan sendiri, biasanya tidak akan membeli produk-produk dari organisasi tersebut. Oleh karena itu organisasi harus melakukan kegiatan penjualan yang agresif dan usaha promosi yang gencar.



Dengan memahami konsep penjualan di atas maka yang perlu dilakukan manajemen persiapan barang dagangan sebelum melakukan penjualan menurut Michael T. Wilson, yaitu :

- a. Apa yang hendak dijual ?
- b. Kepada siapa ?
- c. Dengan harga berapa ?
- d. Dengan cara bagaimana ?
- e. Dengan rasio efektivitas biaya yang bagaimana ?

H. Kepuasan Pelanggan

Pada hakikatnya tujuan bisnis adalah untuk menciptakan dan mempertahankan para pelanggan. Semua kinerja manajemen diarahkan pada satu tujuan utama, yaitu terciptanya kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan sendiri menurut para pakar (dalam Tse dan Wilton, 1998, 204) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah :

Respons pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Atau menurut Wilkie (1990:622) mendefinisikan sebagai :

Suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.

Sedangkan Kotler menyatakan :

Tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya

Pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan sama, yaitu bahwa kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Kunci untuk membentuk fokus pada pelanggan adalah menempatkan para karyawan untuk berhubungan dengan pelanggan dan memberdayakan mereka untuk mengambil tindakan yang diperlukan dalam rangka memuaskan para pelanggan (interaksi antara karyawan dan pelanggan). Pertimbangan yang harus diperhatikan dalam pengukuran kepuasan pelanggan adalah :

1. Frekuensi

Setiap perusahaan perlu melakukan survei formal mengenai kepuasan pelanggannya paling sedikit setiap 60 sampai 90 hari sekali dan diadakan survei informal paling sedikit setiap bulan sekali.

2. Format

Sebaiknya yang melakukan survei formal adalah pihak ketiga di luar perusahaan dan hasilnya harus disampaikan pada semua pihak dalam organisasi (baik keluhan ataupun masukan).

3. Melibatkan setiap orang

Focus group informal harus melibatkan semua fungsi dan level dalam organisasi (semua fungsi/level, dari karyawan *front-line* sampai manajemen puncak).

4. Penggunaan ukuran secara simbolik

Ukuran kepuasan pelanggan yang digunakan perlu dipasang dan ditempatkan di setiap bagian organisasi.

5. Bentuk pengukuran lainnya

Setiap dekripsi kerja harus mencakup pula deskripsi kualitatif mengenai hubungan karyawan yang bersangkutan dengan pelanggan, dan setiap evaluasi kinerja harus mencakup penilaian terhadap sejauh mana seorang karyawan memiliki *customer orientation*.

Kepuasan pelanggan juga mencakup harapan pelanggan untuk memperoleh kepuasan dalam membeli saat barang dibutuhkan. Karena itu pihak penjual harus selalu melakukan pengecekan sesering mungkin, minimal sebelum transaksi pembelian diadakan (pada waktu penyiapan barang dagangan untuk dijual). Pengecekan tersebut meliputi :

1. Pengecekan mengenai daftar harga barang, sehingga tugas penjual lebih efisien dan cepat (pembeli tidak harus selalu menanyakan harga setiap membeli sesuatu, tidak adanya pemborosan waktu).
2. Pengecekan mengenai tanggal kadaluwarsa (jangka waktu pemakaian barang), diharapkan tidak ada kasus-kasus yang akan merugikan diri pelanggan dan nama baik perusahaan karena adanya barang yang melewati batas pemakaian.

3. Pengecekan mengenai kerapian dan penyusunan barang, sehingga jangan sampai toko sudah dibuka tetapi ada barang-barang yang tersusun tidak rapi (acak-acakan), karena transaksi hari yang lalu.
4. Pengecekan mengenai kebersihan barang-barang, sehingga jangan sampai pelanggan mendapati barang dalam keadaan kotor dan tidak terawat (karena mungkin saja barang tersebut tidak begitu diminati oleh pelanggan).
5. Pengecekan mengenai keutuhan barang, jika ada barang-barang yang rusak segelnya sebaiknya diganti, sehingga diutamakan bahwa barang/kemasan harus benar-benar dalam keadaan baik dan utuh seperti saat dibeli.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini berupa studi kasus pada suatu badan usaha dengan melakukan penelitian terperinci mengenai suatu obyek tertentu, termasuk lingkungan dengan cukup mendalam dan menyeluruh. Kesimpulan yang didapat hanya berlaku untuk koperasi Caritas UAJY saja.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat

Penelitian dilaksanakan di Koperasi “CARITAS”, Universitas Atmajaya, Yogyakarta.

2. Waktu

Penelitian dilakukan pada bulan Oktober 1999 - November 1999

C. Subyek

1. Pimpinan koperasi/Staf yang ditunjuk
2. Kepala bagian penjualan
3. Staf penjualan pada divisi toko
4. Para pelanggan koperasi “CARITAS”.

D. Obyek

Obyek penelitian adalah kinerja manajemen persiapan barang dagangan pada tahun 1998-1999, keadaan dan penataan barang dagangan yang dijual, dan proses konsumsi yang dilakukan oleh pelanggan.

E. Data yang diperlukan

1. Gambaran Umum Koperasi
2. Data laporan penjualan bulanan
3. Data persediaan barang
4. Data keadaan dan penataan barang

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik mengumpulkan data dengan cara mempelajari dokumen-dokumen dalam hal ini dokumen-dokumen di koperasi CARITAS untuk memecahkan masalah yang sudah ditulis dalam rumusan masalah. Dokumen-dokumen yang diperlukan tersebut sebelumnya dikonfirmasi pada pihak-pihak yang bertugas membuat dokumen tersebut untuk meminta keterangan. Dokumen-dokumen itu adalah dokumen tentang penjualan, persediaan, rekapitulasi transaksi yang terjadi, pembukuan dan daftar barang kemudian dokumen tersebut akan diklasifikasikan berdasarkan waktu terjadinya untuk lebih memudahkan dalam teknik analisisnya.

2. Observasi

Observasi adalah teknik mengumpulkan data dengan cara mengadakan pengamatan secara langsung terhadap kerja karyawan koperasi Caritas dalam mempersiapkan barang dagangan bagi kepuasan pelanggan berdasarkan panduan observasi yang telah dibuat, kemudian akan dibandingkan dengan langkah-langkah manajemen yang ada dalam landasan teori untuk mencari kesamaan dan perbedaannya.

3. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara membuat pertanyaan dengan berbagai alternatif jawaban yang harus dipilih untuk ditunjukkan dan disebarkan pada pelanggan secara tertulis. Pertanyaan akan berkisar seputar bagaimana tanggapan konsumen atas pelayanan terhadap barang dagangan yang dijual oleh koperasi, termasuk tata letak barang yang disusun oleh manajemen. Kuesioner sedapat mungkin dibuat untuk membantu membahas masalah yang dibuat secara jelas mudah agar bisa dipahami oleh pelanggan dari berbagai tipe, sehingga dapat digali informasi yang lebih terperinci dan dapat diandalkan. Kuesioner juga dibuat dengan harapan tidak akan mengganggu pelanggan dan menghemat waktu pengisian.

4. Wawancara

Wawancara adalah teknik mengumpulkan data dengan cara membuat daftar pertanyaan mengenai langkah persiapan barang dagangan (khususnya langkah pengecekan) seperti yang tercantum pada landasan teori yang akan

diuji dengan menggunakan teknik analisis yang sudah dipilih dengan mengajukannya secara langsung (berbicara) kepada staff bagian toko, khususnya bagian penjualan (yang daftarnya dapat dilihat di bagian lampiran).

G. Variabel

- a. Variabel masalah pertama adalah langkah persiapan barang dagangan yang artinya langkah-langkah yang dilakukan dalam mempersiapkan barang dagangan sampai tertata di meja/rak toko. Maksudnya, langkah yang selama ini dilakukan manajemen akan dibandingkan dengan langkah dalam teori yang ada dalam landasan teori. Kemudian dari situ akan didapat hasil berupa persentase kesesuaian/ketepatannya.
- b. Untuk variabel masalah kedua, diketahui bahwa variabel independen (X) adalah langkah persiapan barang dan variabel dependen (Y) adalah penjualan. Langkah ini masih berhubungan dengan hasil pembahasan masalah pertama, sedangkan kenaikan tingkat penjualan berarti naiknya volume penjualan karena diterapkan langkah-langkah persiapan. Dua variabel ini diharapkan mempunyai hubungan searah atau positif (perubahan langkah persiapan barang dagangan akan mempengaruhi volume penjualan). Misalnya variabel X bertambah, maka variabel Y bertambah pula atau sebaliknya. Di sini nanti diharapkan akan diketahui pengaruh antara langkah persiapan barang dagangan terhadap kenaikan/penurunan tingkat penjualan.

Langkah persiapan ini dilihat berdasarkan tingkat kesesuaian langkah dalam praktek dengan teori yang ada.

- c. Variabel untuk masalah ketiga diketahui bahwa variabel independen adalah manajemen persiapan barang dan variabel dependennya adalah kepuasan pelanggan. Arti manajemen persiapan barang dagangan seperti yang dimaksudkan dalam teori, sedangkan kepuasan pelanggan merupakan selisih antara kenikmatan yang diperoleh dan yang diharapkan akan diperoleh. Hubungan ini diartikan bahwa Efektivitas yang dilakukan manajemen dan meningkatnya penjualan di koperasi juga akan memenuhi kepuasan yang diharapkan akan diterima pelanggan (karena kemungkinan tingkat penjualan yang tinggi tidak termasuk dengan tingkat kepuasan yang maksimal). Disinilah akan dilihat bagaimana efektivitas manajemen mampu mencakup keduanya.

H. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Yang menjadi populasi adalah para pelanggan koperasi CARITAS Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang terdiri dari karyawan dan mahasiswa Universitas Atmajaya.

2. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel merupakan bagian kecil dari suatu populasi. Maka, untuk menentukan teknik pengambilan sampel digunakan pengambilan sampel non-probabilitas/non-acak. Dengan cara ini semua elemen populasi belum tentu memiliki peluang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel karena

pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Caranya dengan menggunakan Convenience sampling (cara gampang), dimana peneliti memiliki kebebasan untuk memilih siapa saja yang mereka temui.

I. Teknik Analisis Data

Langkah-langkah analisis data untuk memecahkan masalah :

1. Untuk menjawab masalah pertama :

a. Analisis deskriptif

Mendeskripsikan dan menilai langkah persiapan barang dagangan yang dilakukan koperasi dengan mengacu pada teori langkah penyusunan barang dagangan.

b. Aspek penilaian itu meliputi :

Langkah (Praktek)	Langkah (Teori)	Skor kesesuaian
a. Pengecekan	a. Pengecekan barang :	
	- Dicantumkan Label harga	1 - 5
	- Seringnya barang dibersihkan	1 - 5
	- Barang terlihat utuh	1 - 5
	- Penyusunan barang	1 - 5
	- Dicantumkan tanda kadaluwarsa	1 - 5
b. Pemajangan :	b. Pemajangan :	
	- Merk barang diletakkan menghadap depan	1 - 5
	- Pemanfaatan rak disesuaikan dengan barang	1 - 5
	- Pengelompokkan barang-barang sejenis	1 - 5
	- Penghematan ruang rak secara vertikal	1 - 5
	- Diperhatikannya lampu untuk memudahkan melihat barang	1 - 5
	- Lampu yang tidak akan mempengaruhi warna kemas	1 - 5
		Jumlah : ... %

Tabel III.1
Aspek Penilaian Langkah Persiapan Barang

5 : sangat sesuai

4 : sesuai

3 : cukup sesuai

2 : kurang sesuai

1 : Sangat kurang sesuai

c. Dihitung skor totalnya, kemudian dibuat range. Dengan kriteria hasil sebagai berikut :

> 4 - 5 : Sangat tepat > 2 - 3 : kurang tepat

> 3 - 4 : Tepat > 1 - 2 : Tidak tepat

d. Analisis itu diterapkan untuk tiga jenis kelompok barang yang berupa kebutuhan sehari-hari, makanan ringan, dan alat tulis.

2. Untuk menjawab masalah kedua dipakai analisis varian (ANOVA). Analisis varian bertujuan mengetahui hubungan total sampel. Maka yang harus dilakukan adalah :

a. Membandingkan rata-rata penjualan selama tahun 1998 (perbulan) antara kelompok barang yang langkah persiapan barang dagangannya sangat tepat, tepat, kurang tepat, dan tidak tepat dengan menggunakan ANOVA. Caranya :

P	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	x
A													
B													
C													

Tabel III.2
Penjualan Perbulan tahun 1998

P : Penjualan A : Kebutuhan sehari-hari B : Makanan ringan
C : Alat tulis 1,2,3,..... : Bulan

Anova

<i>Source of variation</i>	<i>Degrees of freedom</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>Mean Squares</i>	F
<i>Between samples (rata-rata kolom)</i>	c-1	SSC	MSC = SSC/c-1	MSC/MSE
<i>Error</i>	c(r-1)	SSE	MSE = SSE/c(r-1)	
<i>Total</i>	cr-1	SST		

SSE : Jumlah kuadrat kesalahan : $\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n (X_{ij} - X_j)^2$

MSE : *Mean Square Error*

r : Jumlah baris (besar masing-masing sampel)

X : Rata-rata Sampel (kolom)

SST : *Sum of Square Total* : SSC + SSE : *Sum of Square Error*

$$: \frac{SSB}{df} = \frac{\sum_{i=1}^r n_j (X_i - X_j)^2}{r - 1}$$

$$\text{TMS : Total mean square : } \frac{TSS}{df} = \frac{\sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \sum_{k=1}^{n_{ij}} (X_{ijk} - X_j)^2}{n_j - 1}$$

Setelah itu, diuji dengan menggunakan distribusi-F untuk melihat signifikansinya.

Huruf F menggambarkan rasio varians yang menunjukkan hubungan antara dua

$$\text{variens populasi sbb : } F = \frac{n \sigma^2}{\text{rata - rata varians sampel}}$$

Nilai S^2 dapat diperoleh dengan menggunakan rumus $S^2 = \frac{\sum x^2}{n - 1} = s^2 \left(\frac{n}{n - 1} \right)$

$$\text{Sedangkan untuk menghitung rata-rata varians sampel} = \frac{\sum S^2}{k}$$

$$\text{Menghitung rata-rata dari rata-rata sampel } x = \frac{\sum x}{k}$$

$$\text{Menghitung varians dari rata-rata sampel } S^2 = \frac{\sum (x - x)^2}{k - 1}$$

$$\text{Menghitung statistik } F = \frac{n \text{ varians rata - rata sampel}}{\text{rata - rata varians sampel}}$$

Distribusi F ini memiliki derajat bebas pembilang $v_1 = k-1$ dan derajat bebas penyebut $V_2 = k(n-1)$

Bila $F_{hitung} > F_{Tabel}$, maka dapat dikatakan signifikan : minimum satu pasang mean berbeda, hal ini berarti bahwa rata-rata penjualan antara ketiga kelompok barang tidak semua sama dan bila itu terjadi akan dilanjutkan dengan analisis LSD untuk menyimpulkan mana saja yang berbeda.

- c. Mengecek apakah yang penataan barangnya paling tepat, maka rata-rata penjualan barangnya paling tinggi. Maka, kesimpulannya langkah yang paling tepat menghasilkan penjualan paling tinggi, berarti langkah persiapan barang dagangan mempunyai pengaruh pada tingkat penjualan.

3. Untuk menjawab masalah ketiga digunakan model Analisis varians. Langkah-langkahnya :

- a. Menghitung perbedaaan kenyataan yang dialami konsumen dengan harapannya untuk diketahui kepuasannya. Apakah manajemen persiapan barang dagangan yang paling tepat membuat kepuasan konsumen juga tinggi.
- b. Membandingkan kepuasan konsumen masing-masing kelompok barang yang berbeda-beda ketepatannya

Langkah Persiapan Barang	Kepuasan Konsumen		
	Keb. Sehari-hari	Makanan Ringan	Alat Tulis
Pengecekan :			
- Label harga			
- Kebersihan			
- Kerapian penyusunan			
- Tanggal kadaluwarsa			
- Keutuhan kemasan/tidak rusak			
b.Pengemasan : Pemajangan			

Pengelompokan barang yang sejenis			
Pemanfaatan ruang rak dengan baik			
Nama barang diletakkan menghadap ke depan			
Penghematan ruang rak dengan penempatan secara vertikal			
Penyesuaian tata letak lampu dengan barang, sehingga barang terlihat oleh pembeli			

Tabel III. 3
Perbandingan Kepuasan langkah dan ketepatan

Maka, dari langkah persiapan barang dagangan tersebut dapat diambil kesimpulan :

Bila langkah persiapan barang yang sangat tepat menghasilkan kepuasan paling tinggi, berarti antara manajemen persiapan barang dagangan ada hubungan dengan tingkat kepuasan pelanggan.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Pendirian Koperasi Pegawai Universitas Atma Jaya Yogyakarta

a. Sejarah Pendirian Dana Simpan Pinjam (DSP) Universitas Atma Jaya Yogyakarta sebelum menjadi Koperasi Pegawai

Dana Simpan Pinjam (DSP) berdiri sejak 5 Januari 1982, berdasarkan surat keputusan Rektor tanggal 5 Januari 1982, nomor 03/R/Pers/Jan/1/82 dan merupakan usaha bersama antara Yayasan Slamet Rijadi dan Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang berlokasi di kampus II Universitas Atma Jaya di jalan Babarsari 43 Yogyakarta. DSP mempunyai tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pegawai yang menjadi anggotanya, khususnya membantu mereka untuk memenuhi kebutuhan keuangan (meningkatkan pendapatan dalam batas-batas tertentu), serta mengatasi berbagai kesulitan baik pengeluaran yang sifatnya mendadak maupun yang tidak dapat direncanakan terlebih dahulu.

Anggota DSP Universitas Atma Jaya adalah semua pegawai organik (tenaga administrasi dan tenaga pendidikan termasuk tenaga pengajar negeri yang dipekerjakan di Universitas Atma Jaya Yogyakarta). Keanggotaan tersebut dibedakan antara para pegawai yang sudah bekerja dalam dinas tetap yayasan dan pegawai yang bekerja dalam dinas tidak tetap yayasan. Setiap anggota diwajibkan membayar simpanan wajib setiap bulannya. Pada awal pembentukan DSP, setiap anggota diwajibkan membayar simpanan wajib

sebesar Rp 2000,00 per bulan untuk pegawai dinas tetap yayasan dan Rp 1000,00 perbulan untuk anggota dinas tidak tetap yayasan.. Keanggotaan tersebut dimulai sejak pegawai tersebut diangkat sebagai pegawai tidak tetap bagi tenaga administrasi dan pegawai tetap tenaga pengajar.

Perkembangan DSP yang cukup pesat membuat kepengurusan periode II memunculkan gagasan untuk meningkatkan dan memperluas usahanya menjadi sebuah koperasi. Maka dengan surat Rektor nomor 399/In/Pers/UAJY/6/88, tanggal 9 Juni 1989, segera disiapkan anggaran dasar, anggaran rumah tangga, dan susunan pengurus. Kemudian dengan surat nomor 354/pers., tanggal 29 Mei 1990, diajukan proposal koperasi karyawan UAJY dan tanggal 15 Desember 1990 mengundang segenap wakil unit untuk membahas anggaran dasar dan anggaran rumah tangga serta merencanakan nama koperasi dengan maknanya.

b. Masa peralihan DSP menjadi koperasi pegawai Universitas Atma Jaya

Koperasi yang berdiri tanggal 7 pebruari 1991 dengan status berbadan hukum, nomor 1665/BH/XI, pada tanggal 14 oktober 1991 mempunyai nama koperasi "CARITAS" yang didasarkan pada kesepakatan anggotanya. Makna nama tersebut adalah cinta kasih atau hendaknya menjadi anggota koperasi yang didasarkan atas rasa cinta kasih.

Setelah disahkan pada tanggal 14 Oktober 1991. koperasi Caritas mencoba mengawali kegiatannya dengan memenuhi kebutuhan anggotanya. Selain itu koperasi mempunyai rencana kerja antara lain :

1. Membuka toko yang menyediakan 9 bahan pokok.
2. Kredit peralatan elektronik.
3. Memperbesar jumlah nilai pinjaman anggota.

Berdasarkan anggaran dasar bab V pasal 33, dilaksanakan rapat anggota tahunan koperasi Caritas. Anggaran dasar juga menyebutkan bahwa pengurus wajib memberi laporan kepada anggota tentang keadaan serta perkembangan organisasi dan usahanya sekurang-kurangnya satu kali setahun. Rapat tahunan ini juga bertujuan untuk menjalin dialog yang harmonis antara pengurus dengan anggota, sekaligus memberikan masukan-masukan demi perkembangan di masa mendatang. Sedangkan dalam satu tahun diadakan rapat koordinasi pengurus sebanyak 23 kali dan rapat pengurus bersama badan pengawas sebanyak 4 kali.

B. Tujuan

Tujuan koperasi Caritas didasarkan pada tujuan dasar koperasi yang lebih mementingkan kesejahteraan anggotanya. Maka tujuan koperasi Caritas lewat program simpan pinjam yaitu berusaha meningkatkan kesejahteraan para karyawan Universitas Atma Jaya yang menjadi anggotanya, khususnya dalam membantu memenuhi kebutuhan keuangan (meningkatkan pendapatan dalam batas-batas tertentu), serta mengatasi berbagai kesulitan baik pengeluaran yang sifatnya mendadak maupun yang tidak dapat direncanakan terlebih dahulu.

Sedangkan tujuan koperasi Caritas yang lainnya adalah membantu memenuhi kebutuhan barang pokok dan kebutuhan yang lainnya dengan harga yang terjangkau. Bagi karyawan, hal ini sangat membantu karena sistem pembayaran atas pembelian barang-barang dapat lewat sistem kredit (potong gaji).

C. Bidang usaha

Untuk membantu para anggota dan meningkatkan pendapatan dalam batas-batas tertentu, Koperasi Caritas memiliki jenis usaha sebagai berikut :

1. Simpan pinjam

Usaha ini dilaksanakan dengan melanjutkan sistem DSP artinya jumlah pinjaman, bunga pinjaman, dan jumlah angsuran tetap sama dengan DSP hingga Desember, kemudian SHU akan digabungkan dengan modal/tabungan masing-masing.

2. Toko

Usaha membuka toko dilaksanakan seperti rencana kerja semula. Khusus untuk pengembangan toko dalam memenuhi kebutuhan para anggotanya dilakukan dengan menjalin kerjasama dengan sejumlah rekanan untuk mensuplai kebutuhan primer maupun sekunder.

D. Keuangan dan Permodalan Koperasi Caritas

1. Sumber dana atau Modal Koperasi

Sumber dana yang diperoleh adalah pertama kali pada waktu DSP didirikan yang berasal dari simpanan wajib sebesar Rp 2000,00 tiap bulan

untuk pegawai dinas tetap dan Rp 1000,00 perbulan untuk anggota dinas tidak tetap yang pembayarannya dipotong langsung dari gaji tiap bulan. Selain itu ada modal yayasan Slamet Rijadi, dan dana yang diperoleh dari keuntungan-keuntungan yang berupa bunga yang dibayar oleh para peminjam. Berdasarkan rapat anggota tahunan tahun 1997 pembayaran iuran waji ini diubah atas dasar golongan kepangkatan. Bagi anggota berstatus tidak tetap (golongan I, II, III) membayar sebesar Rp 3000,00 perbulan, sedangkan untuk pegawai dinas tetap yayasan untuk golongan I dan II membayar iuran Rp 10.000,00 perbulan dan golongan III dan IV membayar Rp 20.000,00 perbulan yang pembayarannya dipotong langsung dari gaji yang diterima tiap bulan. Kenaikan iuran wajib ini disebabkan belum tercukupinya kebutuhan permohonan oleh peminjam. Untuk itu berdasarkan usulan program kerja tahun 1999 iuran wajib karyawan golongan I dan II menjadi Rp 15.000,00 dan golongan III dan IV sebesar Rp 30.000,00.

2. Keuangan dan Administrasi

Administrasi penyelenggaraan kegiatan koperasi Caritas belum sepenuhnya ditangani oleh pegawai yang ada, tetapi masih didukung oleh pegawai bagian akuntansi dan pengendalian, bagian keuangan, dan bagian kepegawaian BAU. Hal ini disebabkan pegawai yang ada belum siap dengan perangkat untuk penyelenggaraan sendiri. Dana yang tersedia hingga akhir tahun 1998, untuk memenuhi permohonan para peminjam

sebesar 134.400.000, tapi hal ini belum sepenuhnya dapat dipenuhi. Laporan keuangan dibuat setiap tahun dalam laporan pertanggungjawaban pengurus pada rapat anggota tahunan, sehingga anggota dapat melihat keadaan keuangan koperasi sesungguhnya.

E. Keanggotaan Koperasi Caritas

Anggota koperasi Caritas mulai pembentukan sampai 1998 terdiri dari pegawai non kependidikan, baik yang berstatus pegawai tetap maupun tidak tetap dan pegawai kependidikan tetap, termasuk tenaga pengajar negeri dipekerjakan pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Sampai saat ini jumlah anggota koperasi sampai 31 Desember 1999 adalah 531 orang yang terdiri atas 518 orang anggota lama dan 13 orang anggota baru. Peningkatan jumlah anggota ini diharapkan dapat membantu pengembangan koperasi demi kesejahteraan anggotanya.

F. Prospek dan Persaingan

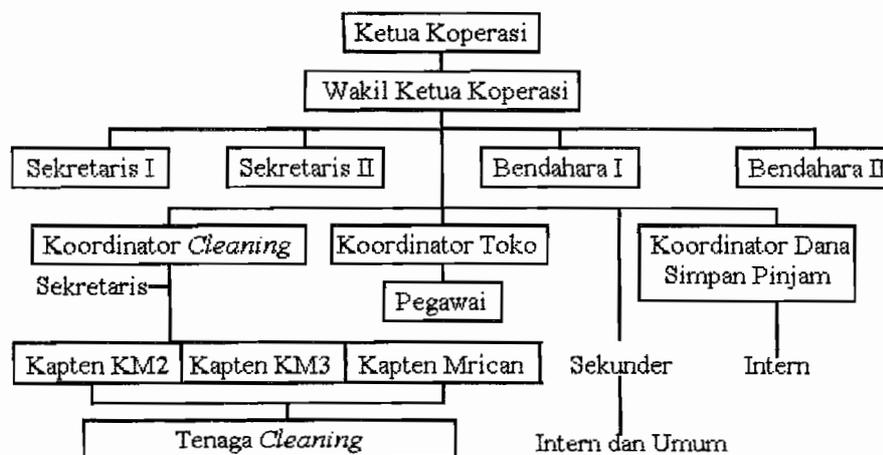
Semakin majunya dunia bisnis tidak membuat koperasi Caritas surut dalam mengembangkan usahanya. Koperasi caritas berusaha untuk tetap bertahan dalam persaingan yang semakin ketat dan bahkan berusaha untuk meningkatkan mutu dan kualitas usahanya, walaupun koperasi Caritas adalah suatu organisasi nirlaba yang mementingkan kesejahteraan anggotanya. Koperasi Caritas yakin bahwa dengan berusaha meningkatkan pelayanan dalam segala bidang akan membuat koperasi ini semakin maju. Dengan semangat ini berbagai langkah ditempuh, yaitu dengan :

1. Mempekerjakan pegawai administrasi toko dengan sistem kontrak, hal ini dilakukan untuk mendukung dan melaksanakan kegiatan koperasi. Para pegawai tersebut terdiri dari penanggung jawab bagian penjualan, pengolah data/administrasi dan keuangan, dan pengadaan/gudang.
2. Meningkatkan ketrampilan karyawan koperasi dengan mengikutsertakan dalam kursus-kursus dalam hal perawatan dan penataan tanaman bagi tenaga *cleaning* dan seminar tentang perkoperasian bagi tenaga administrasi.
3. Memperlancar kegiatan usahanya dengan melengkapi inventaris koperasi Caritas yang berupa : peralatan kantor (komputer, printer,dll), peralatan toko, dan kendaraan bermotor roda dua.

Beberapa pertemuan koordinasi lain guna meningkatkan kinerja masing-masing bidang tugas telah dilakukan pengurus, baik dengan karyawan toko maupun tenaga *cleaning service* dan untuk hal-hal yang sifatnya khusus pengurus juga melakukan dengan para kapten masing-masing kampus. Selain itu, perkembangan dan semakin pesatnya koperasi ini juga tidak lepas dari dukungan pihak Universitas yang telah membantu dalam pengelolaan koperasi. Hal ini dibuktikan dengan bersedianya Rektor UAJY menjadi pelindung dan Pembantu Rektor II menjadi pembina. Di samping itu, penyelenggaraan koperasi masih didukung oleh pegawai UAJY bagian Keuangan, dan Kepegawaian Biro Administrasi Umum, khususnya bidang simpan pinjam. Hal ini disebabkan proses iuran dan penagihan akan lebih efektif dan efisien

bila dijadikan satu dengan sistem penggajian yang ada di lembaga Universitas. Selain dukungan dari pihak Universitas, terdapat dukungan dari para mahasiswa UAJY dengan ikut sertanya mereka dalam menitipkan barang dan ketertarikan mereka untuk mengadakan berbagai penelitian di koperasi. Tempat dan suasana yang nyaman di lantai *basement* dan pola pelayanan secara *self service* juga semakin mendorong minat membeli mahasiswa dan karyawan, sehingga mendorong usaha dari pihak koperasi mengembangkan dan meningkatkan aspek-aspek dan potensi yang ada di koperasi.

G. Struktur Organisasi Koperasi Caritas UAJY



Sumber : Dokumen Koperasi Caritas UAJY tahun 1999, dengan izin

Tugas Ketua Koperasi :

1. Memimpin semua pegawai koperasi dan bertanggung jawab pada Rapat anggota serta permasalahan yang terjadi di koperasi.
2. Mengkoordinir para koordinator untuk bekerja dan menyusun rencana kerja.
3. Memberi keputusan atas penyelesaian masalah yang berkaitan dengan operasional koperasi (yang membutuhkan penanganan mendesak).

4. Bertanggung jawab membuat laporan tentang keadaan serta perkembangan koperasi Caritas.

Tugas Wakil Ketua Koperasi :

1. Membantu menangani masalah yang dihadapi ketua koperasi dan membantu membuat laporan pertanggungjawaban.
2. Membantu mengkoordinir para pegawai koperasi Caritas.

Tugas Sekretaris I :

1. Mewakili dan membantu tugas-tugas ketua.
2. Tugas kesekretariatan dan mencatat kekayaan/sarana yang dimiliki koperasi.
3. Menyusun laporan pertanggungjawaban tiap pengurus untuk rapat anggota tahunan.

Tugas Sekretaris II :

1. Membantu dalam kesekretariatan dan membuat daftar anggota masuk/keluar.
2. Membantu ketua dan pengurus tentang surat-menyurat.

Tugas Bendahara I :

1. Membuat laporan keuangan setiap tahun berdasarkan laporan keuangan bulanan dari pegawai keuangan bagian toko dan DSP.
2. Bertanggung jawab atas penerimaan dan pengeluaran uang koperasi.
3. Mencatat besar kredit yang dimiliki tiap anggota koperasi.

Tugas Bendahara II :

1. Membantu bendahara I membuat laporan keuangan tiap tahunnya.
2. Mencatat iuran dan penagihan dana simpan pinjam dan pengeluarannya.

Tugas Koordinator *Cleaning* :

1. Mengkoordinasi setiap masalah yang dihadapi *cleaning service* dengan pengurus koperasi secara keseluruhan.
2. Pengawasan kegiatan *cleaning* seluruh kampus dan laporan hasil kerja.
3. Peningkatan kesejahteraan pegawai *cleaning service*.
4. Memimpin seluruh kapten dan pegawai pelaksana lapangan.
5. Meningkatkan kemajuan dan pendapatan *cleaning service*.
6. Bertanggung jawab sepenuhnya kepada pengurus koperasi.

Tugas Sekretaris *cleaning* :

1. Menginformasikan masukan kepada/dari kapten lapangan/tenaga *cleaning*.
2. Kesekretariatan dan mencatat serta menginformasikan kebutuhan bahan dan peralatan bulanan.
3. Mencatat kekayaan kerja *cleaning service*, membantu koordinator dan pengurus tentang surat-menyurat, dll.

Tugas Kapten :

1. Mengkoordinir tenaga *cleaning* dan mengontrol kebersihan lapangan.
2. Membuat jadwal kerja dan *general cleaning*.
3. Menjaga kedisiplinan kinerja tenaga *cleaning* (tim).
4. Menjaga kekompakan tenaga *cleaning* secara keseluruhan.
5. Membuat laporan teknis bulanan di lapangan dan keluhan keluhan.
6. Melaporkan evaluasi hasil kerja *cleaning service* (perkampus).

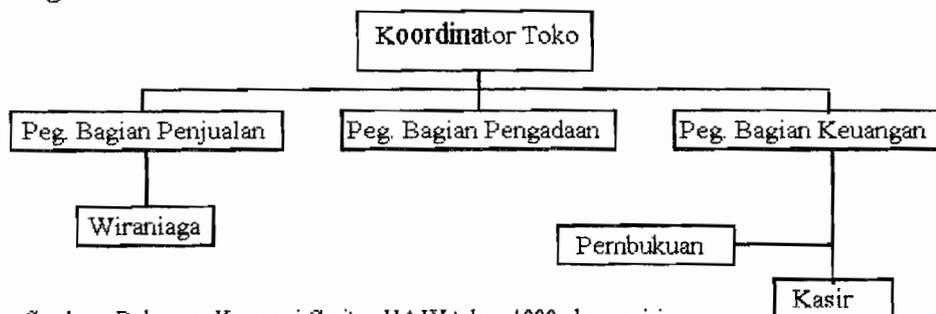
Penawaran kerjasama kebersihan *cleaning service* Caritas :

1. Mempromosikan dan menerima langsung pesanan dari konsumen.
2. Mempersiapkan tenaga ahli untuk melakukan survey.
3. Menerima SPK (surat perintah kerja) dan melaksanakan tugas kebersihan sesuai perjanjian.
4. Melaporkan hasil pekerjaan kebersihan pada konsumen kemudian membuat dan menyerahkan laporan tahunan kepada pengurus koperasi Caritas.

Tugas Koordinator DSP :

1. Memberi keputusan siapa yang berhak menerima dana simpan pinjam.
2. Membuat laporan tentang pengelolaan dana simpan pinjam.

H. Organisasi Toko Caritas



Sumber : Dokumen Koperasi Caritas UAJY tahun 1999, dengan izin

Tugas :

A. Koordinator Toko :

1. Bertanggung jawab kepada ketua koperasi.
2. Bertanggung jawab terhadap seluruh kegiatan toko.
3. Menjalin hubungan dengan pihak luar.

B. Pegawai Bagian penjualan :

1. Bertanggung jawab kepada koordinator toko.

2. Mengatur display barang-barang di tempat yang telah disediakan.
3. Melakukan koordinasi dengan bagian pengadaan.

C. Wiraniaga :

1. Melayani dan memonitor kebutuhan pembeli.

D. Pegawai Bagian pengadaan barang :

1. Bertanggung jawab kepada koordinator toko.
2. Melakukan pembelian barang dan menjalin hubungan dengan supplier.
3. Mengatur persediaan barang di gudang.
4. Melakukan koordinasi dengan bagian penjualan.
5. Menentukan harga jual barang dan memberi label harga.
6. Membuat laporan pembelian barang.

E. Pegawai Bagian Keuangan :

1. Bertanggung jawab kepada koordinator toko.
2. Bertanggung jawab dalam pembuatan laporan keuangan dan pembukuan.
3. Bertanggung jawab dalam penerimaan dan pengeluaran uang.

F. Kasir :

1. Bertanggung jawab kepada kepala bagian keuangan.
2. Menerima uang dari pembeli.
3. Membuat laporan penerimaan uang.

G. Pegawai Bagian pembukuan :

1. Bertanggung jawab pada Kepala bagian keuangan.
2. Mencatat pembelian dan penjualan barang.
3. Membuat laporan Rugi/Laba dan Neraca.



BAB V

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Data

Analisis dari data yang diperoleh merupakan bagian penting dari suatu penelitian, karena dalam bagian ini diungkapkan dan dijelaskan hasil-hasil penelitian dari pembahasan masalah yang ada. Pada bab ini penulis hendak menganalisis data yang diperoleh dari penelitian dengan menggunakan teknik dokumentasi, observasi, kuesioner, dan wawancara. Teknik dokumentasi dan observasi dilakukan oleh penulis sendiri secara langsung, untuk teknik kuesioner, penulis mengambil sebanyak 70 orang responden yang terdiri atas mahasiswa dan karyawan Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang menjadi pelanggan koperasi Caritas. Cara pengambilan sample menggunakan *convenience sampling* (cara gampangan), yaitu memilih pelanggan yang ditemui secara bebas, kemudian penulis mengajukan pertanyaan secara tertulis yang sudah ada beberapa alternatif jawaban sehingga konsumen hanya memilih jawaban yang sudah ada menurut harapan dan sesuai dengan kenyataan yang dihadapi. Daftar pertanyaan dibagikan pada karyawan untuk dipelajari dulu, kemudian seminggu sesudah pembagian diambil untuk dianalisis. Sedangkan untuk mahasiswa diisi saat pembagian (saat itu juga). Pada teknik wawancara, penulis hanya mengajukan pertanyaan langsung mengenai langkah persiapan barang pada bagian pengecekan pada karyawan yang menangani divisi toko koperasi Caritas.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menilai ketepatan implementasi langkah-langkah persiapan barang di koperasi berdasarkan teori yang ada, mengetahui apakah langkah yang diterapkan tersebut berhubungan dengan tingkat penjualan, dan langkah tersebut juga berhubungan dengan tingkat kepuasan pelanggan. Untuk itu, penulis menggunakan teknik analisis berupa analisis deskriptif, analisis varian (ANOVA), dan analisis LSD.

B. Analisis Ketepatan Persiapan Barang Dagangan

Analisis deskriptif berisi deskripsi dan penilaian langkah persiapan barang dagangan yang dilakukan koperasi Caritas dengan mengacu pada teori langkah persiapan barang dagangan yang terdapat pada landasan teori. Analisis ini digunakan untuk menjawab masalah pertama mengenai ketepatan langkah persiapan barang dagangan. Deskripsi langkah dan penilaian tersebut akan menghasilkan skor kesesuaian yang akan ditotal, kemudian hasilnya akan dikelompokkan dalam kriteria yang ada pada penjelasan teknik analisis yang terdapat pada bab III. Kriteria tersebut dihitung dengan menggunakan persentase yang penjelasannya sebagai berikut :

> 4 - 5 : Sangat tepat, untuk total persentase antara > 80 % - 100 %

> 3 - 4 : Tepat, untuk total persentase antara > 60 % - 80 %

> 2 - 3 : Kurang tepat, untuk total persentase antara > 40 % - 60 %

> 1 - 2 : Tidak tepat, untuk total persentase antara > 20 % - 40 %

Persentase dihitung dari : $\frac{T}{Ts} \times 100\%$, maksudnya T adalah total skor yang diperoleh berdasarkan hasil observasi yang didapat dan Ts adalah total skor sesungguhnya yang seharusnya diperoleh yaitu 55. Skor sesungguhnya ini dibuat oleh penulis berdasarkan kriteria pada teknik analisis bahwa skor maksimal 5 (sangat sesuai) dikalikan jumlah pertanyaan (11 pertanyaan). Jika jawaban yang dipilih sesuai dengan teori yang ada maka hasil tersebut mempunyai skor maksimal. Hasil dari perhitungan tersebut nantinya akan dikategorikan dalam kriteria ketepatan yang sudah dibuat.

Deskripsi dan penilaian langkah persiapan barang dagangan ini dibedakan dalam tiga jenis kelompok barang berupa kebutuhan sehari-hari, makanan ringan, dan alat tulis.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat di bawah ini :

KEBUTUHAN SEHARI-HARI		
Langkah dalam Praktek	Langkah dalam Teori	Skor kesesuaian
A. Langkah Pengecekan	A. Langkah Pengecekan	
1. Dicanturnkannya Label harga	1. Dicanturnkannya Label harga	4
2. Seringnya barang dibersihkan	2. Seringnya barang dibersihkan	3
3. Barang terlihat utuh	3. Barang terlihat utuh	4
4. Penyusunan barang	4. Penyusunan barang	3
5. Dicanturnkannya tanda kadaluwarsa	5. Dicanturnkannya tanda kadaluwarsa	4
B. Langkah Pemajangan	B. Langkah Pemajangan	
1. Merk barang diletakkan menghadap depan	1. Merk barang diletakkan menghadap depan	3
2. Pemanfaatan rak disesuaikan dengan barang	2. Pemanfaatan rak disesuaikan dengan barang	3
3. Pengelompokkan barang-barang sejenis	3. Pengelompokkan barang-barang sejenis	4
4. Penghematan ruang rak secara vertikal	4. Penghematan ruang rak secara vertikal	4
5. Diperhatikannya lampu untuk memudahkan melihat barang	5. Diperhatikannya lampu untuk memudahkan melihat barang	3
6. Lampu yang tidak akan mempengaruhi warna kemasan	6. Lampu yang tidak akan mempengaruhi warna kemasan	5
		Jumlah : 40

Tabel V.1
Aspek Penilaian Langkah Persiapan Barang

MAKANAN RINGAN		
Langkah dalam Praktek	Langkah dalam Teori	Skor kesesuaian
A. Langkah Pengecekan	A. Langkah Pengecekan	
1. Dicantulkannya Label harga	1. Dicantulkannya Label harga	4
2. Seringnya barang dibersihkan	2. Seringnya barang dibersihkan	3
3. Barang terlihat utuh	3. Barang terlihat utuh	4
4. Penyusunan barang	4. Penyusunan barang	3
5. Dicantulkannya tanda kadaluwarsa	5. Dicantulkannya tanda kadaluwarsa	4
B. Langkah Pemajangan	B. Langkah Pemajangan	
1. Merk barang diletakkan menghadap depan	1. Merk barang diletakkan menghadap depan	2
2. Pemanfaatan rakdisesuaikan dengan barang	2. Pemanfaatan rakdisesuaikan dengan barang	3
3. Pengelompokkan barang-barang sejenis	3. Pengelompokkan barang-barang sejenis	3
4. Penghematan ruang rak secara vertikal	4. Penghematan ruang rak secara vertikal	4
5. Diperhatikannya lampu untuk memudahkan melihat barang	5. Diperhatikannya lampu untuk memudahkan melihat barang	3
6. Lampu yang tidak akan mempengaruhi warna kemasan	6. Lampu yang tidak akan mempengaruhi warna kemasan	5
		Jumlah : 38

Tabel V.2
Aspek Penilaian Langkah Persiapan Barang Dagangan

ALAT TULIS		
Langkah dalam Praktek	Langkah dalam Teori	Skor kesesuaian
A. Langkah Pengecekan	A. Langkah Pengecekan	
1. Dicantulkannya Label harga	1. Dicantulkannya Label harga	3
2. Seringnya barang dibersihkan	2. Seringnya barang dibersihkan	3
3. Barang terlihat utuh	3. Barang terlihat utuh	5
4. Penyusunan barang	4. Penyusunan barang	3
5. Dicantulkannya tanda kadaluwarsa	5. Dicantulkannya tanda kadaluwarsa	4
B. Langkah Pemajangan	B. Langkah Pemajangan	
1. Merk barang diletakkan menghadap depan	1. Merk barang diletakkan menghadap depan	3
2. Pemanfaatan rakdisesuaikan dengan barang	2. Pemanfaatan rakdisesuaikan dengan barang	3
3. Pengelompokkan barang-barang sejenis	3. Pengelompokkan barang-barang sejenis	5
4. Penghematan ruang rak secara vertikal	4. Penghematan ruang rak secara vertikal	4
5. Diperhatikannya lampu untuk memudahkan melihat barang	5. Diperhatikannya lampu untuk memudahkan melihat barang	3
6. Lampu yang tidak akan mempengaruhi warna kemasan	6. Lampu yang tidak akan mempengaruhi warna kemasan	5
		Jumlah : 41

Tabel V.3
Aspek Penilaian Langkah Persiapan Barang Dagangan

Dengan melihat hasil di atas, maka untuk jenis kebutuhan sehari-hari, makanan ringan dan alat tulis dapat dikatakan tepat. Total hasil yang didapat yaitu antara

> 3 - 4 atau > 60% - 80%. Perhitungan hasil tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Jenis kebutuhan sehari-hari

Perhitungannya adalah : $\frac{40}{55} \times 100\% = 72,72\%$, perhitungan ini didapat dengan

rincian dari hasil yang diperoleh sbb :

- a. Pertanyaan yang menghasilkan skor kesesuaian 3 didapat dari pertanyaan langkah pengecekan nomor 2 dan 4, sedangkan untuk langkah pemajangan adalah nomor 1, 2, dan 5.
- b. Pertanyaan yang menghasilkan skor kesesuaian 4 didapat dari pertanyaan langkah pengecekan nomor 1, 3, dan 5, sedangkan langkah pemajangan nomor 3 dan 4.
- c. Pertanyaan yang menghasilkan skor kesesuaian 5 didapat dari pertanyaan langkah pemajangan nomor 6.

2. Jenis makanan ringan

Perhitungannya adalah : $\frac{38}{55} \times 100\% = 69,09\%$, perhitungan ini didapat dengan

perincian dari hasil yang diperoleh sbb :

- a. Pertanyaan yang menghasilkan skor kesesuaian 2 didapat dari pertanyaan langkah pemajangan nomor 1.
- b. Pertanyaan yang menghasilkan skor kesesuaian 3 didapat dari pertanyaan langkah pengecekan nomor 2 dan 4, sedangkan langkah pemajangan nomor 2, 3 dan 5.

- c. Pertanyaan yang menghasilkan skor kesesuaian 4 didapat dari pertanyaan langkah pengecekan nomor 1, 3, dan 5, sedangkan untuk langkah pemajangan didapat dari pertanyaan nomor 4.
- d. Pertanyaan yang menghasilkan skor kesesuaian 5 didapat dari pengecekan nomor 1, 3, dan 5, langkah pemajangan nomor 6.

3. Alat Tulis

Perhitungannya adalah : $\frac{41}{55} \times 100\% = 74,54\%$, perhitungan ini didapat

dengan perincian dari hasil yang diperoleh sbb :

- a. Pertanyaan yang menghasilkan skor kesesuaian 3 didapat dari pertanyaan langkah pengecekan nomor 1, 2 dan 4, sedangkan untuk langkah pemajangan adalah nomor 1, 2, dan 5.
- b. Pertanyaan yang menghasilkan skor kesesuaian 4 didapat dari pertanyaan langkah pengecekan nomor 5, sedangkan langkah pemajangan nomor 4.
- c. Pertanyaan yang menghasilkan skor kesesuaian 5 didapat dari pertanyaan langkah pengecekan nomor 3, sedangkan untuk langkah pemajangan nomor 3 dan 6.

C. Analisis Pengaruh Efektivitas Manajemen Persiapan Barang Dagangan pada Tingkat Penjualan

Untuk membahas masalah kedua digunakan ANOVA (Analisis Varian) yang bertujuan mengetahui hubungan total sampel. Langkah pertama adalah dengan :

- a. Membandingkan rata-rata penjualan perbulan tahun 1998 antara kelompok kelompok barang yang langkah persiapan barang dagangannya masuk dalam kriteria sangat tepat dan tepat.

Bulan	A (Kebutuhan Sehari-hari)	B (Makanan Ringan)	C (Alat Tulis)
1	2.358.425	732.500	847.250
2	5.662.375	2.842.250	1.987.220
3	6.958.125	2.998.000	1.932.500
4	2.452.000	680.225	855.000
5	4.856.700	1.125.000	895.800
6	4.858.500	1.235.050	870.200
7	5.364.550	2.425.075	1.700.000
8	8.437.000	3.565.645	4.500.750
9	8.947.365	2.625.750	4.800.000
10	9.927.225	3.435.000	4.460.000
11	10.832.000	3.625.350	4.982.125
12	9.432.250	1.450.000	3.065.450
Total	80.086.515	26.739.845	30.896.295
Rata-rata	6.673.876,25	2.228.320,42	2.574.691,25

Tabel V.4
Penjualan Setiap Bulan Tahun 1998

Rata-rata dari ketiga barang dagangan yang berupa barang kebutuhan sehari-hari (A), makanan ringan (B), dan alat tulis (C) adalah :

$$X = \frac{6.673.876,25 + 2.228.320,42 + 2.574.691,25}{3} = \frac{11.476.887,92}{3} = 3.825.629,307$$

Untuk lebih jelasnya, ringkasan perhitungan yang telah dilakukan dapat dilihat pada tabel Anova berikut ini :

<i>Source of Variation</i>	<i>Degrees of freedom</i>	<i>Sum of Square</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F Ratio</i>	<i>Prob.</i>
Between Samples (rata-rata kolom)	2	1.4675E+14	7.3373E+13	17.953	5.300E-06
Error	33	1.3487E+14	4.0870E+12		
Total	35	2.8162E+14			

Tabel V.5
Tabel Analisis Varians

Jumlah kuadrat untuk masing-masing kolom (SSC) dengan pembulatan adalah :

$$\begin{aligned} SSC &= r \sum_{j=1}^c (X_j - \bar{X})^2 \\ &= 12 \{ (6.673.876,25 - 3.825.629,307)^2 + (2.228.320,42 - 3.825.629,307)^2 + \\ &\quad (2.574.691,25 - 3.825.629,307)^2 \} = 1,4675E + 14 \end{aligned}$$

Rata-rata kuadrat masing-masing kolom (MSC) dengan pembulatan adalah :

$$MSC = \frac{SSC}{c-1} = \frac{1,4675E + 14}{2} = 7,3373E + 13$$

Jumlah kuadrat untuk kesalahan (SSE) dengan pembulatan adalah :

$$SSE = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n (X_{ij} - x_j)^2, \text{ Perhitungan untuk masing-masing kelompok barang}$$

tersebut adalah :

A (Kebutuhan Sehari-hari)	B (Makanan Ringan)	C (Alat Tulis)
$(2.358.425 - 6.673.876,25)^2$	$(732.500 - 2.228.320,42)^2$	$(847.250 - 2.574.691,25)^2$
$(5.662.375 - 6.673.876,25)^2$	$(2.842.250 - 2.228.320,42)^2$	$(1.987.220 - 2.574.691,25)^2$
$(6.958.125 - 6.673.876,25)^2$	$(2.998.000 - 2.228.320,42)^2$	$(1.932.500 - 2.574.691,25)^2$
$(2.452.000 - 6.673.876,25)^2$	$(680.225 - 2.228.320,42)^2$	$(855.000 - 2.574.691,25)^2$
$(4.856.700 - 6.673.876,25)^2$	$(1.125.000 - 2.228.320,42)^2$	$(895.800 - 2.574.691,25)^2$
$(4.858.500 - 6.673.876,25)^2$	$(1.235.050 - 2.228.320,42)^2$	$(870.200 - 2.574.691,25)^2$
$(5.364.550 - 6.673.876,25)^2$	$(2.425.075 - 2.228.320,42)^2$	$(1.700.000 - 2.574.691,25)^2$
$(8.437.000 - 6.673.876,25)^2$	$(3.565.645 - 2.228.320,42)^2$	$(4.500.750 - 2.574.691,25)^2$
$(8.947.365 - 6.673.876,25)^2$	$(2.625.750 - 2.228.320,42)^2$	$(4.800.000 - 2.574.691,25)^2$
$(9.927.225 - 6.673.876,25)^2$	$(3.435.000 - 2.228.320,42)^2$	$(4.460.000 - 2.574.691,25)^2$
$(10.832.000 - 6.673.876,25)^2$	$(3.625.350 - 2.228.320,42)^2$	$(4.982.125 - 2.574.691,25)^2$
$(9.432.250 - 6.673.876,25)^2$	$(1.450.000 - 2.228.320,42)^2$	$(3.065.450 - 2.574.691,25)^2$

Tabel V. 6
Operasi pada SSE dalam ANOVA

$$SSE = \Sigma A + \Sigma B + \Sigma C = 1,3487E + 14$$

$$MSE = \frac{SSE}{c(r-1)} = \frac{1,3487E+14}{33} = 4,0870E + 12 \quad \text{Prob.} = 0,00000529954826 \\ = 5,300E - 06$$

$$F = \frac{MSC}{MSE} = \frac{7,3373E + 13}{4,0870E + 12} = 17,953$$

Nilai F hitung adalah 17,953 dengan probabilitas 5,300E-06, hal ini berarti bahwa ada perbedaan yang signifikan pada sedikitnya sepasang nilai rata-rata. Perbedaan ini dilihat dari tingkat signifikansi dari nilai F yang probabilitasnya kurang dari 5%. Sedangkan untuk menentukan pasangan mean mana saja yang berbeda digunakan analisis LSD (*Least Significant Different*) dengan rumus yang digunakan untuk mengukur ada tidaknya perbedaan. Rumus tersebut yaitu :

$$LSD \alpha = t_{\frac{\alpha}{2} \text{ df}} \sqrt{\frac{2S^2}{r}}, \text{ dimana :}$$

$t_{\frac{\alpha}{2} \text{ df}}$: besarnya t tabel

$n = r = S^2$: Jumlah n observasi masing-masing kolom MSE

df : derajat kebebasan yang sesuai dengan MSE

Maka perhitungan untuk menguji mana yang berbeda dan mana yang tidak adalah :

$$LSD \alpha = t_{\frac{\alpha}{2} \text{ df}} \sqrt{\frac{2S^2}{r}} = 1.429.506,1237$$

Hal ini berarti :

1. Selisih rata-rata jenis kebutuhan sehari-hari dan makanan ringan = 6.673.876,25-2.228.320,42 = 4.445.555,83, sedangkan $LSD \alpha = 1.429.506,1237$ Hal ini

berarti bahwa $4.445.555,83 > \text{LSD } \alpha$ dan ini menunjukkan bahwa ada perbedaan yang berarti antara rata-rata barang kebutuhan sehari-hari dan makanan ringan, yaitu rata-rata kebutuhan sehari-hari lebih besar daripada rata-rata makanan ringan.

2. Selisih antara makanan ringan dan alat tulis = $2.228.320,42 - 2.574.691,25 = 346.370,83$. Hal ini berarti $346.370,83 < \text{LSD } \alpha$, dan ini juga menunjukkan bahwa rata-rata barang makanan ringan dan alat tulis sama saja (tidak memiliki perbedaan cukup berarti).

3. Selisih antara kebutuhan sehari-hari dan alat tulis = $6.673.876,25 - 2.574.691,25 = 4.099.185$. Hal ini berarti $4.099.185 > \text{LSD } \alpha$, ini menunjukkan bahwa ada perbedaan yang berarti terhadap rata-rata barang kebutuhan sehari-hari dan alat tulis, yaitu rata-rata kebutuhan sehari-hari lebih besar daripada rata-rata alat tulis.

Dari analisis LSD di atas dapat disimpulkan bahwa hanya ditemukan dua kelompok mean yaitu kelompok kebutuhan sehari-hari yang menghasilkan rata-rata penjualan paling tinggi dibandingkan kelompok makanan ringan dan alat tulis dengan urutan mean pada masing-masing kelompok adalah:

Kelompok 1:

Kelompok kebutuhan sehari-hari dengan mean : 6673876,250

Kelompok 2 :

Kelompok makanan ringan dengan mean 2228320,417 dan alat tulis dengan mean 2574691,250

Dengan langkah-langkah yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapat dikatakan bahwa belum tentu langkah penataan barang yang paling tepat pada analisis pertama yang mempunyai skor kesesuaian dengan teori paling tinggi akan menghasilkan rata-rata penjualan paling tinggi. Hal ini dilihat dari hasil observasi yang menyatakan bahwa pada kelompok alat tulis yang terbukti langkah penataan barangnya paling tepat menempati kelompok kedua dalam rata-rata penjualannya, yaitu skor 74,54% (tepat) mempunyai rata-rata 2.574.591,250 perbulan, sedangkan kelompok pertama yaitu jenis barang kebutuhan sehari-hari tidak menghasilkan skor kesesuaian paling tinggi, yaitu sebesar 72,72% dalam hal langkah penataan barang, tapi menghasilkan rata-rata penjualan paling tinggi, yaitu sebesar 6.673.876,250 perbulan. Maka kesimpulannya bahwa langkah persiapan barang dagangan yang paling tepat tidak mempunyai pengaruh terhadap rata-rata tingkat penjualannya. Hal ini disebabkan hal utama yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk karena adanya kebutuhan barang yang sangat mendesak dan berdasarkan kebiasaan, sehingga pembelian tersebut tidak disertai adanya penilaian atas produk ataupun langkah persiapan barang yang dilakukan oleh pihak penjual. Penilaian barang yang menyangkut persiapan barang sebelum transaksi, pengecekan kualitas, kebersihan, tanggal kadaluwarsa, dan sebagainya merupakan langkah pendukung sehingga konsumen lebih merasa pasti dalam membeli barang yang diinginkannya, selain itu penilaian barang tersebut lebih banyak diperhatikan konsumen untuk barang-barang yang tidak direncanakan untuk dibeli dan merupakan fasilitas dari penjual untuk

menawarkan produknya. Pada koperasi caritas yang mayoritas pelanggannya adalah para karyawan yang lebih mementingkan kebutuhan keluarga yaitu kebutuhan primer, maka rata-rata penjualan kebutuhan sehari-hari menempati urutan paling tinggi karena kebutuhan sehari-hari termasuk dalam barang kebutuhan primer yang harus dipenuhi, sedangkan makanan ringan dan alat tulis tergolong barang sekunder yang tidak begitu mendesak.

D. Analisis Hubungan Manajemen Persiapan Barang Dagangan dan Kepuasan Konsumen

Untuk membahas masalah ketiga juga digunakan model analisis varians dengan membandingkan kepuasan konsumen masing-masing kelompok barang yang berbeda-beda ketepatannya. Maka langkah pertama adalah :

- a. Menghitung perbedaan kenyataan yang dialami konsumen (kinerja) dengan harapannya lewat data yang telah dilakukan yaitu dengan metode kuesioner. Data hasil kuesioner mengenai kepuasan pelanggan pada koperasi Caritas dihitung selisihnya dengan cara mengurangkan antara kinerja dan harapan dari responden yang berjumlah 70 (hasil kuesioner pelanggan dapat dilihat pada lampiran hal 95). Perhitungan ini dilakukan pada tiap langkah persiapan barang dagangan masing-masing kelompok barang, yaitu barang jenis kebutuhan sehari-hari (A), jenis makanan ringan (B), dan jenis alat tulis (C). Maka untuk langkah pertama yang harus dilakukan adalah :

1. Menghitung selisih kinerja dan harapan

a. Dicantumkan label harga

R	A	B	C
1	-1	0	-2
2	0	0	-2
3	-1	-2	-2
4	-1	-2	-1
5	-1	-2	-1
6	-1	-1	2
7	-1	-1	-1
8	-1	1	-2
9	-1	1	-2
10	-1	0	-2
11	-1	1	-2
12	0	0	-2
13	-1	0	-2
14	0	-1	-2
15	-2	-1	-2
16	-2	-1	-1
17	-2	-1	-1
18	2	-1	-1
19	0	-1	-1
20	-1	-2	-3
21	1	-2	-3
22	0	-2	-1
23	0	-3	-1
24	0	-2	-1

R	A	B	C
25	1	-2	0
26	1	-1	-1
27	0	-2	-1
28	-1	-2	-2
29	-2	-2	-1
30	-2	-2	-1
31	0	-2	-1
32	0	-2	0
33	-1	-2	-1
34	-1	-1	-3
35	-1	-1	-2
36	-2	0	-2
37	-3	-1	0
38	0	1	-1
39	1	0	-1
40	-1	0	-1
41	-1	0	-2
42	-1	-1	-3
43	-1	-1	-3
44	-2	0	-2
45	-3	-2	-2
46	-2	-1	-2
47	1	1	-1
48	-1	1	0

R	A	B	C
49	-2	0	-2
50	0	0	0
51	-2	0	-2
52	-3	0	-3
53	-2	-1	-2
54	-2	-1	-2
55	-2	-2	-2
56	-2	-3	-2
57	0	-3	-3
58	-1	-1	-2
59	0	-1	0
60	-1	0	-1
61	0	0	-1
62	0	-1	-1
63	0	-1	-1
64	-1	-1	0
65	-1	0	-1
66	-2	2	-1
67	-2	2	-1
68	-2	0	-2
69	1	-2	-1
70	1	-2	-1
Σ	-54	-59	-94

b. Seringnya barang dibersihkan

R	A	B	C
1	0	-1	-2
2	-2	-2	-2
3	-2	-3	-2
4	0	-3	-3
5	-1	-1	-2
6	0	-1	0
7	-1	0	-1
8	0	0	-1
9	0	-1	-1
10	0	-1	-1
11	-1	-1	0
12	-1	0	1
13	-2	2	1
14	-2	2	1
15	-2	0	-2
16	1	-2	-1
17	1	-2	-1
18	-1	-1	0
19	-1	-1	-2
20	-1	-1	-2
21	0	-1	0
22	0	0	0
23	-2	0	-1
24	-1	-2	-3

R	A	B	C
25	-1	-2	-1
26	-1	-1	-1
27	0	-1	-1
28	0	0	0
29	-1	1	-1
30	0	-1	-2
31	-2	-2	-2
32	-2	-3	-2
33	0	-3	-3
34	-1	-1	-2
35	0	-1	0
36	-1	0	-1
37	0	0	-1
38	0	-1	-1
39	0	-1	-1
40	-1	-1	0
41	-1	0	1
42	-2	2	1
43	-2	2	1
44	-2	0	-2
45	1	-2	-1
46	1	-2	-1
47	-3	-1	-1
48	-3	0	-2

R	A	B	C
49	-3	-1	0
50	-2	-1	-1
51	-2	-1	0
52	0	-1	-2
53	0	-1	-2
54	0	2	-1
55	0	1	0
56	-1	1	-1
57	-3	0	-1
58	-3	-1	-2
59	-2	-2	-2
60	1	-2	-2
61	-1	-1	-1
62	-1	0	0
63	-1	1	0
64	0	2	-1
65	-1	2	-2
66	0	1	0
67	-1	-2	-1
68	1	-1	-2
69	0	-1	-2
70	0	-1	-2
Σ	-58	-44	-73

C. Barang terlihat utuh

R	A	B	C
1	0	-1	-2
2	-2	-2	-2
3	-2	-3	-2
4	0	-3	-3
5	-1	-1	-2
6	0	-1	0
7	-1	0	-1
8	0	0	-1
9	0	-1	-1
10	0	-1	-1
11	-1	-1	0
12	-1	0	1
13	-2	2	1
14	-2	2	1
15	-2	0	-2
16	1	-2	-1
17	1	-2	-1
18	0	-1	-2
19	-2	-2	-2
20	-2	-3	-2
21	0	-3	-3
22	-1	-1	-2
23	0	-1	-0
24	-1	0	-1

R	A	B	C
25	0	0	-1
26	0	-1	-1
27	0	-1	-1
28	-1	-1	0
29	-1	0	1
30	-2	2	1
31	-2	2	1
32	-2	0	-2
33	1	-2	-1
34	1	-2	-1
35	-2	0	-1
36	-1	0	-2
37	-1	0	-2
38	-1	-1	-3
39	1	-2	-2
40	0	-1	-2
41	0	-1	-2
42	0	-1	-3
43	-1	-1	1
44	-2	-2	1
45	-2	0	1
46	-2	0	0
47	-2	-3	-2
48	-1	1	-2

R	A	B	C
49	-1	0	0
50	0	-1	-2
51	-2	-2	-2
52	-2	-3	-2
53	0	-3	-3
54	-1	-1	-2
55	0	-1	0
56	-1	0	-1
57	0	0	-1
58	0	-1	-1
59	0	-1	-1
60	-1	-1	0
61	-1	0	1
62	-2	2	1
63	-2	2	1
64	-2	0	-2
65	1	-2	-1
66	1	-2	-1
67	0	-1	1
68	-1	0	-1
69	-1	0	1
70	-1	0	0
Σ	-54	-54	-65

d. Penyusunan barang

R	A	B	C
1	-1	0	-1
2	0	0	-1
3	0	-1	-1
4	0	-1	-1
5	-1	-1	0
6	-1	2	1
7	-2	2	1
8	-2	2	1
9	-2	0	-2
10	1	-2	-1
11	1	-2	-1
12	0	-1	1
13	-1	0	-1
14	-1	0	1
15	-1	0	0
16	1	-1	0
17	-1	-1	0
18	-2	-1	-1
19	-1	-1	-1
20	-1	-1	-1
21	0	-2	-2
22	0	-2	-1
23	0	-2	-1
24	0	0	-1

R	A	B	C
25	1	0	0
26	-1	0	-2
27	-2	-2	-2
28	-1	0	0
29	-1	1	0
30	-1	0	-1
31	0	0	-1
32	0	-1	-1
33	0	-1	-1
34	-1	-1	0
35	-1	0	1
36	-2	2	1
37	-2	2	1
38	-2	0	-2
39	1	-2	-1
40	1	-2	-1
41	0	-1	1
42	-1	0	-1
43	-1	0	1
44	-1	0	0
45	-1	0	-1
46	0	0	-1
47	0	-1	-1
48	0	-1	-1

R	A	B	C
49	-1	-1	0
50	-1	0	1
51	-2	2	1
52	-2	2	1
53	-2	0	-2
54	1	-2	-1
55	1	-2	-1
56	0	-1	1
57	-1	0	-1
58	-1	0	1
59	-1	0	0
60	-1	0	1
61	-1	1	1
62	-1	1	1
63	1	1	1
64	1	-2	0
65	0	-2	1
66	1	-1	-1
67	-1	-1	-2
68	0	-1	-2
69	-2	0	0
70	-2	-1	-1
Σ	-43	-29	-25

e. Dicantumkan tanda kadaluwarsa

R	A	B	C
1	-1	-2	-2
2	-1	-2	-2
3	-1	-1	-1
4	-1	-1	-1
5	-1	-1	-1
6	-3	0	-3
7	-3	0	-3
8	-2	0	-2
9	0	0	0
10	1	-1	1
11	1	0	1
12	0	-1	0
13	1	-1	1
14	-1	-1	-1
15	0	-1	0
16	-1	-1	-1
17	-2	0	-2
18	-2	1	-2
19	-1	0	-1
20	-2	0	-2
21	-1	1	-1
22	-2	1	-2
23	-2	-2	-2
24	-1	0	-1

R	A	B	C
25	-2	-2	0
26	-2	-1	1
27	-2	-2	0
28	0	0	-2
29	0	0	0
30	-1	-1	0
31	-1	-1	-2
32	-2	-2	0
33	-1	-2	-1
34	0	-2	-1
35	1	-3	-1
36	1	-1	-1
37	-1	-1	0
38	-1	0	1
39	-2	2	1
40	-2	2	1
41	-2	0	2
42	1	-2	-1
43	1	-2	-1
44	0	-1	1
45	-1	0	-1
46	-1	0	1
47	-1	0	0
48	-1	-2	0

R	A	B	C
49	1	-1	-1
50	0	-2	-1
51	-1	-1	-1
52	-1	-2	0
53	0	-2	0
54	-1	-2	0
55	0	-2	-1
56	-1	-2	0
57	-1	-1	-1
58	-1	-1	0
59	-1	-1	-1
60	0	-2	-1
61	0	-1	-2
62	1	-1	-1
63	0	-2	1
64	0	0	1
65	-1	0	-1
66	0	-2	0
67	-2	-2	-1
68	-2	-2	0
69	-1	-1	0
70	-1	0	-1
Σ	-56	-64	-34

f. Merek barang diletakkan menghadap depan

R	A	B	C
1	1	-1	-2
2	0	-1	-2
3	-1	-2	-2
4	-1	-2	-1
5	-1	-2	0
6	-1	-2	-1
7	1	-2	2
8	1	-2	0
9	1	1	-2
10	1	0	-2
11	-1	1	0
12	0	0	-2
13	-1	0	-2
14	0	0	-2
15	-2	0	-2
16	-2	-1	-1
17	-2	-1	-1
18	2	-1	-1
19	0	0	-1
20	-1	0	-3
21	1	0	-3
22	0	0	-1
23	0	-1	-1
24	0	-2	-1

R	A	B	C
25	1	-2	0
26	1	-1	-1
27	0	-2	-1
28	-1	-2	-2
29	-2	-2	-1
30	-2	-2	-1
31	0	-2	-1
32	0	-2	0
33	-1	-3	-1
34	-1	-2	-2
35	-1	-1	-1
36	-2	0	-2
37	-2	-1	-2
38	1	1	0
39	1	0	0
40	-1	0	1
41	1	0	-1
42	-1	-1	-3
43	-1	-1	-3
44	-2	0	-2
45	-2	-2	-2
46	-2	-1	-2
47	1	1	-2
48	-1	1	0

R	A	B	C
49	-1	0	-2
50	-1	0	0
51	-1	-1	-2
52	-2	-1	-3
53	-1	0	-2
54	0	0	-1
55	-2	-1	-2
56	-2	-1	-2
57	0	-2	-3
58	-1	0	-2
59	0	-1	0
60	-2	-1	-2
61	-1	0	0
62	0	-1	-1
63	0	-1	-1
64	-1	-1	0
65	-1	0	1
66	-2	-2	1
67	-2	-2	1
68	-2	0	-2
69	0	-1	0
70	2	-1	-2
Σ	-41	-50	-84

g. Pemanfaatan rak disesuaikan dengan barang

R	A	B	C
1	0	-1	-2
2	-2	-2	-1
3	-2	-3	-1
4	0	-3	-2
5	-1	-1	-2
6	0	-1	0
7	-1	0	-1
8	1	0	-2
9	1	-1	-2
10	0	-1	-2
11	-1	-1	-2
12	-1	0	-1
13	-2	2	0
14	-2	2	0
15	-2	0	-2
16	0	-2	-1
17	0	-2	-1
18	-1	-2	0
19	-2	-2	-2
20	-1	-2	-2
21	-1	-1	-1
22	0	0	-2
23	-2	-2	-2
24	-1	-2	-3

R	A	B	C
25	-1	-2	-1
26	-1	-1	-1
27	0	-1	-1
28	0	0	0
29	-1	1	-1
30	0	-1	-2
31	-2	-2	-2
32	-2	-3	-2
33	0	-3	-3
34	-1	-1	-2
35	0	-1	0
36	-1	0	-1
37	0	0	-1
38	0	-1	-1
39	0	-1	-1
40	-1	-1	0
41	-1	0	1
42	-2	2	1
43	-2	2	1
44	-2	0	-2
45	1	-2	-1
46	1	-2	-1
47	-3	-1	-1
48	-3	0	-2

R	A	B	C
49	-3	-1	0
50	-2	-1	-1
51	-2	-1	0
52	0	-1	-3
53	0	-1	-2
54	0	2	-1
55	0	0	0
56	-1	0	-1
57	-3	-1	-1
58	-3	-1	-1
59	-2	-2	0
60	1	-1	-1
61	-1	-1	-1
62	-1	-1	0
63	-1	0	-1
64	0	0	-2
65	-2	0	-2
66	0	0	-2
67	-2	-1	-3
68	0	-2	0
69	-1	-3	0
70	0	-1	-1
Σ	-64	-60	-80

h. Pengelompokkan barang-barang sejenis

R	A	B	C
1	0	-1	-2
2	-2	-2	-2
3	-2	-3	-2
4	0	-3	-3
5	-1	-1	-2
6	-1	0	0
7	-2	2	-1
8	-2	2	-1
9	-2	0	-1
10	1	-2	-1
11	1	-2	0
12	-2	0	1
13	-1	0	1
14	-1	0	1
15	-1	-1	-2
16	1	-2	-1
17	0	-1	-1
18	0	-1	-2
19	0	-1	-2
20	-2	-3	-2
21	0	-3	-3
22	-1	-1	-2
23	0	-1	0
24	-1	0	-1

R	A	B	C
25	0	0	-1
26	0	-1	-1
27	0	-1	-1
28	-1	-1	0
29	-1	0	1
30	-2	2	1
31	-2	2	1
32	-2	0	-2
33	1	-2	-1
34	1	-2	-1
35	-2	0	-1
36	-1	0	-2
37	-1	0	-2
38	-1	-1	-3
39	1	-2	-2
40	0	-1	-2
41	0	-1	-2
42	0	-1	-3
43	-1	-1	1
44	-2	-2	1
45	-2	0	1
46	-2	0	0
47	-2	-3	-2
48	-1	1	-2

R	A	B	C
49	-1	0	0
50	0	-1	-2
51	-2	-2	-2
52	-2	-3	-2
53	0	-3	-3
54	-1	-1	-2
55	0	-1	0
56	-1	0	-1
57	0	-1	0
58	0	-2	2
59	0	-2	2
60	-1	-2	0
61	-1	1	-2
62	-2	1	-2
63	-2	-2	0
64	-2	-1	0
65	1	-1	0
66	1	-1	-1
67	0	1	-2
68	-1	0	-1
69	-1	0	-1
70	-1	0	-1
Σ	-54	-58	-68

i. Penghematan ruang rak secara vertikal

R	A	B	C
1	-1	0	-1
2	0	0	-1
3	0	-1	-1
4	0	-1	-1
5	-1	-1	0
6	-1	0	1
7	-1	0	1
8	-2	2	1
9	-2	2	-2
10	-2	0	-1
11	1	-2	-1
12	1	-2	1
13	-2	0	-1
14	-1	0	-1
15	-1	0	0
16	-1	-1	0
17	1	-2	1
18	0	-1	-2
19	0	-1	-1
20	0	-1	-1
21	0	0	-2
22	1	-1	-1
23	-2	-2	-1
24	0	0	-1

R	A	B	C
25	1	0	0
26	-1	0	-2
27	-2	-1	-2
28	-1	0	0
29	-1	0	-1
30	-1	0	0
31	0	0	0
32	0	-1	0
33	0	-2	0
34	0	-1	0
35	0	0	1
36	-2	2	1
37	-2	2	1
38	-3	0	-2
39	-1	-2	-1
40	2	-2	-1
41	0	-1	1
42	-1	0	-1
43	-1	0	1
44	-1	0	0
45	-1	0	0
46	0	0	0
47	-1	0	0
48	-1	-2	-1

R	A	B	C
49	-1	0	0
50	-1	0	1
51	-2	2	1
52	-2	2	1
53	-2	0	-2
54	1	-2	-1
55	1	-2	-1
56	0	-1	1
57	-2	-2	0
58	-1	0	2
59	0	0	0
60	-1	0	1
61	-1	1	1
62	-1	1	2
63	0	1	0
64	0	-2	0
65	-2	-2	1
66	1	-1	-1
67	-1	-1	-2
68	0	-1	-2
69	0	-2	-1
70	-1	0	0
Σ	-45	-31	-20

j. Diperhatikannya lampu untuk memudahkan melihat barang

R	A	B	C
1	-1	0	-2
2	-2	2	-2
3	-2	2	-1
4	-2	0	1
5	1	-2	1
6	1	-2	0
7	-2	0	0
8	-1	0	0
9	-1	0	-1
10	-1	-1	-1
11	1	-2	-2
12	0	-1	-2
13	0	-1	-2
14	0	-1	-1
15	0	-1	0
16	-1	-1	-1
17	-2	0	-2
18	-2	1	-2
19	-1	0	-2
20	-2	-1	0
21	-1	-2	2
22	-2	-2	2
23	-2	-2	0
24	-1	1	-2

R	A	B	C
25	-2	1	-2
26	-2	-2	0
27	-2	-1	0
28	0	-1	0
29	0	-1	-1
30	-1	1	-2
31	-1	0	-1
32	-2	0	-1
33	-1	0	-1
34	0	-2	-1
35	1	-3	-1
36	1	-1	-1
37	-1	-1	0
38	-1	0	1
39	-2	2	1
40	-2	2	1
41	-2	0	-1
42	1	-2	-1
43	1	-2	-1
44	0	-1	1
45	-1	0	-1
46	-1	0	1
47	-1	0	0
48	-1	-2	0

R	A	B	C
49	1	-1	-1
50	-1	0	0
51	-2	2	-1
52	-2	2	-1
53	-2	0	-1
54	1	-2	0
55	1	-2	0
56	-2	0	-1
57	-1	0	-1
58	-1	0	-2
59	-1	-1	-1
60	1	-2	-1
61	0	-1	0
62	0	-1	1
63	0	-1	-2
64	-2	0	-1
65	-1	0	0
66	0	-2	-1
67	-2	-2	-2
68	-2	-2	1
69	0	-1	0
70	0	-1	-1
Σ	-57	-41	-43

k. Lampu tidak akan mempengaruhi warna kemasan

R	A	B	C	R	A	B	C	R	A	B	C
1	-1	-1	0	25	-1	-2	0	49	1	-1	-1
2	-1	-2	2	26	-2	-1	1	50	0	-1	0
3	-1	-2	2	27	-1	0	0	51	-1	-2	2
4	-1	-2	0	28	-2	2	-2	52	-1	-2	2
5	-1	1	-2	29	-2	2	1	53	0	-2	0
6	-3	1	-2	30	-2	0	0	54	-1	1	-2
7	-3	-2	0	31	1	-2	-2	55	1	1	-2
8	-2	-1	0	32	1	-2	0	56	0	-2	0
9	0	-1	0	33	-2	0	-1	57	-1	-1	0
10	1	-1	-1	34	-1	0	-1	58	-1	-1	0
11	1	1	-2	35	-1	0	0	59	0	-1	-1
12	0	0	-1	36	-1	-1	-1	60	0	1	-2
13	0	0	-1	37	1	-2	-1	61	-2	-1	0
14	-1	0	-1	38	0	-1	1	62	1	0	0
15	0	-1	-1	39	0	-1	1	63	0	0	-1
16	-1	-1	-1	40	0	-1	1	64	-3	-1	1
17	-3	0	-2	41	-2	0	-2	65	-1	0	-1
18	-3	1	-2	42	1	-2	-1	66	-2	-2	0
19	0	0	-2	43	1	-2	-1	67	-2	-2	-2
20	-1	0	3	44	0	-1	1	68	-2	-2	0
21	-1	1	0	45	-1	0	-1	69	-1	-2	-1
22	-2	0	1	46	-1	0	1	70	0	0	0
23	-2	-2	-1	47	-1	0	0	Σ	-57	-47	-25
24	-1	0	0	48	-1	-2	0				

Langkah Persiapan	A		B		C	
	H	K	H	K	H	K
a. Dicantulkannya label harga	299	245	286	227	296	202
b. Seringnya barang dibersihkan	301	243	291	247	294	221
c. Barang terlihat utuh	301	247	294	240	281	216
d. Penyusunan barang	299	256	295	266	259	234
e. Dicantulkannya tanda kadaluwarsa	276	220	298	234	249	215
f. Merek barang diletakkan menghadap depan	291	250	280	230	285	201
g. Pemanfaatan rak disesuaikan dengan barang	303	239	300	240	302	222
h. Pengelompokkan barang-barang sejenis	299	245	287	229	283	215
i. Penghematan ruang rak secara vertikal	295	250	291	260	258	238
j. Lampu untuk memudahkan melihat barang	292	235	281	240	268	225
f. Lampu tidak mempengaruhi warna kemasan	285	228	286	239	259	234

a. Kebutuhan Sehari-hari

Langkah Persiapan	Selisih
Dicantulkannya label harga	-0,77
Seringnya barang dibersihkan	-0,83
Barang terlihat utuh	-0,77
Penyusunan barang	-0,61
Dicantulkannya tanda kadaluwarsa	-0,80
Merek barang diletakkan menghadap depan	-0,58
Pemanfaatan rak disesuaikan dengan barang	-0,91
Pengelompokkan barang-barang sejenis	-0,77
Penghematan ruang rak secara vertikal	-0,64
Diperhatikannya lampu untuk memudahkan melihat barang	-0,82
Lampu tidak mempengaruhi warna kemasan	-0,82

2. Makanan ringan

Langkah Persiapan	Selisih
Dicantumkan label harga	-0,84
Seringnya barang dibersihkan	-0,62
Barang terlihat utuh	-0,77
Penyusunan barang	-0,41
Dicantumkan tanda kadaluwarsa	-0,91
Merek barang diletakkan menghadap depan	-0,72
Pemanfaatan rak disesuaikan dengan barang	-0,86
Pengelompokkan barang-barang sejenis	-0,83
Penghematan ruang rak secara vertikal	-0,44
Diperhatikannya lampu untuk memudahkan melihat barang	-0,59
Lampu tidak mempengaruhi warna kemasan	-0,67

3. Alat tulis

Langkah Persiapan	Selisih
Dicantumkan label harga	-1,34
Seringnya barang dibersihkan	-1,05
Barang terlihat utuh	-0,93
Penyusunan barang	-0,36
Dicantumkan tanda kadaluwarsa	-0,48
Merek barang diletakkan menghadap depan	-1,2
Pemanfaatan rak disesuaikan dengan barang	-1,14
Pengelompokkan barang-barang sejenis	-0,97
Penghematan ruang rak secara vertikal	-0,28
Diperhatikannya lampu untuk memudahkan melihat barang	-0,61
Lampu tidak mempengaruhi warna kemasan	-0,36

Tabel V.7
Tabel Kepuasan Pelanggan per Kelompok Barang

Selisih tersebut diperoleh dari pengurangan antara pengurangan kinerja dan harapan

yang kemudian dirata-rata :
$$\frac{\text{Total kinerja} - \text{harapan}}{\text{Jumlah responden}}$$

b. Membandingkan kepuasan konsumen masing-masing kelompok barang yang berbeda ketepatannya dengan menggunakan analisis varians dan analisis LSD.

1. Membandingkan rata-rata kepuasan konsumen per kelompok barang yang berbeda dengan melihat tabel kepuasan pelanggan per kelompok barang di atas. Cara dan rumus yang digunakan sama seperti yang digunakan untuk menyelesaikan masalah kedua, maka hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Langkah Persiapan	A	B	C
Dicantumkan label harga	-54	-59	-94
Seringnya barang dibersihkan	-58	-44	-73
Barang terlihat utuh	-54	-54	-65
Penyusunan barang	-43	-29	-25
Dicantumkan tanda kadaluwarsa	-56	-64	-34
Merek barang diletakkan menghadap depan	-41	-50	-84
Pemanfaatan rak disesuaikan dengan barang	-64	-60	-80
Pengelompokkan barang-barang sejenis	-54	-58	-68
Penghematan ruang rak secara vertikal	-45	-31	-20
Diperhatikannya lampu untuk memudahkan melihat barang	-57	-41	-43
Lampu tidak mempengaruhi warna kemasan	-57	-47	-25

Source of variation	D.F	Sum of square	Mean Square	F Ratio	F Prob.
Between Samples	2	253,8182	126,9091	0,4205	0,6605
Error	30	9054,3636	301,8121		
Totul	32	9308,1818			

Tabel V. 8
Tabel Analisis Varians Kepuasan Konsumen

Nilai F hitung adalah 0,4205 dengan F Probabilitas 0,6605 (F hitung lebih kecil dari F tabel), hal ini berarti tidak ada perbedaan yang signifikan pada sedikitnya sepasang nilai rata-rata. Hal ini dibuktikan dengan Analisis LSD :

$$\text{Rumus LSD } \alpha = t_{\frac{1}{2} \alpha, df} \sqrt{\frac{2S^2}{r}} = 12,2844, \text{ dengan value (s) for range 2,89}$$

Hal ini berarti :

- Selisih rata-rata kepuasan antara barang kebutuhan sehari-hari dan makanan ringan adalah $-53,0000 - (-48,8182) = -4,1818$, sedangkan $\text{LSD } \alpha = 12,2844$. Hal ini berarti bahwa $-4,1818 < \text{LSD } \alpha$ dan ini menunjukkan bahwa selisih rata-rata kebutuhan sehari-hari dan makanan ringan lebih kecil dari $\text{LSD } \alpha$, maka rata-rata kepuasan barang kebutuhan sehari-hari dan makanan ringan tidak memiliki perbedaan yang cukup berarti.

- b. Selisih rata-rata kepuasan kelompok kebutuhan sehari-hari dan kelompok alat tulis adalah $-53,0000 - (-55,5455) = 2,5455$. Hal ini berarti bahwa selisih rata-rata kebutuhan sehari-hari dan alat tulis lebih kecil dari $LSD \alpha$ ($2,5455 < LSD \alpha$), maka rata-rata kepuasan barang kebutuhan sehari-hari dan alat tulis tidak memiliki perbedaan yang cukup berarti.
- c. Selisih rata-rata makanan ringan dan alat tulis adalah $-48,8182 - (-55,5455) = 6,7273$. Hal ini berarti bahwa selisih rata-rata makanan ringan dan alat tulis lebih kecil dari $LSD \alpha$ ($6,7273 < LSD \alpha$), maka rata-rata kepuasan makanan ringan dan alat tulis tidak memiliki perbedaan yang cukup berarti.

Maka kesimpulan untuk kepuasan konsumen hanya ada satu kelompok rata-rata kepuasan. Hal ini disebabkan tidak adanya perbedaan yang cukup berarti diantara ketiga kelompok barang, yaitu kebutuhan sehari-hari, makanan ringan dan alat tulis. jadi, hasil yang didapat bahwa masing-masing pelanggan merasa tidak puas terhadap ketiga jenis barang tersebut.

2. Membandingkan langkah persiapan per kelompok barang

<i>Source of variation</i>	<i>D.F</i>	<i>Sum of square</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F Ratio</i>	<i>F Prob.</i>
<i>Between Samples</i>	2	0,0521	0,0260	0,4203	0,6606
<i>Error</i>	30	1,8591	0,0620		
<i>Total</i>	32	1,9112			

Tabel V. 9
Tabel Analisis Varians Langkah Persiapan Barang

Dilihat dari tabel diatas, maka F hitung sebesar 0,4203 lebih kecil dari F tabel sebesar 0,6606. Hal ini berarti tidak ada perbedaan yang signifikan pada sedikitnya sepasang nilai rata-rata.

Analisis LSD :

Dengan rumus $LSD \alpha = t_{\frac{1}{2} \alpha} df \sqrt{\frac{2S^2}{r}} = 0,1760$, dengan *range value(s)* 2,89

Hal ini berarti :

- a. Selisih rata-rata kepuasan antara barang kebutuhan sehari-hari dan makanan ringan adalah $-0,7564 - (-0,6964) = -0,06$, sedangkan $LSD \alpha = 0,1760$. Hal ini berarti bahwa $-0,06 < LSD \alpha$ dan ini menunjukkan bahwa karena selisih rata-rata kebutuhan sehari-hari dan makanan ringan lebih kecil dari $LSD \alpha$, maka rata-rata kepuasan barang kebutuhan sehari-hari dan makanan ringan tidak memiliki perbedaan yang cukup berarti.
- b. Selisih rata-rata kepuasan kebutuhan sehari-hari dan alat tulis adalah $-0,7564 - (-0,7927) = -0,0363$. Hal ini berarti bahwa $-0,0363 < LSD \alpha$ dan ini menunjukkan bahwa karena selisih rata-rata kebutuhan sehari-hari dan alat tulis lebih kecil dari $LSD \alpha$, maka rata-rata kepuasan barang kebutuhan sehari-hari dan alat tulis tidak memiliki perbedaan yang cukup berarti.
- c. Selisih rata-rata kepuasan antara kelompok makanan ringan dan kelompok alat tulis adalah $-0,6964 - (-0,7927) = 0,0963$. Hal ini berarti bahwa $0,0963 < LSD \alpha$ dan ini menunjukkan bahwa karena selisih rata-rata makanan ringan dan alat tulis lebih kecil dari $LSD \alpha$, maka rata-rata kepuasan makanan ringan dan alat tulis tidak memiliki perbedaan yang cukup berarti.

Maka :

Dari analisis LSD sebelumnya ditemukan bahwa hanya ada satu kelompok mean karena tidak ada perbedaan kepuasan yang cukup berarti antara ketiga jenis barang, maka hal ini menunjukkan bahwa para pelanggan tidak puas dengan langkah yang meliputi pengecekan dan pemajangan.

Dari analisis varians dan *least significant different (LSD)* pada kepuasan pelanggan koperasi caritas dan langkah persiapan barang dagangan dapat dibuktikan bahwa diantara konsumen ketiga jenis barang, yaitu kebutuhan sehari-hari, makanan ringan, dan alat tulis tidak memiliki perbedaan kepuasan yang cukup berarti dan hanya ditemukan satu kelompok rata-rata. Rata-rata tersebut adalah :

Jenis barang	Langkah Persiapan	Kepuasan
Alat tulis	- 0,7927	- 55,5455
Kebutuhan sehari-hari	- 0,7564	- 53,0000
Makanan ringan	- 0,6964	- 48,8182

Tabel V. 10

Tabel Urutan satu Kelompok Rata-rata

Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa :

Antara Manajemen persiapan barang dagangan tidak ada hubungan dengan tingkat kepuasan pelanggan. Tidak adanya hubungan diantara keduanya ini disebabkan manajemen persiapan barang dagangannya bagus, konsumennya tidak puas dan manajemen persiapan barang dagangannya tidak bagus, konsumennya juga tidak puas. Jadi, langkah persiapan barang yang tepat maupun yang tidak tepat akan menghasilkan ketidakpuasan pelanggan.

Setiap perusahaan atau badan usaha selalu berusaha menciptakan dan mempertahankan pelanggan, untuk itu semua kinerja manajemen harus diarahkan terciptanya kepuasan pelanggan. Hal inilah yang membuktikan bahwa dalam setiap tujuan bisnis, kepuasan pelanggan tidak bisa lepas begitu saja dari tindakan yang diperlukan dalam rangka memuaskan pelanggan, dalam hal ini tindakan tersebut contohnya adalah langkah persiapan barang dagangan yang ditangani secara benar-benar dan perlu untuk mendapat fokus lebih, walaupun langkah persiapan barang bukanlah hal utama dalam pelayanan yang menyebabkan kesuksesan ataupun kegagalan transaksi, tapi karena terkadang hal kecil dalam persiapan bisa menyebabkan pelanggan tidak jadi mengadakan transaksi, misalnya karena kebersihan yang kurang, adanya barang yang kadaluwarsa. Walaupun diketahui bahwa alasan utama pelanggan mengadakan transaksi karena alasan kebutuhan yang mendesak, tapi kenyamanan dan perasaan yang dialami saat berbelanja juga menentukan, walaupun dalam porsi kecil, minimal untuk mempertahankan pelanggan.

Untuk itu koperasi Caritas harus menyadari tujuan menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Para pelanggan di koperasi Caritas menginginkan kepuasan yang akan didapat dari koperasi Caritas sebanding dengan pengeluaran mereka untuk membeli barang. Harapan pelanggan untuk mendapatkan pelayanan maksimal dari kinerja manajemen harus lebih diperhatikan oleh pihak koperasi. Walaupun diketahui bahwa tidak ada hubungan antara manajemen persiapan barang dengan kepuasan pelanggan tapi

jika langkah persiapan barang yang selama ini belum maksimal lebih ditingkatkan lagi, maka rasa nyaman bisa diperoleh saat ataupun sesudah berbelanja. Jika dilihat dari rata-rata kepuasan setiap langkah persiapan barang, yaitu langkah pengecekan dan pemajangan maka dapat dilihat bahwa rata-rata kepuasan untuk tiap langkah adalah sebagai berikut :

Langkah Persiapan Barang	Rata-rata kepuasan
Dicantumkan label Harga	- 0,9833
Pemanfaatan rak disesuaikan dengan barang	- 0,9700
Pengelompokan barang-barang sejenis	- 0,8567
Merek barang diletakkan menghadap depan	- 0,8333
Seringnya barang dibersihkan	- 0,8333
Barang terlihat utuh	- 0,8233
Dicantumkan tanda kadaluwarsa	- 0,7300
Diperhatikannya lampu untuk memudahkan melihat barang	- 0,6733
Lampu yang tidak mempengaruhi warna kemasan	- 0,6167
Penyusunan barang	- 0,4600
Penghematan ruang rak secara vertikal	- 0,4533

Tabel V. 11

Tabel Urutan Rata-rata Kepuasan pada Langkah Persiapan Barang



BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan dari data yang terkumpul, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Langkah persiapan barang dagangan yang dilakukan oleh koperasi Caritas selama ini dapat dikategorikan tepat dengan total hasil yang didapat yang kemudian dimasukkan dalam range yang telah ditentukan, yaitu total hasil lebih besar dari tiga sampai dengan empat ($> 3 - 4$ atau $> 60\% - 80\%$) dengan hasil pada masing- masing kelompok :
 - a. Jenis kebutuhan sehari-hari mempunyai hasil 72, 72 %.
 - b. Jenis makanan ringan mempunyai hasil 69,09 %
 - c. Jenis alat tulis mempunyai hasil 74,54%.

Hasil tersebut didapat dari metode observasi yang dilakukan penulis dengan menggunakan analisis deskriptif yang kemudian mengklasifikasikannya pada masing-masing kelompok barang. Hasil Observasi juga menunjukkan bahwa alat tulis mempunyai skor kesesuaian dengan teori paling tinggi dalam hal ketepatan langkah persiapan barang dagangan.

2. Langkah persiapan barang dagangan pada koperasi Caritas tidak mempunyai pengaruh terhadap tingkat penjualan. Hal ini dibuktikan dengan digunakannya analisis varians dan analisis LSD yang menunjukkan bahwa untuk jenis barang yang mempunyai skor kesesuaian paling tinggi dalam hal ketepatan langkah

persiapan barang pada koperasi yaitu kelompok alat tulis tidak bisa menghasilkan penjualan paling tinggi, yaitu berada pada kelompok kedua. Hasil tersebut juga diperkuat dengan diketahuinya perbedaan yang cukup berarti pada sedikitnya sepasang nilai rata-rata dengan urutan nilai mean pada :

- a. Kelompok pertama adalah Jenis kebutuhan sehari-hari sebesar 6.673.876,250.
- b. Kelompok kedua adalah makanan ringan sebesar 2.228.320,417 dan Alat tulis sebesar 2.574.691,250.

Untuk menguji kelompok mana saja yang berbeda didapat dari analisis LSD yang menyatakan bahwa :

- a. Antara Kebutuhan sehari-hari dan makanan ringan memiliki perbedaan yang cukup berarti dalam penjualan rata-ratanya.
- b. Antara kebutuhan sehari-hari dan alat tulis juga memiliki perbedaan yang cukup berarti dalam penjualan rata-ratanya.
- c. Antara makanan ringan dan alat tulis tidak memiliki perbedaan dalam penjualan rata-ratanya.

Hasil ini membuktikan bahwa rata-rata penjualan paling tinggi terletak pada barang kebutuhan sehari-hari, bukan pada alat tulis yang langkah persiapan barangnya paling tepat. Jadi, belum tentu bahwa yang langkah persiapan barangnya paling tepat penjualannya tinggi. Tidak adanya pengaruh antara langkah persiapan barang dengan penjualan ini antara lain juga disebabkan bahwa pada koperasi Caritas yang pelanggannya kebanyakan para karyawan dan mahasiswa lebih mementingkan kebutuhannya daripada kepuasan yang dirasakan saat

membeli. Khususnya untuk para karyawan, pembayaran dengan cara memotong gaji bulanan yang dilakukan koperasi Caritas dirasa lebih baik dan memberikan kemudahan daripada berbelanja di toko atau supermarket lain, walaupun pelayanan penyiapan barang yang dilakukan koperasi Caritas kurang memadai. Selain itu, bagi anggota koperasi berbelanja di koperasi lebih menguntungkan karena faktor lokasi yang dekat (menjadi satu dengan tempat kerja) dan anggota juga mendapat SHU, yang berarti pula ikut meningkatkan pendapatan para anggotanya.

3. Mengenai kepuasan konsumen didapat bukti bahwa langkah persiapan barang dagangan ternyata tidak mempunyai hubungan dengan tingkat kepuasan konsumen, yaitu bahwa ketidaktepatan maupun ketepatan langkah persiapan barang di koperasi Caritas akan menghasilkan ketidakpuasan pelanggan ini dibuktikan dengan perhitungan hasil kuesioner yang menunjukkan tidak adanya hubungan diantara keduanya. Dari hasil perbandingan kepuasan konsumen yang berbeda ketepatannya dihasilkan satu kelompok rata-rata kepuasan yang terdiri dari alat, kebutuhan sehari-hari, dan makanan ringan dengan rata-rata :

Jenis Barang	Langkah persiapan	Kepuasan
Alat tulis	- 0,7927	- 55,5455
Kebutuhan Sahari-hari	- 0,7564	- 53,0000
Makanan ringan	- 0,6964	- 48,8182

Dari Analisis varians diketahui bahwa F hitung lebih kecil dari F tabelnya, maka tidak ada perbedaan yang signifikan pada sedikitnya sepasang nilai rata-rata. Hal ini dikarenakan :

- a. 1. Selisih rata-rata kepuasan kebutuhan sehari-hari dan makanan ringan adalah -4,1818, sedangkan LSDnya 12,2844. Hal ini berarti selisih rata-rata tersebut lebih kecil daripada nilai LSD α .
2. Selisih rata-rata kepuasan antara kebutuhan sehari-hari dan alat tulis sebesar -2,5455. Hal ini berarti selisih rata-rata kepuasan tersebut lebih kecil daripada nilai LSD α .
3. Selisih rata-rata kepuasan makanan ringan dan alat tulis adalah 6,7273. Hal ini berarti selisih rata-rata tersebut lebih kecil daripada nilai LSD α .
- b. 1. Selisih rata-rata kepuasan langkah pada kebutuhan sehari-hari dan makanan ringan adalah -0,06, sedangkan LSDnya 0,1760. Hal ini berarti selisih rata-rata tersebut lebih kecil daripada nilai LSD α .
2. Selisih rata-rata kepuasan langkah pada kebutuhan sehari-hari dan alat tulis adalah -0,0363. Hal ini berarti selisih rata-rata tersebut lebih kecil daripada nilai LSD α .
3. Selisih rata-rata kepuasan langkah pada makanan ringan dan alat tulis adalah 0,0963. Hal ini berarti selisih rata-rata tersebut lebih kecil daripada nilai LSD α .

Dilihat dari kedua kesimpulan di atas, maka para pelanggan koperasi Caritas merasa tidak puas terhadap langkah persiapan barang dagangan yang dilakukan pihak koperasi pada ketiga kelompok barang.

B. Saran

Berdasarkan pernyataan tiga kesimpulan di atas, penulis mengajukan beberapa saran yaitu :

1. Koperasi caritas perlu untuk meningkatkan kualitas dari pelayanan yang selama ini diberikan, dalam hal ini adalah mengenai langkah persiapan barang dagangan sebelum diadakan transaksi dengan pelanggan dan jangan sampai pada saat pembeli berbelanja pihak penjual masih membereskan atau menata barang dagangannya. Dalam suatu transaksi, seringkali pembeli tidak hanya menuntut harga yang murah dan kualitas barang yang tinggi, tapi disamping itu pembeli juga menuntut kepuasan yang dirasakan saat berbelanja dan setelah barang sudah ada di tangan. Selain faktor utama yaitu kebutuhan yang mendesak langkah persiapan barang juga mendapat perhatian dari pembeli dalam hal memperoleh kepuasan yang maksimal. Untuk itu, pihak koperasi harus lebih mewujudkan harapan pelanggannya akan kepuasan yang tinggi disamping memikirkan tingginya keuntungan yang akan diperoleh. Dengan kepuasan yang tinggi, konsumen pada akhirnya akan mampu memilih suasana dan kualitas pelayanan mana yang bisa membuat nyaman dalam berbelanja, sehingga faktor ini akan menambah perbedaan positif bagi koperasi Caritas dibanding toko, koperasi, atau supermarket lain..
2. Diusahakan meningkatkan pelayanan persiapan barangnya dengan fokus pertama pada makanan ringan yang mempunyai skor kesesuaian paling rendah dibandingkan kedua kelompok barang lainnya.

3. Untuk bisa meningkatkan pelayanan dalam menyiapkan barang yang tepat harus ada kerjasama dari semua pihak koperasi. Hal ini juga membutuhkan ketelitian, karena kadang barang-barang tidak bisa satu persatu terkontrol dengan baik. Sedangkan untuk mengetahui aspek-aspek kepuasan konsumen dalam langkah persiapan barang mana saja yang kurang, maka perlu diadakan kuesioner (minimal enam bulan sekali) ataupun kotak saran yang diletakkan di pintu masuk koperasi.
4. Dalam hal langkah pengecekan barang untuk kelompok makanan ringan (memakai kemasan), sebaiknya dilakukan dua hari sekali, khususnya dalam kebersihan dan keutuhan barang perlu ditingkatkan, sedangkan pencantuman tanda kadaluwarsa harus tetap dipertahankan. Hal ini sangat penting bagi kelompok makanan ringan, walaupun langkah yang lain tidak kalah pentingnya, karena dua langkah ini tidak bisa diabaikan begitu saja oleh pembeli. Walaupun kebutuhan begitu mendesak, tapi jika kebersihan dan ketahanan barang tidak terjaga, maka proses pembelian akan gagal.
5. Diketahui bahwa hasil penelitian langkah persiapan barang dagangan belum bisa diterapkan sepenuhnya dan belum bisa berguna secara penuh di koperasi Caritas, tapi untuk prospek ke depan, dalam perkembangannya koperasi Caritas juga perlu mempertimbangkan penerapan langkah persiapan ini dengan lebih optimal. Persaingan usaha semakin berat, harus membuat koperasi mengembangkan keunggulan/potensi yang ada, jadi prinsip “asal jalan” tidak diterapkan lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Danger, E.P., *Memilih Warna Kemasan*, Pedoman Aplikasi, PT Pustaka Binaman Pressindo, 1992
- Dibbs, Owen & Patricia Pareira, *Meningkatkan Penjualan*, Terjemahan B. Sopaco, Penerbit Erlangga, 1979
- Donovan, Peter, and Timothy Samler, *Delighting Customer : How To Build A Customer Driven Organization*, Chapman & Hall, London, 1994
- Kotler, Philip, *Marketing Management : Analysis, Planning, and Control*, Northwestern University, 1989
- Kustitunto, Bambang, *Statistika Untuk Ekonomi dan Bisnis*, BPFE, Yogyakarta, 1988
- Leon, Shiffman, and Leslie Lazar Kanuk, "*Customer Behavior*", Prentice Hall Inc., Englewood Cliffs, New Jersey, 1987
- Rangkuti, Freddy, *Riset Pemasaran*, PT Gramedia Pustaka Utama dan STIE IBII, Jakarta, 1997
- Sonni, *52 Topik Pemasaran Praktis Indonesia*, Jakarta Elex Media Komputindo, 1998
- Stone, Merlin, Anna Thomson, Chris Wheeler, *Telemange Your Customer*, Gover Publishing Company Ltd, London, 1990
- Swastha, Basu, *Azas-Azas marketing*, Penerbit Liberty, Yogyakarta, 1984
- Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta, 1995
- , *Total Quality Manajemen*, Penerbit Andi Offset, 1998
- Umar, Husein, *Metodologi Penelitian Aplikasi dalam Pemasaran*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1997
- Widiyanti, Ninik, *Manajemen Koperasi*, Penerbit Rineka Cipta, 1990

LAMPIRAN

Lampiran 1

PANDUAN OBSERVASI

Daftar Pertanyaan :

A. Pengecekan

1. Apakah label harga pada barang sudah dicantumkan ?
 - () Tidak dicantumkan
 - () Untuk sebagian kecil barang
 - () Untuk kurang lebih separuh barang
 - () Untuk sebagian besar barang
 - () Untuk semua barang
2. Apakah barang sering dibersihkan ?
 - () Tidak, pernah sama sekali
 - () Satu bulan sekali
 - () Satu minggu sekali
 - () Dua sampai tiga kali seminggu
 - () Satu hari sekali
3. Apakah barang-barang terlihat utuh ? (tidak rusak/sobek, tapi berdasarkan keadaan saat barang dipesan dari produsen)
 - () Tidak perlu utuh
 - () Kurang perlu utuh
 - () Cukup perlu utuh
 - () Perlu utuh
 - () Sangat perlu utuh
4. Apakah barang disusun secara rapi (tidak acak-acakan) ?
 - () Tidak rapi
 - () Agak rapi
 - () Cukup rapi
 - () Rapi
 - () sangat rapi

5. Apakah terdapat tanda kadaluwarsa pada setiap barang dicantumkan ?

- Tidak dicantumkan
- Sebagian kecil barang sudah dicantumkan
- Kira-kira separuh barang sudah dicantumkan
- Sebagian besar barang sudah dicantumkan
- Semua barang sudah dicantumkan

B. Pemajangan

1. Apakah merk barang sudah diletakkan menghadap depan ?

- Tidak menghadap depan
- Sebagian kecil barang sudah menghadap depan
- Kurang lebih separuh barang menghadap depan
- Sebagian besar barang menghadap depan
- Semua barang sudah menghadap depan

2. Apakah pemanfaatan rak telah disesuaikan dengan barang sehingga kemasan yang dipajang di ujung mendapat perhatian dari pelanggan ?

- Tidak disesuaikan
- Sebagian kecil barang disesuaikan
- Kurang lebih separuh barang disesuaikan
- Sebagian besar barang disesuaikan
- Semua barang disesuaikan

3. Apakah barang-barang sejenis sudah dikelompokkan menjadi satu ?

- Tidak dikelompokkan
- Sebagian kecil barang dikelompokkan
- Kurang lebih separuh barang dikelompokkan
- Sebagian besar barang dikelompokkan
- Semua barang dikelompokkan

4. Penempatan secara vertikal memungkinkan banyak barang yang ditempatkan di sepanjang rak, daripada kemasan yang diletakkan horizontal (tidak disusun secara berjajar untuk jenis barang).

Apakah penempatan tersebut sudah dilakukan untuk tiap jenis barang ?

- () Tidak ada satupun diletakkan secara vertikal
- () Sebagian kecil jenis barang diletakkan secara vertikal
- () Kurang lebih separuh jenis barang diletakkan vertikal
- () Sebagian besar jenis barang diletakkan vertikal
- () Semua jenis barang diletakkan secara vertikal

5. Apakah lampu yang terdapat di koperasi :

- () Agak terang
- () Cukup terang
- () Terang
- () Sangat terang
- () Sangat terang dan jelas

6. Apakah lampu tidak mempengaruhi warna asli kemasan (memperlihatkan warna identitas kemasan) ?

Mis : lampu berwarna hijau membuat barang berwarna biru tampak kehijau-hijauan

- () Sangat mempengaruhi warna/merk kemasan
- () Mempengaruhi warna/merk kemasan
- () Cukup mempengaruhi warna/merk kemasan
- () Kurang mempengaruhi warna/merk kemasan
- () Sama sekali tidak mempengaruhi warna/merk kemasan

Lampiran 2

DAFTAR KUESIONER

Judul : Kinerja Manajemen Persiapan Barang Dagangan dalam Usaha Meningkatkan Penjualan dan Pelanggan

Data Responden

Umur :

Pekerjaan/status : Karyawan, Bagian

: Mahasiswa, Jurusan

Pilihlah jawaban yang sesuai dengan memberi tanda ✓ pada jawaban yang ANDA HARAPKAN SEBELUM ANDA MEMBELI di Koperasi Caritas.

A. Pengecekan :

- a. Apakah Anda berharap daftar harga atau label harga barang perlu dicantumkan untuk setiap barang ?
 - () Tidak perlu dicantumkan
 - () Untuk sebagian kecil barang
 - () Untuk kurang lebih separuh barang
 - () Untuk sebagian besar barang
 - () Untuk semua barang
- b. Apakah Anda berharap setiap barang perlu dibersihkan dari debu/kotoran lain oleh penjual ?
 - () Tidak perlu sama sekali
 - () Ya, satu bulan sekali
 - () Ya, satu minggu sekali
 - () Ya, dua sampai tiga kali seminggu
 - () Ya, satu hari sekali

- c. Apakah Anda berharap perlu terlihat keutuhan barang (tidak rusak) pada saat konsumen memilih ?
- Tidak perlu
 - Kurang begitu perlu
 - Cukup perlu
 - Perlu
 - Sangat perlu
- d. Apakah Anda berharap penyusunan barang di koperasi Caritas :
- Tidak perlu rapi
 - Agak rapi
 - Cukup rapi
 - Rapi
 - Sangat rapi
- e. Apakah Anda berharap adanya label kadaluwarsa yang lengkap perlu dicantumkan di setiap barang ?
- Tidak perlu dicantumkan
 - Sebagian kecil barang perlu dicantumkan
 - Kira-kira separuh barang perlu dicantumkan
 - Sebagian besar barang perlu dicantumkan
 - Semuanya barang perlu dicantumkan

B. Pengemasan : pemajangan

- a. Apakah Anda berharap merk setiap barang sebaiknya perlu diletakkan menghadap depan sehingga barang mudah terlihat dan ditemukan ?
- Tidak perlu menghadap depan
 - Sebagian kecil barang perlu menghadap depan
 - Kurang lebih separuh barang perlu menghadap depan

- Sebagian besar barang perlu menghadap depan
 - Semua barang perlu menghadap depan
- b. Apakah Anda berharap pemanfaatan ruang rak harus disesuaikan dengan setiap barang sehingga akan memudahkan konsumen menemukan barang yang diinginkan, khususnya untuk barang yang diujung ?
- Tidak perlu disesuaikan
 - Sebagian kecil barang perlu disesuaikan
 - Kurang lebih separuh barang perlu disesuaikan
 - Sebagian besar barang perlu disesuaikan
 - Semua barang perlu disesuaikan
- c. Apakah Anda berharap barang-barang sejenis sebaiknya perlu dikelompokkan menjadi satu ?
- Tidak perlu dikelompokkan
 - Sebagian kecil barang perlu dikelompokkan
 - Kurang lebih separuh barang perlu dikelompokkan
 - Sebagian besar barang perlu dikelompokkan
 - Semua barang perlu dikelompokkan
- d. Apakah Anda berharap penempatan barang sejenis di rak perlu ditata secara vertikal (atas bawah) sehingga membuat penghematan pada ruang rak ?
- Tidak perlu ditempatkan secara vertikal
 - Sebagian kecil barang perlu ditempatkan secara vertikal
 - Kurang lebih separuh barang perlu ditempatkan secara vertikal
 - Sebagian besar barang perlu ditempatkan secara vertikal
 - semua jenis barang perlu ditempatkan secara vertikal

- e. Apakah Anda berharap sebaiknya lampu diperhatikan sehingga barang tampak jelas oleh pembeli, maka sebaiknya digunakan :
- Lampu yang agak terang
 - Lampu yang cukup terang
 - Lampu yang terang
 - Lampu yang sangat terang
 - Lampu yang sangat terang dan jelas
- f. Apakah Anda berharap adanya cahaya lampu tidak mempunyai pengaruh dalam melihat barang atau menjaga kekhususan merk/warna kemasan sehingga perlu diperhatikan oleh koperasi ?
- Lampu sangat berpengaruh pada warna kemasan
 - Lampu berpengaruh pada warna kemasan
 - Lampu cukup berpengaruh pada warna kemasan
 - Lampu kurang berpengaruh pada warna kemasan
 - Lampu sama sekali tidak berpengaruh pada warna kemasan

C. Kinerja : Pilihlah jawaban yang sesuai dengan memberi tanda ✓ pada jawaban yang senyatanya ANDA ALAMI KETIKA ANDA MEMBELI di Koperasi Caritas.

1. Pengecekan

- a. Label harga barang :
- Tidak dicantumkan
 - Untuk sebagian kecil barang
 - Untuk kurang lebih separuh barang
 - Untuk sebagian besar barang
 - Untuk semua barang

- b. Barang sering dibersihkan :
- Tidak pernah sama sekali
 - Dibersihkan, tapi satu bulan sekali
 - Dibersihkan, tapi satu minggu sekali
 - Dibersihkan, tapi dua sampai tiga kali seminggu
 - Satu hari sekali
- c. Barang dagangan di koperasi Caritas perlu terlihat utuh :
- Tidak perlu terlihat utuh
 - Kurang perlu terlihat utuh
 - Cukup perlu terlihat utuh
 - Perlu terlihat utuh
 - Sangat perlu terlihat utuh
- d. Penyusunan barang di koperasi Caritas :
- Tidak rapi
 - Agak rapi
 - Cukup rapi
 - Rapi
 - sangat rapi
- e. Tanda kadaluwarsa pada tiap jenis barang :
- Tidak dicantumkan
 - Sebagian kecil barang sudah dicantumkan
 - Kira-kira separuh barang sudah dicantumkan
 - Sebagian besar barang sudah dicantumkan
 - Semuanya barang sudah dicantumkan

2. Pemajangan

a. Merk barang :

- Tidak menghadap depan
- Sebagian kecil barang sudah menghadap depan
- Kurang lebih separuh barang menghadap depan
- Sebagian besar barang menghadap depan
- Semua barang sudah menghadap depan

b. Pemanfaatan rak dengan setiap jenis barang (barang di ujung mendapat perhatian dari pelanggan) :

- Tidak disesuaikan
- Sebagian kecil barang disesuaikan
- Kurang lebih separuh barang disesuaikan
- Sebagian besar barang disesuaikan
- Semua barang disesuaikan

c. Barang-barang sejenis :

- Tidak dikelompokkan
- Sebagian kecil barang dikelompokkan
- Kurang lebih separuh barang dikelompokkan
- Sebagian besar barang dikelompokkan
- Semua barang dikelompokkan

d. Penataan barang sejenis di rak :

- Tidak satupun diletakkan secara vertikal
- Sebagian kecil jenis barang diletakkan secara vertikal
- Kurang lebih separuh jenis barang diletakkan vertikal
- Sebagian besar jenis barang diletakkan vertikal
- Semua jenis barang diletakkan secara vertikal

e. Lampu yang terdapat di koperasi Caritas :

- Agak terang
- Cukup terang
- Terang
- Sangat terang
- Sangat terang dan jelas

f. Lampu mempunyai pengaruh dalam melihat atau menjaga kekhususan warna/merk kemasan :

Mis : lampu berwarna hijau membuat barang berwarna biru tampak kehijau-hijauan

- Lampu sangat berpengaruh pada warna/merk kemasan
- Lampu berpengaruh pada warna/merk kemasan
- Lampu cukup berpengaruh pada warna/merk kemasan
- Lampu kurang berpengaruh pada warna/merk kemasan
- Lampu sama sekali tidak berpengaruh pada warna/merk kemasan

Lampiran 3

PANDUAN WAWANCARA

Pertanyaan : ditujukan bagi penjual (Khusus untuk langkah pengecekan)

- a. Apakakah label harga barang sudah dicantumkan ?
 - () Tidak dicantumkan
 - () Untuk sebagian kecil barang
 - () Untuk kurang lebih separuh barang
 - () Untuk sebagian besar barang
 - () Untuk semua barang
- b. Apakah barang sering dibersihkan ?
 - () Tidak pernah sama sekali
 - () Dibersihkan, tapi satu bulan sekali
 - () Dibersihkan, tapi satu minggu sekali
 - () Dibersihkan tapi dua sampai tiga kali seminggu
 - () Satu hari sekali
- c. Apakah barang yang ada di koperasi Caritas perlu terlihat utuh ?
 - () Tidak perlu terlihat utuh
 - () Barang kurang perlu terlihat utuh
 - () Barang cukup perlu terlihat utuh
 - () Barang perlu terlihat utuh
 - () Barang sangat perlu terlihat utuh
- d. Apakah barang yang disusun di koperasi Caritas :
 - () Tidak perlu rapi
 - () Agak rapi
 - () Cukup rapi
 - () Rapi
 - () sangat rapi
- e. Apakah Tanda kadaluwarsa pada tiap barang dicantumkan ?
 - () Tidak dicantumkan
 - () Sebagian kecil barang sudah dicantumkan
 - () Kira-kira separuh barang sudah dicantumkan
 - () Sebagian besar barang sudah dicantumkan
 - () Semua barang sudah dicantumkan

*Lampiran 4***Langkah Pengumpulan Data**

Data yang diperlukan adalah data tentang gambaran umum perusahaan, laporan penjualan, persediaan barang, pembukuannya, keadaan dan penataan barang, hasil observasi, hasil kuesioner dan hasil wawancara. Maka langkah-langkah pengumpulan tersebut adalah :

1. Menghubungi kepala koperasi atau koordinator utama yang mengurus tentang semua data yang berhubungan dengan koperasi untuk mengetahui gambaran umum perusahaan.
2. Berusaha mengumpulkan data mengenai laporan penjualan , persediaan barang, serta pembukuan transaksi yang terjadi kepada bagian pembukuan atau yang disertai tanggung jawab memegang laporan tersebut untuk menjawab pertanyaan yang dengan menggunakan teknik analisis yang digunakan pada bab III.
3. Mengumpulkan data-data berdasarkan hasil observasi yang dilakukan penulis mengenai keadaan dan penataan barang yang kemudian akan dibandingkan dengan landasan teori pada bab II untuk dicari kesamaan maupun perbedaannya.
4. Membagikan kuesioner yang telah dibuat untuk mengetahui tanggapan pelanggan, setelah itu dikumpulkan sehingga dapat diukur kesesuaian untuk memperoleh kesimpulan.
5. Pedoman wawancara yang telah dibuat ditanyakan kepada staff bagian toko mengenai langkah pengecekan barang, kemudian hasil wawancara tersebut digunakan untuk mendukung hasil observasi dan kuesioner yang telah didapat, sehingga nantinya dapat digunakan sebagai bahan dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan.

Perhitungan Hasil Kuesioner Pelanggan

A. Langkah Pengecekan

a. Dicantumkan label harga

R	Kebutuhan Sehari-hari		Makanan Ringan		Alat Tulis	
	Harapan	Kinerja	Harapan	Kinerja	Harapan	Kinerja
1	5	4	3	3	4	2
2	3	3	3	3	4	2
3	4	3	4	2	5	3
4	4	3	4	2	5	3
5	4	3	4	2	5	4
6	4	3	4	3	5	4
7	5	4	3	2	3	5
8	5	4	3	4	4	3
9	5	4	3	4	5	3
10	5	4	3	3	5	3
11	5	4	3	4	5	3
12	4	4	4	4	5	3
13	4	3	4	4	5	3
14	3	3	4	3	5	3
15	5	3	4	3	5	3
16	5	3	4	3	4	3
17	5	3	4	3	4	3
18	3	5	4	3	4	3
19	3	3	5	4	4	3
20	4	3	5	3	5	2
21	4	5	5	3	5	2
22	4	4	5	3	3	2
23	4	4	5	2	3	2
24	4	4	4	2	3	2
25	4	5	4	2	3	3
26	4	5	4	3	3	2
27	5	5	4	2	4	3
28	5	4	4	2	5	3
29	5	3	4	2	4	3
30	5	3	5	3	4	3
31	3	3	5	3	4	3
32	4	4	5	3	3	3
33	4	3	5	3	3	2
34	4	3	4	3	5	2
35	4	3	4	3	5	3
36	5	3	4	4	5	3
37	5	2	5	4	3	3
38	3	3	3	4	4	3
39	3	4	3	3	4	3
40	5	4	3	3	4	3
41	3	2	3	3	4	2
42	4	3	5	4	5	2
43	4	3	5	4	5	2
44	5	3	5	5	5	3
45	5	2	5	3	5	3
46	5	3	5	4	5	3

47	4	5	4	5	4	3
48	5	4	3	4	4	4
49	4	3	3	3	5	3
50	5	4	3	3	4	4
51	4	3	4	4	4	2
52	4	2	4	4	5	2
53	4	3	4	3	5	3
54	4	4	4	3	5	3
55	5	3	5	3	5	3
56	5	3	5	2	5	3
57	3	3	5	2	5	2
58	4	3	3	2	4	2
59	4	4	4	3	4	4
60	4	3	4	4	4	3
61	4	4	4	4	4	3
62	4	4	5	4	4	3
63	4	4	5	4	4	3
64	5	4	5	4	3	3
65	5	4	5	5	3	4
66	5	3	3	5	3	4
67	5	3	3	5	3	4
68	5	3	3	3	4	2
69	4	5	5	3	4	3
70	4	5	5	3	4	3

b. Seringnya barang dibersihkan

R	Kebutuhan Sehari-hari		Makanan Ringan		Alat Tulis	
	Harapan	Kinerja	Harapan	Kinerja	Harapan	Kinerja
1	4	4	4	3	5	3
2	5	3	5	3	5	3
3	5	3	5	2	5	3
4	3	3	5	2	5	2
5	4	3	3	2	4	2
6	4	4	4	3	4	4
7	4	3	4	4	4	3
8	4	4	4	4	4	3
9	4	4	5	4	4	3
10	4	4	5	4	4	3
11	5	4	5	4	3	3
12	5	4	5	5	3	4
13	5	3	3	5	3	4
14	5	3	3	5	3	4
15	5	3	3	3	4	2
16	4	5	5	3	4	3
17	4	5	5	3	4	3
18	4	3	5	4	5	5
19	4	3	4	3	5	3
20	4	3	4	3	5	3
21	4	4	4	3	4	4
22	4	4	3	3	5	5
23	5	3	5	5	5	4

24	5	4	5	3	5	2
25	4	3	5	3	4	3
26	4	3	4	3	4	3
27	3	3	4	3	4	3
28	3	3	3	3	4	4
29	4	3	3	4	4	3
30	4	4	4	3	5	3
31	5	3	5	3	5	3
32	5	3	5	2	5	3
33	3	3	5	2	5	2
34	4	3	3	2	4	2
35	4	4	4	3	4	4
36	4	3	4	4	4	3
37	4	4	4	4	4	3
38	4	4	5	4	4	3
39	4	4	5	4	4	3
40	5	4	5	4	3	3
41	5	4	5	5	3	4
42	5	3	3	5	3	4
43	5	3	3	5	3	4
44	5	3	3	3	4	2
45	4	5	5	3	4	3
46	4	5	5	3	4	3
47	5	2	4	3	4	3
48	5	2	4	4	5	3
49	5	2	4	3	4	4
50	5	3	4	3	5	4
51	5	3	5	4	4	4
52	4	4	5	4	5	2
53	4	4	5	4	4	2
54	4	4	3	5	5	4
55	4	4	3	4	4	4
56	5	4	3	4	5	4
57	5	2	3	3	4	3
58	5	2	4	3	5	3
59	4	2	4	2	5	3
60	3	4	4	2	5	3
61	4	3	4	3	4	3
62	4	3	4	4	4	4
63	4	3	4	5	4	4
64	5	5	3	5	4	3
65	5	4	3	5	5	3
66	5	5	3	4	3	3
67	5	4	5	3	3	2
68	3	4	5	4	4	2
69	4	4	5	4	4	2
70	3	3	5	4	5	3

c. Barang terlihat utuh

R	Kebutuhan Sehari-hari		Makanan Ringan		Alat Tulis	
	Harapan	Kinerja	Harapan	Kinerja	Harapan	Kinerja
1	4	4	4	3	5	3
2	5	3	5	3	5	3
3	5	3	5	2	5	3
4	3	3	5	2	5	2
5	4	3	3	2	4	2
6	4	4	4	3	4	4
7	4	3	4	4	4	3
8	4	4	4	4	4	3
9	4	4	5	4	4	3
10	4	4	5	4	4	3
11	5	4	5	4	3	3
12	5	4	5	5	3	4
13	5	3	3	5	3	4
14	5	3	3	5	3	4
15	5	3	3	3	4	2
16	4	5	5	3	4	3
17	4	5	5	3	4	3
18	4	4	4	3	5	3
19	5	3	5	3	5	3
20	5	3	5	2	5	3
21	3	3	5	2	5	2
22	4	3	3	2	4	2
23	4	4	4	3	4	4
24	4	3	4	4	4	3
25	4	4	4	4	4	3
26	4	4	5	4	4	3
27	4	4	5	4	4	3
28	5	4	5	4	3	3
29	5	4	5	5	3	4
30	5	3	3	5	3	4
31	5	3	3	5	3	4
32	5	3	3	3	4	2
33	4	5	5	3	4	3
34	4	5	5	3	4	3
35	4	2	3	3	4	3
36	4	3	3	3	4	2
37	4	3	3	3	4	2
38	4	3	3	2	5	2
39	4	5	4	2	5	3
40	4	4	4	3	5	3
41	4	4	4	3	5	3
42	4	4	4	3	5	2
43	4	3	4	3	3	4
44	5	3	5	3	3	4
45	5	3	5	5	3	4
46	5	3	5	5	4	4
47	4	2	5	2	4	2
48	4	3	3	4	5	3
49	4	3	4	4	4	4

50	4	4	4	3	5	3
51	5	3	5	3	5	3
52	5	3	5	2	5	3
53	3	3	5	2	5	2
54	4	3	3	2	4	2
55	4	4	4	3	4	4
56	4	3	4	4	4	3
57	4	4	4	4	4	3
58	4	4	5	4	4	3
59	4	4	5	4	4	3
60	5	4	5	4	3	3
61	5	4	5	5	3	4
62	5	3	3	5	3	4
63	5	3	3	5	3	4
64	5	3	3	3	4	2
65	4	5	5	3	4	3
66	4	5	5	3	4	3
67	4	4	4	3	3	4
68	4	3	4	4	4	3
69	4	3	4	4	4	5
70	4	3	4	4	3	3

d. Penyusunan Barang

R	Kebutuhan Sehari-hari		Makanan Ringan		Alat Tulis	
	Harapan	Kinerja	Harapan	Kinerja	Harapan	Kinerja
1	4	3	4	4	4	3
2	4	4	4	4	4	3
3	4	4	5	4	4	3
4	4	4	5	4	4	3
5	5	4	5	4	3	3
6	5	4	5	5	3	4
7	5	3	3	5	3	4
8	5	3	3	5	3	4
9	5	3	3	3	4	2
10	4	5	5	3	4	3
11	4	5	5	3	4	3
12	4	4	4	3	3	4
13	4	3	4	4	4	3
14	4	3	4	4	4	5
15	4	3	4	4	3	3
16	3	4	5	4	4	4
17	5	4	4	3	3	3
18	5	3	4	3	4	3
19	4	3	4	3	4	3
20	4	3	4	3	3	2
21	4	4	5	3	4	2
22	4	4	5	3	4	3
23	4	4	5	3	4	3
24	4	4	3	3	4	3
25	4	5	4	4	4	4
26	4	3	4	4	5	3

27	4	2	4	2	5	3
28	5	4	3	3	3	3
29	5	4	3	4	4	4
30	4	3	4	4	4	3
31	4	4	4	4	4	3
32	4	4	5	4	4	3
33	4	4	5	4	4	3
34	5	4	5	4	3	3
35	5	4	5	5	3	4
36	5	3	3	5	3	4
37	5	3	3	5	3	4
38	5	3	3	3	4	2
39	4	5	5	3	4	3
40	4	5	5	3	4	3
41	4	4	4	3	3	4
42	4	3	4	4	4	3
43	4	3	4	4	4	5
44	4	3	4	4	3	3
45	4	3	4	4	4	3
46	4	4	4	4	4	3
47	4	4	5	4	4	3
48	4	4	5	4	4	3
49	5	4	5	4	3	3
50	5	4	5	5	3	4
51	5	3	3	5	3	4
52	5	3	3	5	3	4
53	5	3	3	3	4	2
54	4	5	5	3	4	3
55	4	5	5	3	4	3
56	4	4	4	3	3	4
57	4	3	4	4	4	3
58	4	3	4	4	4	5
59	4	3	4	4	3	3
60	4	3	4	4	3	4
61	4	3	4	5	3	4
62	4	3	4	5	3	4
63	3	4	4	5	3	4
64	3	4	5	3	4	4
65	4	4	5	3	3	4
66	3	4	5	4	4	3
67	5	4	5	4	5	3
68	5	5	5	4	5	3
69	5	3	3	3	4	4
70	5	3	5	4	5	4



e. Dicantumkan tanda kadaluwarsa

R	Kebutuhan Sehari-hari		Makanan Ringan		Alat Tulis	
	Harapan	Kinerja	Harapan	Kinerja	Harapan	Kinerja
1	4	3	5	3	5	3
2	4	3	5	3	5	3
3	4	3	4	3	4	3
4	4	3	4	3	3	3
5	4	3	4	3	3	4
6	5	2	4	4	3	4
7	5	2	4	4	3	4
8	5	3	5	5	4	4
9	3	3	5	5	5	3
10	3	4	5	4	5	3
11	3	4	5	5	5	3
12	4	4	4	3	5	3
13	4	5	4	3	4	3
14	4	3	4	3	4	3
15	3	3	4	3	4	4
16	4	3	4	3	5	4
17	4	2	3	3	5	3
18	4	2	3	4	5	3
19	4	3	4	4	5	3
20	5	3	4	4	2	5
21	4	3	3	4	3	3
22	4	2	4	4	2	3
23	4	2	5	3	4	3
24	4	3	3	3	3	3
25	5	3	4	2	3	3
26	5	3	4	3	3	4
27	5	3	5	3	4	4
28	3	3	3	3	5	3
29	3	3	3	3	3	3
30	3	2	3	2	3	3
31	4	3	5	4	5	3
32	4	2	5	3	5	5
33	4	3	4	2	4	3
34	3	3	4	2	4	3
35	3	4	5	2	4	3
36	3	4	5	4	4	3
37	5	4	5	4	3	3
38	5	4	5	5	3	4
39	5	3	3	5	3	4
40	5	3	3	5	3	4
41	5	3	3	3	4	2
42	4	5	5	3	4	3
43	4	5	5	3	4	3
44	4	4	4	3	3	4
45	4	3	4	4	4	3
46	4	3	4	4	4	5
47	4	3	4	4	3	3
48	4	3	5	3	3	3
49	3	4	4	3	3	2

50	4	4	5	3	3	2
51	4	3	4	3	3	2
52	4	3	5	3	3	3
53	3	3	5	3	3	3
54	4	3	5	3	3	3
55	4	4	5	3	3	2
56	4	3	5	3	2	2
57	4	3	4	3	3	2
58	4	3	4	3	2	2
59	4	3	4	3	4	3
60	3	3	5	3	4	3
61	3	3	5	4	3	1
62	3	4	5	4	3	2
63	3	3	5	3	2	3
64	3	3	3	3	2	3
65	4	3	3	3	4	3
66	3	3	5	3	3	3
67	5	3	5	3	3	2
68	5	3	5	3	3	3
69	4	3	4	3	3	3
70	4	3	4	4	3	2

Perhitungan Hasil Kuesioner Pelanggan

A. Langkah Pemajangan

a. Merek barang diletakkan menghadap depan

R	Kebutuhan Sehari-hari		Makanan Ringan		Alat Tulis	
	Harapan	Kinerja	Harapan	Kinerja	Harapan	Kinerja
1	3	4	4	3	4	2
2	3	3	4	3	4	2
3	4	3	4	2	5	3
4	4	3	4	2	4	3
5	4	3	4	2	4	4
6	4	3	5	3	5	4
7	3	4	4	2	3	5
8	3	4	5	4	3	3
9	3	4	3	4	5	3
10	3	4	3	3	5	3
11	5	4	3	4	3	3
12	4	4	4	4	5	3
13	4	3	4	4	5	3
14	3	3	3	3	5	3
15	5	3	3	3	5	3
16	5	3	4	3	4	3
17	5	3	4	3	4	3
18	3	5	4	3	4	3
19	3	3	4	4	4	3
20	4	3	3	3	5	2
21	4	5	3	3	5	2
22	4	4	3	3	3	2
23	4	4	3	2	3	2
24	4	4	4	2	3	2
25	4	5	4	2	3	3
26	4	5	4	3	3	2
27	5	5	4	2	4	3
28	5	4	4	2	5	3
29	5	3	4	2	4	3
30	5	3	5	3	4	3
31	3	3	5	3	4	3
32	4	4	5	3	3	3
33	4	3	5	2	3	2
34	4	3	4	2	4	2
35	4	3	4	3	4	3
36	5	3	4	4	4	2
37	5	3	5	4	4	2
38	3	4	3	4	3	3
39	3	4	3	3	3	3
40	5	4	3	3	3	4
41	3	4	3	3	3	2
42	4	3	5	4	5	2
43	4	3	5	4	5	2
44	5	3	5	5	5	3
45	5	3	5	3	5	3
46	5	3	5	4	5	3

47	4	5	4	5	5	3
48	5	4	3	4	4	4
49	4	3	3	3	5	3
50	5	4	3	3	4	4
51	4	3	4	3	4	2
52	4	2	4	3	5	2
53	4	3	4	4	5	3
54	4	4	4	4	4	3
55	5	3	5	4	5	3
56	5	3	5	4	5	3
57	3	3	5	3	5	2
58	4	3	3	3	4	2
59	4	4	4	3	4	4
60	5	3	4	3	5	3
61	5	4	4	4	4	4
62	4	4	5	4	4	3
63	4	4	5	4	4	3
64	5	4	5	4	3	3
65	5	4	5	5	3	4
66	5	3	3	5	3	4
67	5	3	3	5	3	4
68	5	3	3	3	4	2
69	5	5	4	3	3	3
70	3	5	5	4	4	2

b. Pemanfaatan rak disesuaikan dengan barang

R	Kebutuhan Sehari-hari		Makanan Ringan		Alat Tulis	
	Harapan	Kinerja	Harapan	Kinerja	Harapan	Kinerja
1	4	4	4	3	5	3
2	5	3	5	3	4	3
3	5	3	5	2	4	3
4	3	3	5	2	4	2
5	4	3	3	2	4	2
6	4	4	4	3	4	4
7	4	3	4	4	4	3
8	3	4	4	4	5	3
9	3	4	5	4	5	3
10	4	4	5	4	5	3
11	5	4	5	4	5	3
12	5	4	5	5	5	4
13	5	3	3	5	4	4
14	5	3	3	5	4	4
15	5	3	3	3	4	2
16	5	5	5	3	4	3
17	5	5	5	3	4	3
18	4	3	5	3	5	5
19	5	3	4	2	5	3
20	4	3	4	2	5	3
21	5	4	4	3	4	3
22	4	4	3	3	5	3
23	5	3	5	3	5	3

24	5	4	5	3	5	2
25	4	3	5	3	4	3
26	4	3	4	3	4	3
27	3	3	4	3	4	3
28	3	3	3	3	4	4
29	4	3	3	4	4	3
30	4	4	4	3	5	3
31	5	3	5	3	5	3
32	5	3	5	2	5	3
33	3	3	5	2	5	2
34	4	3	3	2	4	2
35	4	4	4	3	4	4
36	4	3	4	4	4	3
37	4	4	4	4	4	3
38	4	4	5	4	4	3
39	4	4	5	4	4	3
40	5	4	5	4	3	3
41	5	4	5	5	3	4
42	5	3	3	5	3	4
43	5	3	3	5	3	4
44	5	3	3	3	4	2
45	4	5	5	3	4	3
46	4	5	5	3	4	3
47	5	2	4	3	4	3
48	5	2	4	4	5	3
49	5	2	4	3	4	4
50	5	3	4	3	5	4
51	5	3	5	4	4	4
52	4	4	5	4	5	2
53	4	4	5	4	4	2
54	4	4	3	5	5	4
55	4	4	4	4	4	4
56	5	4	4	4	5	4
57	5	2	4	3	4	3
58	5	2	4	3	4	3
59	4	2	4	2	4	4
60	3	4	4	3	4	3
61	4	3	5	4	4	3
62	4	3	5	4	4	4
63	4	3	5	5	5	4
64	5	5	5	5	5	3
65	5	3	5	5	5	3
66	5	5	4	4	5	3
67	5	3	4	3	5	2
68	3	3	4	2	4	4
69	4	3	5	2	4	4
70	3	3	5	4	4	3

c. Pengelompokkan barang-barang sejenis

R	Kebutuhan Sehari-hari		Makanan Ringan		Alat Tulis	
	Harapan	Kinerja	Harapan	Kinerja	Harapan	Kinerja
1	4	4	4	3	5	3
2	5	3	5	3	5	3
3	5	3	5	2	5	3
4	3	3	5	2	5	2
5	4	3	3	2	4	2
6	5	4	5	5	4	4
7	5	3	3	5	4	3
8	5	3	3	5	4	3
9	5	3	3	3	4	3
10	4	5	5	3	4	3
11	4	5	5	3	3	3
12	4	2	3	3	3	4
13	4	3	3	3	3	4
14	4	3	3	3	3	4
15	4	3	3	2	4	2
16	4	5	4	2	4	3
17	4	4	4	3	4	3
18	4	4	4	3	5	3
19	4	4	4	3	5	3
20	5	3	5	2	5	3
21	3	3	5	2	5	2
22	4	3	3	2	4	2
23	4	4	4	3	4	4
24	4	3	4	4	4	3
25	4	4	4	4	4	3
26	4	4	5	4	4	3
27	4	4	5	4	4	3
28	5	4	5	4	3	3
29	5	4	5	5	3	4
30	5	3	3	5	3	4
31	5	3	3	5	3	4
32	5	3	3	3	4	2
33	4	5	5	3	4	3
34	4	5	5	3	4	3
35	4	2	3	3	4	3
36	4	3	3	3	4	2
37	4	3	3	3	4	2
38	4	3	3	2	5	2
39	4	5	4	2	5	3
40	4	4	4	3	5	3
41	4	4	4	3	5	3
42	4	4	4	3	5	2
43	4	3	4	3	3	4
44	5	3	5	3	3	4
45	5	3	5	5	3	4
46	5	3	5	5	4	4
47	4	2	5	2	4	2
48	4	3	3	4	5	3
49	4	3	4	4	4	4

50	4	4	4	3	5	3
51	5	3	5	3	5	3
52	5	3	5	2	5	3
53	3	3	5	2	5	2
54	4	3	3	2	4	2
55	4	4	4	3	4	4
56	4	3	4	4	4	3
57	4	4	5	4	5	5
58	4	4	5	3	3	5
59	4	4	5	3	3	5
60	5	4	5	3	3	3
61	5	4	4	5	5	3
62	5	3	4	5	5	3
63	5	3	4	2	3	3
64	5	3	4	3	3	3
65	4	5	4	3	3	3
66	4	5	4	3	3	2
67	4	4	4	5	4	2
68	4	3	4	4	4	3
69	4	3	4	4	4	3
70	4	3	4	4	4	3

d. Penghematan ruang rak secara vertikal

R	Kebutuhan Sehari-hari		Makanan Ringan		Alat Tulis	
	Harapan	Kinerja	Harapan	Kinerja	Harapan	Kinerja
1	4	3	4	4	4	3
2	4	4	4	4	4	3
3	4	4	5	4	4	3
4	4	4	5	4	4	3
5	5	4	5	4	3	3
6	5	4	5	5	3	4
7	5	4	5	5	3	4
8	5	3	3	5	3	4
9	5	3	3	5	4	2
10	5	3	3	3	4	3
11	4	5	5	3	4	3
12	4	5	5	3	3	4
13	4	2	3	3	4	3
14	4	3	3	3	4	3
15	4	3	3	3	3	3
16	4	3	3	2	4	4
17	4	5	4	2	3	4
18	4	4	4	3	4	2
19	4	4	4	3	4	3
20	4	4	4	3	3	2
21	3	3	4	4	4	2
22	3	4	4	3	4	3
23	5	3	5	3	4	3
24	4	4	3	3	4	3
25	4	5	4	4	4	4
26	4	3	4	4	5	3

27	4	2	4	3	5	3
28	5	4	3	3	3	3
29	5	4	3	3	4	3
30	4	3	4	4	4	4
31	4	4	4	4	4	4
32	4	4	5	4	4	4
33	4	4	5	3	4	4
34	4	4	5	4	3	3
35	4	4	5	5	3	4
36	5	3	3	5	3	4
37	5	3	3	5	3	4
38	5	2	3	3	4	2
39	4	3	5	3	4	3
40	3	5	5	3	4	3
41	4	4	4	3	3	4
42	4	3	4	4	4	3
43	4	3	4	4	4	5
44	4	3	4	4	3	3
45	4	3	4	4	3	3
46	4	4	4	4	4	4
47	4	3	5	5	4	4
48	4	3	5	3	4	3
49	5	4	5	5	3	3
50	5	4	5	5	3	4
51	5	3	3	5	3	4
52	5	3	3	5	3	4
53	5	3	3	3	4	2
54	4	5	5	3	4	3
55	4	5	5	3	4	3
56	4	4	4	3	3	4
57	4	2	5	3	4	4
58	4	3	4	4	4	5
59	4	4	4	4	3	3
60	4	3	4	4	3	4
61	4	3	4	5	3	4
62	4	3	4	5	3	5
63	4	4	4	5	4	4
64	4	4	5	3	4	4
65	5	3	5	3	3	4
66	3	4	5	4	4	3
67	5	4	5	4	5	3
68	5	5	5	4	5	3
69	3	3	5	3	4	3
70	4	3	4	4	4	4

e. Diperhatikannya lampu untuk memudahkan melihat barang

R	Kebutuhan Sehari-hari		Makanan Ringan		Alat Tulis	
	Harapan	Kinerja	Harapan	Kinerja	Harapan	Kinerja
1	5	4	5	5	5	3
2	5	3	3	5	5	3
3	5	3	3	5	4	3
4	5	3	3	3	3	4
5	4	5	5	3	3	4
6	4	5	5	3	3	3
7	4	2	3	3	4	4
8	4	3	3	3	4	4
9	4	3	3	3	4	3
10	4	3	3	2	5	4
11	4	5	4	2	5	3
12	4	4	4	3	5	3
13	4	4	4	3	4	2
14	4	4	4	3	4	3
15	3	3	4	3	4	4
16	4	3	4	3	5	4
17	4	2	3	3	5	3
18	4	2	3	4	5	3
19	4	3	4	4	5	3
20	5	3	5	4	5	5
21	4	3	5	3	3	5
22	4	2	5	3	3	5
23	4	2	5	3	3	3
24	4	3	4	5	5	3
25	5	3	4	5	5	3
26	5	3	4	2	3	3
27	5	3	4	3	3	3
28	3	3	4	3	3	3
29	3	3	4	3	3	2
30	3	2	4	5	4	2
31	4	3	4	4	4	3
32	4	2	4	4	4	3
33	4	3	4	4	4	3
34	3	3	4	2	4	3
35	3	4	5	2	4	3
36	3	4	5	4	4	3
37	5	4	5	4	3	3
38	5	4	5	5	3	4
39	5	3	3	5	3	4
40	5	3	3	5	3	4
41	5	3	3	3	4	2
42	4	5	5	3	4	3
43	4	5	5	3	4	3
44	4	4	4	3	3	4
45	4	3	4	4	4	3
46	4	3	4	4	4	5
47	4	3	4	4	3	3
48	4	3	5	3	3	3
49	3	4	4	3	3	2

50	5	4	5	5	3	3
51	5	3	3	5	3	2
52	5	3	3	5	4	3
53	5	3	3	3	4	3
54	4	5	5	3	3	3
55	4	5	5	3	3	3
56	4	2	3	3	5	4
57	4	3	3	3	3	2
58	4	3	3	3	4	2
59	4	3	3	2	4	3
60	4	5	4	2	4	3
61	4	4	4	3	3	3
62	4	4	4	3	3	4
63	4	4	4	3	5	3
64	5	3	4	4	4	3
65	4	3	3	3	4	4
66	4	4	5	3	4	3
67	5	3	5	3	4	2
68	5	3	5	3	3	4
69	4	4	4	3	3	3
70	4	4	5	4	5	4

f. Lampu yang tidak akan mempengaruhi warna kemasan

R	Kebutuhan Sehari-hari		Makanan Ringan		Alat Tulis	
	Harapan	Kinerja	Harapan	Kinerja	Harapan	Kinerja
1	4	3	5	4	5	5
2	4	3	5	3	3	5
3	4	3	5	3	3	5
4	4	3	5	3	3	3
5	4	3	4	5	5	3
6	5	2	4	5	5	3
7	5	2	4	2	3	3
8	5	3	4	3	3	3
9	3	3	4	3	3	3
10	3	4	4	3	3	2
11	3	4	4	5	4	2
12	4	4	4	4	4	3
13	4	4	4	4	4	3
14	4	3	4	4	4	3
15	3	3	5	4	5	4
16	4	3	4	3	5	4
17	5	2	3	3	5	3
18	5	2	3	4	5	3
19	4	4	4	4	5	3
20	5	4	4	4	2	5
21	4	3	3	4	3	3
22	4	2	4	4	2	3
23	4	2	5	3	4	3
24	4	3	3	3	3	3
25	3	2	4	2	3	3
26	5	3	4	3	3	4

27	5	4	5	5	4	4
28	5	3	3	5	5	3
29	5	3	3	5	3	4
30	5	3	3	3	3	3
31	4	5	5	3	5	3
32	4	5	5	3	5	5
33	4	2	3	3	4	3
34	4	3	3	3	4	3
35	4	3	3	3	4	4
36	4	3	3	2	4	3
37	4	5	4	2	4	3
38	4	4	4	3	3	4
39	4	4	4	3	3	4
40	4	4	4	3	3	4
41	5	3	3	3	4	2
42	4	5	5	3	4	3
43	4	5	5	3	4	3
44	4	4	4	3	3	4
45	4	3	4	4	4	3
46	4	3	4	4	4	5
47	4	3	4	4	3	3
48	4	3	5	3	3	3
49	3	4	4	3	3	2
50	4	4	5	4	5	5
51	4	3	5	3	3	5
52	4	3	5	3	3	5
53	3	3	5	3	3	3
54	4	3	4	5	5	3
55	3	4	4	5	5	3
56	3	3	4	2	3	3
57	4	3	4	3	3	3
58	4	3	4	3	3	3
59	4	4	4	3	3	2
60	3	3	4	5	4	2
61	5	3	4	3	4	4
62	3	4	4	4	4	4
63	3	3	4	4	4	3
64	5	2	3	2	2	3
65	4	3	3	3	4	3
66	5	3	5	3	3	3
67	5	3	5	3	5	3
68	5	3	5	3	3	3
69	4	3	5	3	4	3
70	4	4	4	4	3	3

