

PENGARUH UANG MUKA DAN LAMA ANGSURAN TERHADAP VOLUME PENJUALAN MOTOR YAMAHA PADA CV. CITRA SELARAS RAHA

Oleh

H. Hasbudin Wa Ode Nur Hidayah

Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Halu Oleo Kendari
Sulawesi Tenggara

ABSTRACT

Selling strategies policy in this study refers to down payment and the long of payment installation and the effect toward the selling volume of a corporation. consumers are sensitive in these terms. Therefore, the sum down payment and long of installation are alternative strategies can be applied of a corporation to increase the selling volume.

The objective of this study was to know the effect of determining sum of down payment and long of installation toward the selling volume simultaneously and partially of Yamaha motorcycle on CV. Citra Selaras Raha. The data were analyzed by multiple linear regression. Based on the result of analysis showed that the regression equation was $Y = 47,963 + 0,627X_1 - 0,101X_2$ and coefficient of determinasi was $R^2 = 0,937$.

Based on the result of analysis above, it can be concluded that variable of down payment and long of installation have significant effect toward the selling volume simultaneously and variable of down payment has significant effect toward selling volume partially, while variable of long installation has not significant effect toward selling volume partially.

Keyword: Down Payment, Long Of Installation and Selling Volume.

I. PENDAHULUAN

Suatu perusahaan, baik secara perseorangan, perseroan terbatas, maupun persekutuan komanditer, mempunyai tujuan yang sama dalam menjalankan aktivitasnya yaitu memaksimalkan laba yang merupakan syarat mutlak bagi kelangsungan hidup perusahaan. Salah satu caranya untuk mencapai laba yang maksimal adalah dengan meningkatkan penjualan produk. Penjualan merupakan salah satu bagian dari pemasaran yang sangat penting bagi perusahaan yang perlu mendapatkan sorotan utama karena penjualan dapat mempertahankan dan meningkatkan kelangsungan hidup perusahaan.

Perusahaan dalam meningkatkan volume penjualannya melakukan berbagai cara diantaranya promosi penjualan secara besar – besaran, meningkatkan pelayanan dalam penjualan, modifikasi produk kearah yang lebih

unik, meningkatkan mutu produk, menetapkan harga yang menarik dan usaha-usaha penjualan lainnya. Salah satu usaha yang biasanya dilakukan oleh perusahaan dalam meningkatkan volume penjualannya adalah dengan menerapkan sistem penjualan kredit atau angsuran, dimana dengan adanya kebijakan dari perusahaan ini akan lebih memudahkan bagi pihak konsumen untuk memperoleh barang atau produk yang diinginkannya. Oleh sebab itu perusahaan harus memiliki kebijakan penjualan yang memiliki daya saing yang kuat. Strategi yang dimaksud yakni penjualan angsuran yang didalamnya terdapat kebijakan penetapan uang muka, lama angsuran, serta besar angsurannya.

Seiring dengan usaha untuk meningkatkan volume penjualannya, tentunya persaingan dengan banyaknya perusahaan sejenis harus ditingkatkan, sebab sukses tidaknya perusahaan dalam meningkatkan volume penjualannya ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam melihat peluang – peluang yang ada. Oleh sebab itu perusahaan harus memiliki kebijakan penjualan yang memiliki daya saing yang kuat. Strategi yang dimaksud yakni penjualan angsuran yang didalamnya terdapat kebijakan penetapan uang muka, lama angsuran, serta besar angsurannya.

Berdasarkan uraian di atas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah (1) Apakah uang muka dan lama angsuran secara parsial berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan motor Yamaha pada CV.Citra Selaras Raha? (2) Apakah uang muka dan lama angsuran secara simultan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan motor Yamaha pada CV.Citra Selaras Raha?. Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui pengaruh uang muka dan lama angsuran secara parsial berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan motor Yamaha pada CV.Citra Selaras Raha. (2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh uang muka dan lama angsuran secara simultan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan motor Yamaha pada CV.Citra Selaras Raha.

II. KAJIAN TEORI

1. Kredit

Menurut Hasibuan (2002 : 87) yang dikutip Diana Pratiwi kredit adalah semua jenis pinjaman yang harus dibayar kembali bersama bunganya oleh pinjaman sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.

a. Tujuan Kredit

Tujuan kebijaksanaan kredit pada dasarnya untuk mencapai atau untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar – besarnya. Hal ini sejalan dengan pendapat Kartadinata yang dikutip oleh Diana Pratiwi yakni:

1. Untuk Meningkatkan Penjualan
Perusahaan yang menjual barangnya dengan kredit akan mampu menjual lebih banyak barang dibandingkan dengan perusahaan yang menuntut pembayaran tunai.
 2. Untuk Meningkatkan Laba
Penjualan yang lebih tinggi dapat diharapkan akan memberikan laba yang lebih besar bagi perusahaan.
 3. Untuk memenuhi syarat persaingan
Bilamana perusahaan-perusahaan sejenis lainnya menjual barang-barangnya dengan kredit, perusahaan pun harus menempuh kebijakan yang serupa untuk dapat bersaing dengan mereka. Kalau tidak, para langganan akan melakukan pembelian-pembelian pada perusahaan-perusahaan yang menentukan syarat-syarat yang lebih ringan.
- b. Unsur-unsur Kredit
- Setidaknya ada 4 (empat) unsur kredit menurut Budi Untung yang dikutip Diana Pratiwi, yakni:
1. Kepercayaan yaitu bahwa si pemberi kredit yakin bahwa prestasi yang diberikannya baik dalam bentuk uang, barang atau jasa akan benar – benar diterimanya kembali dalam jangka waktu tertentu dimasa yang akan datang.
 2. Tenggang waktu yaitu waktu yang memisahkan antara pemberian prestasi dengan kontraprestasi yang akan diterima pada masa yang akan datang.
 3. Prestasi atau obyek kredit yaitu tidak saja diberikan dalam bentuk uang tetapi juga dapat berbentuk barang atau jasa.
 4. *Degree Of Risk* yaitu risiko yang akan dihadapi sebagai akibat dari adanya jangka waktu yang memisahkan antara pemberian prestasi dengan kontraprestasi yang akan diterima dikemudian hari.

2. Penjualan

Menurut Winardi (2001: 52) yakni bahwa:” Penjualan adalah suatu transfer atas hak benda -benda.” Basu Swastha (2003: 8) mengemukakan pengertian penjualan:” Adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan “.

Secara konseptual, penjualan adalah suatu bentuk transaksi dimana berpindahannya kepemilikan atas barang dan jasa, penjualan ini sangat penting bagi perusahaan karena penjualan ini salah satu aktivitas yang dapat menghasilkan suatu pendapatan. Adapun jenis-jenis penjualan adalah sebagai berikut:

- a. Penjualan reguler

Penjualan regular atau penjualan biasa terdiri dari penjualan tunai maupun penjualan kredit dimana pada penjualan regular ini penentuan laba kotor merupakan hasil pengurangan antara penjualan dengan harga pokok penjualan

b. Penjualan angsuran

Penjualan angsuran ini identik dengan penjualan rumah karena penjualan angsuran ini pertama kali dikenal oleh masyarakat dari adanya suatu perusahaan *real state* yang dalam penjualan produknya (rumah) menggunakan sistem penjualan angsuran, tetapi akhir-akhir ini penjualan angsuran ini telah berkembang sehingga digunakan oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang perdagangan mobil, motor, mesin, alat-alat rumah tangga dan sebagainya.

Konsep penjualan (The Selling Concept), Kusnadi (2000:39) dalam bukunya Akuntansi Keuangan Menengah mengacu kepada produk dengan volume penjualan yang tinggi. Penjualan ini mengandung tiga konsep dasar, yaitu:

- a. Perencanaan dan operasi kepada produk dengan volume penjualan yang tinggi.
- b. Alat yang dipergunakan untuk meningkatkan adalah promosi yang gencar.
- c. Tujuan akhir adalah memenuhi atau mencapai tujuan perusahaan (laba) dengan mengusahakan volume penjualan semaksimal mungkin.

Defenisi tersebut jelas bahwa suatu penjualan angsuran merupakan metode penjualan yang mempunyai beberapa kriteria atau persyaratan khusus yang harus dipenuhi. Hal ini dimaksudkan untuk memperkecil semaksimal mungkin resiko kegagalan atau tidak terbayarnya suatu kontrak di penjualan angsuran. Kriteria yang dimaksud antara lain:

- a. Uang muka
- b. Tingkat bunga
- c. Jangka waktu angsuran
- d. Jaminan bagi penjualan

3. Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini dan dapat dijadikan sebagai bahan utama dan pembanding, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Rintan Febriani Valensia (2013), yang berjudul Pengaruh Tingkat Suku Bunga dan Uang Muka Penjualan Terhadap Penjualan Cicilan Motor Suzuki di PT.Bintan Sentosa Indah Tanjung Pinang menunjukkan bahwa secara

simultan variabel – variabel independen tingkat suku bunga dengan uang muka penjualan dengan uji- f terdapat pengaruh signifikan terhadap penjualan cicilan motor. Hasil secara parsial dengan uji- t variabel tingkat suku bunga tidak berpengaruh dan signifikan sebesar 0,187 dan denda berpengaruh positif dan signifikan sebesar -5.463,657, sedangkan uang muka penjualan berpengaruh positif dan signifikan sebesar 10,544. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,738 atau sebesar 73,8% dan sisanya sebesar 26,2% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain.

Wahyu Wibisono (2012), yang berjudul Analisis Pengaruh Kebijakan Minimal Uang Muka Kredit Terhadap Volume Penjualan Motor di Kabupaten Jombang yang hasilnya melalui perhitungan uji- t menunjukkan t_{hitung} sebesar 5,2619 dan nilai t_{tabel} sebesar 2,570582, jadi $t_{hitung} (5,2619) > t_{tabel} (2,570582) = H_0$ ditolak H_a diterima. Sehingga besaran down payment (uang muka kredit) berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan sepeda motor.

Nur Afni (2010) yang berjudul Analisis Kebijakan Penetapan Lama Angsuran terhadap volume penjualan pada PT. Bosowa Berlian Motor Cabang Kendari. Penelitian tersebut terdiri dari variabel independen (X) yakni lama angsuran dan variabel dependen (Y) yakni volume penjualan dengan hasil regresi $Y = 77,3996 - 4,6719 E-07 (X)$ dimana hasil uji hipotesis menyatakan bahwa terdapat pengaruh negative antara lama angsuran terhadap volume penjualan.

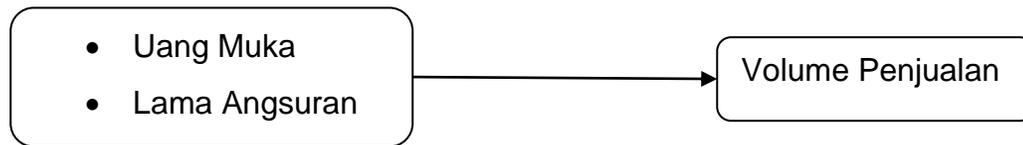
4. Kerangka Pikir

Dengan semakin ketatnya persaingan usaha, dewasa ini membuat perusahaan harus semakin selektif mempertahankan pangsa pasar yang dimilikinya agar konsumen tetap mempercayai produk – produk yang dihasilkan. Sekarang ini konsep penjualan angsuran ternyata lebih diminati terutama oleh perusahaan – perusahaan yang akan memasuki pasar langsung yang notabenehnya merupakan pasar yang sejenis.

Melihat kondisi demikian, maka perusahaan harus semakin cermat didalam mengambil keputusan strategi apa yang akan diterapkan. Penetapan uang muka dan lama angsuran sangat penting dipertimbangkan bilamana faktor tersebut memenuhi sasaran yang diinginkan, maka resiko yang dihadapi perusahaan akan sangat besar.

Sejalan dengan hal di atas, penulis tertarik untuk mengetahui lebih dalam tentang kebijakan dalam penetapan uang muka dan lama angsuran yang diterapkan oleh CV.Citra Selaras Raha dan implentasi atau pengaruh yang timbul akibat kebijakan itu dengan volume penjualan yang direalisasikan.

Kerangka Pikir



III. Metode Penelitian

Adapun yang menjadi obyek penelitian ini yaitu uang muka, lama angsuran dan volume penjualan angsuran motor Yamaha jenis Mio GT Pada CV.Citra Selaras Raha yang bergerak pada usaha penjualan kendaraan bermotor merk Yamaha.

Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif dan data kuantitatif yang diperoleh melalui data primer dan data sekunder. Berdasarkan tujuan penelitian dan karakteristik data yang diperoleh teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis linear berganda, Sehingga persamaan regresi dalam penelitian ini adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Uang muka adalah sejumlah uang sebagai pembayaran awal yang dilakukan atas pembelian angsuran atau cicilan motor Yamaha yang terjual secara angsuran yang diukur dalam satuan rupiah pada CV.Citra Selaras Raha.
- Lama angsuran adalah jangka waktu dalam pelunasan angsuran pada CV.CitraSelaras Raha berdasarkan kesepakatan yang dinyatakan dalam satuan periode (bulan).
- Volume penjualan adalah banyaknya motor Yamaha yang terjual secara angsuran pada CV.Citra Selaras Raha yang diukur dalam satuan unit.

IV. Hasil Penelitian Dan Pembahasan

1. Hasil Penelitian

a. Deskriptif Variabel Penelitian

Penelitian ini terdiri dari tiga variabel yaitu uang muka (X_1) dan lama angsuran (X_2) sebagai variabel bebas dan volume penjualan (Y) sebagai variabel terikat. Berikut data volume penjualan motor Yamaha jenis Mio GT pada CV. Citra Selaras Raha mulai tahun 2010-2014.

Tabel 1. Variabel uang muka (X1) dan lama angsuran (X2) serta volume penjualan motor Yamaha jenis Mio GT pada CV. Citra Selaras Raha Tahun 2010 – 2014.

Tahun	Uang Muka (Dalam Jutaan Rupiah)	Lama Angsuran (Bulan)	Volume Penjualan
2010	3.35	36	22
	3.50	36	20
	4.00	30	19
	4.50	30	13
	5.00	24	10
	5.50	24	8
	6.00	18	7
2011	3.35	36	21
	3.50	36	19
	4.00	30	17
	4.50	30	15
	5.00	24	13
	5.50	24	10
	6.00	18	9
2012	3.35	36	23
	3.50	36	21
	4.00	30	17
	4.50	30	15
	5.00	24	11
	5.50	24	8
	6.00	18	6
2013	3.35	36	25
	3.50	36	22
	4.00	30	18
	4.50	30	14
	5.00	24	10
	5.50	24	9
	6.00	18	7
2014	3.35	36	26
	3.50	36	22
	4.00	30	19
	4.50	30	16
	5.00	24	13
	5.50	24	10
	6.00	18	8

Sumber : CV. Citra Selaras Raha (Data Diolah)

Uang muka merupakan pembayaran awal yang dilakukan dalam pembelian secara angsuran, yang merupakan salah satu faktor yang dapat

mempengaruhi volume penjualan pada CV. Citra Selaras Raha. Besarnya uang muka yang ditetapkan oleh CV. Citra Selaras Raha yakni minimal 20% dari harga jual kendaraan. Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa uang muka yang ditetapkan oleh CV. Citra Selaras Raha berkisar antara Rp 3.350.000 sampai Rp 6.000.000. Dimana setiap uang muka mengalami kenaikan sebesar Rp 500.000. Disamping itu juga tampak bahwa pada uang muka terendah sebesar Rp 3.350.000 dan uang muka tertinggi yakni Rp 6.000.000. Hal ini dilakukan untuk mengurangi resiko kerugian perusahaan dalam penjualan secara angsuran.

Lama angsuran merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu barang. Penetapan lama angsuran merupakan faktor yang harus diperhatikan dalam meningkatkan volume penjualan. Dari tabel tersebut terlihat bahwa lama angsuran yang ditetapkan oleh CV. Citra Selaras Raha mulai dari 18 bulan sampai 36 bulan. Hal tersebut akan mempengaruhi minat konsumen dalam menentukan pembelian motor pada CV. Citra Selaras Raha.

Volume penjualan yang ditunjukkan dalam penelitian adalah penjualan motor Yamaha jenis Mio GT pada CV. Citra Selaras Raha tahun 2010 – 2014. Untuk mengetahui pengaruh kedua variabel bebas terhadap volume penjualan, maka diambil data volume penjualan motor Yamaha jenis Mio GT tahun 2010 – 2014 yang dibagi kedalam 35 bagian berdasarkan besarnya uang muka kendaraan tersebut. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa volume penjualan motor Yamaha jenis Mio GT pada CV. Citra Selaras Raha tahun 2010 – 2011 mengalami fluktuasi. Volume penjualan tertinggi yakni 26 unit pada tahun 2014 dan selanjutnya 25 unit pada tahun 2013, hal ini disebabkan oleh uang muka yang bisa dijangkau oleh konsumen sehingga memberikan kemudahan untuk memperoleh kendaraan yang diinginkannya. Kemudian volume penjualan terkecil yakni 6 unit pada tahun 2010 dan 2012, hal ini disebabkan karena tingginya uang muka sehingga sulit untuk dijangkau oleh konsumen.

b. Uji Asumsi Klasik

Pengukuran asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, dan uji autokorelasi. Hasil uji normalitas dengan menggunakan *P-Plot Of Regression Standardized Residual* pola grafik normal terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa model regresi layak dipakai dalam penelitian ini karena memenuhi asumsi normalitas. Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa data menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas dalam

model regresi yang digunakan. Uji multikolinearitas dapat dilihat bahwa nilai VIF sebesar 6,511 dan *tolerance* 0,046 yang berarti tidak terjadi multikolinearitas. Sementara Durbin-Watson pada pengujian regresi dapat dikatakan tidak mengalami autokorelasi atau tanpa autokorelasi dengan diperoleh nilai D-W sebesar 1.103.

c. Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan perhitungan melalui computer dengan menggunakan program SPSS diperoleh hasil regresi sebagai berikut :

Tabel 4.5. Hasil Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	47.963	11.164		4.296	.000		
UANG MUKA	.627	1.275	1.074	5.198	.000	.046	6.511
LAMA ANGSURAN	-.101	.192	-.109	-.529	.601	.046	6.511

a. Dependent Variable: VOLUME PENJUALAN

Hasil regresi untuk data penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y=47,963+ 0,627X1 - 0,101X2 + 1,5147$$

Persamaan regresi yang diperoleh diatas maka dapat disimpulkan bahwa:

- Uang muka* dalam model persamaan menunjukkan koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,627 yang dapat diartikan terdapat hubungan positif antara variabel uang muka terhadap volume penjualan. Hal ini berarti bahwa tinggi rendahnya uang muka maka akan mempengaruhi volume penjualan.
- Lama angsuran* dalam model persamaan diatas menunjukkan adanya koefisien regresi dengan arah negatif sebesar -0,101 yang dapat diartikan terdapat hubungan yang negatif antara variabel lama angsuran terhadap volume penjualan. Hal ini dimaksudkan bahwa pada variabel lama angsuran tidak mempengaruhi volume penjualan.

d. Pengujian Hipotesis

Adapun penjelasan dari pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Parsial (uji t)

a. Variabel Bebas X1 (Uang Muka)

Persamaan regresi untuk variabel uang muka bernilai positif (0.627), sehingga dapat diartikan bahwa pengaruh yang diberikan oleh variabel uang muka terhadap volume penjualan adalah positif. Dari tabel 4.6 hasil pengujian parsial (uji t) antara uang muka terhadap volume penjualan, menunjukkan nilai $t_{hitung} = 5,198$ dan $t_{tabel} = 3,622$ maka dapat diartikan $t_{hitung} > t_{tabel}$. Dan angka signifikan = 0,000 dan taraf signifikan = 0,05, maka angka signifikan < taraf signifikan.. Hal ini berarti bahwa uang muka secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Dengan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa Hipotesis 1 (H_1) yang mengatakan uang muka berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan dapat diterima.

b. Variabel Bebas X2 (Lama Angsuran)

Persamaan regresi untuk variabel lama angsuran bernilai negative (-0,101), sehingga dapat diartikan bahwa pengaruh yang diberikan oleh variabel lama angsuran terhadap volume penjualan adalah negatif. Dari tabel 4.6 hasil pengujian parsial (uji t) antara lama angsuran terhadap volume penjualan menunjukkan nilai $t_{hitung} = -0,529$, dan $t_{tabel} = 3,622$ maka dapat diartikan $t_{hitung} < t_{tabel}$. Dan angka signifikan = 0,601 dan taraf signifikan = 0,05, maka angka signifikan > taraf signifikan.. Hal ini berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel lama angsuran secara parsial terhadap volume penjualan.

Kondisi ini mengandung arti bahwa pada variabel lama angsuran tidak mempengaruhi volume penjualan. Dengan ini dapat diketahui bahwa hipotesis 2 (H_2) yang menyatakan lama angsuran berpengaruh negatif terhadap volume penjualan tidak dapat diterima.

2. Uji Simultan (Uji f)

Uji F ini bertujuan untuk menguji pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen dan apabila probabilitas (signifikansi) lebih besar dari α (0,05) maka variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen, tetapi jika probabilitas (signifikansi) lebih kecil dari α (0,05) maka variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

Hasil uji F dapat dilihat bahwa model persamaan regresi ini mempunyai nilai $F_{hitung} = 237,437$ dan $F_{tabel} = 3,29$. Hal ini menunjukkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0.000 < 0,05$. Karena tingkat signifikansi lebih kecil dari α (0,05) ,maka hal ini dapat dikatakan bahwa uang muka dan lama

angsuran secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap volume penjualan.

e. Koefisien Determinasi

Hasil koefisien determinasi yang ditunjukkan dari nilai R^2 sebesar 0,937. Hal ini berarti bahwa 93,7% variabel dependen yaitu volume penjualan dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen yaitu uang muka dan lama angsuran, sedangkan sisanya sebesar 6,3% dijelaskan oleh variabel lainnya atau sebab-sebab lainnya diluar model penelitian ini.

2. Pembahasan

Pembahasan pada penelitian ini akan dijelaskan baik secara parsial maupun simultan tentang pengaruh *uang muka dan lama angsuran terhadap volume penjualan motor yamaha pada CV.Citra Selaras Raha*. Adapun penjelasan dari kedua variabel tersebut adalah sebagai berikut:

a. Pengaruh Uang Muka Terhadap Volume Penjualan

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa uang muka berpengaruh positif sebesar 0,627, hasil pengujian parsial (uji t) antara uang muka terhadap volume penjualan, menunjukkan $t_{hitung} = 5,198$ dan $t_{tabel} = 3,622$ dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yang berada dibawah 0,05. Hal ini berarti bahwa uang muka secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan sehingga dapat diartikan bahwa pengaruh yang diberikan oleh variabel uang muka terhadap volume penjualan adalah positif signifikan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya uang muka sangat berpengaruh terhadap volume penjualan, penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Rintan Febriani Valensia (2013) dan Wahyu Wibisono (2012) yang menunjukkan bahwa uang muka berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan.

b. Pengaruh Lama Angsuran Terhadap Volume Penjualan

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa lama angsuran berpengaruh negative sebesar -0,101, sehingga dapat diartikan bahwa pengaruh yang diberikan oleh variabel lama angsuran terhadap volume penjualan adalah negatif, hasil pengujian parsial (uji t) antara lama angsuran terhadap volume penjualan menunjukkan $t_{hitung} = -0,529$ dan $t_{tabel} = 3,622$ dengan nilai signifikan sebesar 0,601 yang berada diatas taraf signifikan yakni 0,05. Hal ini berarti lama angsuran secara parsial berpengaruh negative terhadap volume penjualan sehingga dapat diartikan bahwa pengaruh yang diberikan oleh variabel lama angsuran terhadap volume penjualan adalah negative dan tidak signifikan, karena nilai signifikan lebih besar dari taraf signifikan yakni $0,601 > 0,05$, hal ini mengandung arti bahwa pada variabel lama angsuran tidak mempengaruhi

volume penjualan. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Nur Afni (2010) yang menunjukkan bahwa lama angsuran berpengaruh negatif terhadap volume penjualan.

c. Pembahasan Secara Simultan

Hasil penelitian yang dilakukan secara simultan menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} = 237,437$, dan $F_{tabel} = 3,29$ dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Karena dari hasil diatas menunjukkan tingkat signifikansi lebih kecil dari α (0,05) yaitu sebesar 0.000, yang artinya bahwa *uang muka dan lama angsuran* secara simultan mempunyai pengaruh terhadap volume penjualan. Apabila penetapan uang muka tinggi maka peminatnya kurang sehingga volume penjualan juga akan berkurang, jika uang muka rendah maka peminatnya meningkat karena bisa terjangkau oleh konsumen sehingga volume penjualan akan meningkat, sedangkan untuk lama angsuran juga mempengaruhi volume penjualan, apabila masa angsuran lama maka adanya hal-hal yang akan terjadi misalnya kecelakaan yang tidak diinginkan sedangkan kepemilikan kendaraan belum 100%, kemudian kemampuan untuk membayar dari bulan pertama sampai dengan bulan ketiga akan berbeda dengan bulan berikutnya karena banyaknya kebutuhan lain yang harus dipenuhi oleh pihak konsumen. Dari hasil penelitian yang diperoleh maka kedua variabel independen yakni *uang muka dan lama angsuran* memberikan kontribusi pengaruhnya terhadap volume penjualan. Hal ini terlihat bahwa nilai R^2 sebesar 0,937. Yang berarti bahwa 93,7% variabel dependen yaitu volume penjualan dipengaruhi oleh kedua variabel independen yaitu uang muka dan lama angsuran, sedangkan sisanya sebesar 6,3% dijelaskan oleh variabel lainnya atau sebab-sebab lainnya diluar model penelitian ini.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah variabel uang muka mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan, variabel lama angsuran mempunyai pengaruh negatif tidak signifikan terhadap volume penjualan. Dan secara simultan uang muka dan lama angsuran mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan karena kedua variabel ini merupakan faktor yang diperhatikan konsumen dalam setiap penjualan angsuran.

Saran dari penelitian ini bagi perusahaan untuk meningkatkan lagi volume penjualannya maka pihak perusahaan harus memperhatikan kebijakan penetapan uang muka dan lama angsuran yang bisa dicapai oleh konsumen sehingga mempermudah konsumen untuk mendapatkan kendaraan yang diinginkan. Dan bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar lebih mengkaji lagi

pengaruh uang muka dan lama angsuran terhadap volume penjualan untuk mendapatkan hasil yang berbeda atau menggunakan variabel-variabel lain diluar variabel dalam penelitian ini seperti penentuan bunga dalam penjualan kredit.

DAFTAR PUSTAKA

- Baridwan, Zaki.2004. *Intrmediate Accounting*. Yogyakarta: BPFE.
- BN. Marbun. 2005. *Kamus Manajemen*. Pustaka Sinar Harapan: Jakarta.
- Fandy. 2005. *Service Marketing*. Esensi dan Aplikasi.Yogyakarta.Marknesis.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivarite dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan,Ali. 2008. *Marketing*.Yogyakarta.Media Presindo.
- Kotler, Philip.2003. *Manajemen Pemasaran*. Diterjemahkan oleh Hendra Teguh dkk.Jakarta: PT. Prehalindo.
- Marzuki, NurAfni. 2010. *Analisis Kebijakan Lama Aangsuran Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Bosowa Berlian Motor Cabang Kendari*.Skripsi. Ekonomi Akuntansi.
- Santoso, Singgih. 2001. *Riset Pemasaran (Konsep dan Aplikasi dengan SPSS)*. Jakarta: IKAPI.
- Swastha, Basu dan Irawan.2003.*Manajemen Pemasaran Modern*.Liberti: Jakarta.
- Simons, Harry dan Wilbert E.Karrenbrock. 2003. *Advance Accounting*. Dikutip oleh R.A. FadlyBangkalany dan Bec.Kartini. Jakarta. PT.Bina Aksara.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Bisnis. Cetakan Ketiga*. Bandung Alfabeta.
- Soepriyanto,dkk. 2009. *Pengantar Akuntansi Adaptasi Indonesia*.Salemba Empat: Jakarta.
- Tjiptono, Fandy .2005.*Pemasaran Jasa*.BayumediaPublishing : Malang.
- Valensia, RintanFebriani. 2013. *Pengaruh Tingkat Suku Bunga dan Uang Muka Penjuaalan Terhadap Penjualan Cicilan di PT. Bintang Sentosa IndahTanjung Pinang*. Skripsi Ekonomi Akuntansi.
- Wibisono, Wahyu.2012. *Analisis Pengaruh Kebijakan Uang Muka Kredit (Down Payment) Terhadap Volume Penjualan Sepeda Motor di Kabupaten Jombang*. Jurnal Ekonomi Akuntansi.
- Widayat, Utoyo dan SugitoWibowo.2007. *Akuntansi Penjualan Angsuran dan Konsinyasi*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Yunus, Hadori dan Harnanto. 2009. *Akuntansi Keuangan Lanjutan*. BPFE.Yogyakarta
- Yendrawati, Reni. 2005. *Akuntansi Keuangan Lanjutan I*. Penerbit Ekonisia. Fakultas Ekonomi UII: Yogyakarta.