
PENGARUH HARGA JUAL TERHADAP VOLUME PENJUALAN MOTOR HONDA BEAT PADA DEALER ANUGERAH KENCANA MOTOR LAHAT

Tri Rusilawati K

STIE Sereho Lahat

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of the sale price to sales volume of motor honda beat the dealer Anugerah Kencana Motor Lahat, the objectives of this research is to see and know the effect of the sale price to increase sales volume of motor honda beat the Dealer Award Motor Kencana (AKM) Lahat. As well as to see and know the relationship between the selling price and sales volume of motor honda beat the Dealer Award Kencana Motor (AKM) Lahat. In explaining and objectively portray the formulation of the problem, the writer uses the method of data collection in the form of Library Studies, Field Study consisting of: Interviews, observations and questionnaires. Data analysis technique used is the qualitative and quantitative analysis techniques . Based on analysis of the correlation coefficient (r) value of 0.39 means indicates that there is a weak correlation between the variable sales price to sales volume variables. To test the hypothesis that has been formulated rejected or accepted use tool t -test analysis and the obtained results are: the value of the t -table (0.05: 5), namely 3.182 and 0.79 t -test thus t -value $< t$ -table ($t < t$ -table), then H_0 is accepted and H_1 is rejected if the correlation is not significant. From the above results, it can be said that this test is accepted or significant.

Keywords: *selling price, sales volume*

Pada era globalisasi sekarang ini tingkat persaingan dalam dunia usaha semakin tinggi dan hanya badan usaha yang memiliki kinerja atau performa yang baik yang akan bertahan. Dengan semakin banyaknya pesaing dalam dunia usaha yang sama membuat konsumen akan mempunyai banyak pilihan yang diberikan oleh perusahaan-perusahaan sehingga konsumen akan lebih selektif dalam menentukan pilihan produk yang diinginkannya.

Menentukan harga jual ke konsumen akan memengaruhi besar keuntungan yang bisa Anda nikmati dan lama Anda bisa meraih balik modal. Namun menetapkan harga jual juga harus hati-hati karena akan menentukan laku atau tidaknya sebuah produk. Karena itu, dibutuhkan suatu strategi khusus dalam menentukan harga jual. Dengan

harga jual yang tepat terhadap suatu produk maka akan mampu meningkatkan volume penjualan. Namun pada dealer Anugerah Kencana Motor ini harga jualnya masih dikategorikan cukup tinggi dibanding dealer yang lain.

Tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini adalah untuk melihat dan mengetahui pengaruh harga jual terhadap peningkatan volume penjualan motor honda beat pada Dealer Anugerah Kencana Motor (AKM) Lahat. Serta untuk melihat dan mengetahui hubungan antara harga jual dengan volume penjualan motor honda beat pada Dealer Anugerah Kencana Motor (AKM) Lahat.

TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Harga Jual

Harga jual adalah sejumlah kompensasi (uang ataupun barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Perusahaan selalu menetapkan harga produknya dengan harapan produk tersebut laku terjual dan boleh memperoleh laba yang maksimal.

Honsen dan Mowen (2001) Harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan.

Mulyadi (2002) pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah mark-up.

Volume Penjualan

Basu Swastha DH (2004) penjualan adalah interaksi antara individu saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran sehingga menguntungkan bagi pihak lain.

Tujuan umum penjualan dalam perusahaan yaitu :

- 1) Mencapai volume penjualan
- 2) Mendapatkan laba tertentu
- 3) Menunjang pertumbuhan perusahaan

Volume penjualan merupakan hasil akhir yang dicapai perusahaan dari hasil penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Volume penjualan tidak

memisahkan secara tunai maupun kredit tetapi dihitung secara keseluruhan dari total yang dicapai.

Kotler (2005) volume penjualan adalah barang yang terjual dalam bentuk uang untuk jangka waktu tertentu dan didalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik. Ada beberapa usaha untuk meningkatkan volume penjualan, diantaranya adalah :

- 1) Menjajakan produk dengan sedemikian rupa sehingga konsumen melihatnya.
- 2) Menempatkan dan pengaturan yang teratur sehingga produk tersebut akan menarik perhatian konsumen.
- 3) Mengadakan analisa pasar.
- 4) Menentukan calon pembeli atau konsumen yang potensial.
- 5) Mengadakan pameran.
- 6) Mengadakan discount atau potongan harga

Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada penelitian sebelumnya oleh (Arsyah, 2013) dengan judul Pengaruh Harga Terhadap Peningkatan Penjualan Motor Honda Revo Pada PT. Gratia Plena Mas Motor Lahat, dengan hasil perhitungan analisis Koefisien Korelasi didapat r sebesar 0,97 (mendekati 1) artinya adanya hubungan yang erat antara harga dengan volume penjualan. Sedangkan nilai Koefisien Determinasinya (KD) adalah 0,9409 berarti kontribusi harga terhadap volume penjualan sebesar 94,09 % dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Hipotesis

Berdasarkan uraian kerangka pemikiran maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

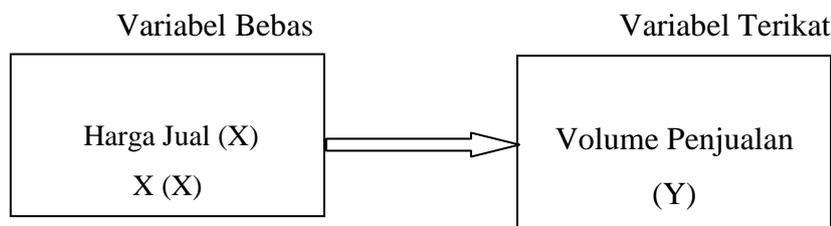
- H1 : Diduga ada Pengaruh yang signifikan antara Harga Jual terhadap Volume Penjualan Motor Honda Beat Pada Dealer Anugrah Kencana Motor Lahat.
- H2 : Diduga ada Hubungan yang positif antara Harga Jual dengan Volume Penjualan Motor Honda Beat Pada Dealer Anugrah Kencana Motor Lahat.

Kerangka Konseptual Penelitian

Dalam penelitian ini model penelitian yang menggambarkan pengaruh Harga Jual terhadap Volume Penjualan Motor Honda Beat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 1

Model Penelitian



METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel Penelitian

Arikunto (2006:130) “ Populasi adalah keseluruhan objek penelitian “. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh data dari laporan keuangan pada Dealer Anugerah Kencana Motor Lahat, populasi ini tidak semuanya akan diteliti namun akan diambil sampel yang dianggap mewakili dari populasi. Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah data penjualan selama 5 (lima) tahun terakhir yaitu dari tahun 2009 s/d tahun 2013.

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Sampel sebagian populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap bisa mewakili seluruh populasi dimana jumlahnya lebih sedikit dari jumlah populasi. Teknik pengambilan sampel ini adalah dengan cara purposive sampling, sedangkan metode yang digunakan dalam pengambilan sampel menggunakan Metode Data Time Series yaitu merupakan sekumpulan data dari suatu fenomena tertentu yang didapat dalam beberapa interval waktu tertentu misalnya dalam waktu mingguan, bulanan, atau tahunan, menurut Husein Umar (2003:42). Sampel yang diambil yaitu data Harga Jual dan volume penjualan selama 5 tahun terakhir di mulai tahun 2009 sampai dengan 2013.

Metode Pengumpulan Data

Adapun metode atau teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu :

1. Studi Lapangan (*Field Research*), Merupakan pengumpulan data secara langsung terhadap objek penelitian, dengan tujuan memperoleh data resmi dan akurat serta relevan dengan masalah-masalah yang diteliti dengan cara :
 - Observasi : Melakukan pengumpulan data yang diperoleh dengan menggunakan pengamatan langsung, mempelajari serta menganalisa dokumen dan catatan perusahaan yang berkaitan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian.
 - Wawancara : Merupakan pengumpulan data dengan menggunakan tanya jawab langsung kepada pimpinan dan pegawai Pada Dealer Anugerah Kencana Motor Lahat.
2. Studi Kepustakaan (*Library Research*), Merupakan teknik pengumpulan data yang bersumber dari literature-literatur, buku-buku, diktat, perkuliahan dan informasi lainnya yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

Metode Analisis

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah analisa kualitatif dan analisa kuantitatif yaitu :

1. Metode Kualitatif yaitu metode analisis non statistic atau hanya berupa uraian-uraian tidak menggunakan perhitungan statistik, tetapi menggunakan tabel-tabel. Metode analisa kualitatif dilakukan dengan cara mempelajari literatur-literatur, karya ilmiah, dokumen-dokumen dan sumber daya lainnya yang telah dibukukan guna mendapatkan landasan teori yang mendukung analisa data.
2. Metode Kuantitatif yaitu metode analisis yang berbentuk angka-angka. Dalam hal ini menggunakan perhitungan statistik sesuai dengan rumusan permasalahan dalam penelitian ini, yaitu untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Harga Jual Terhadap Volume Penjualan Motor Honda Beat Pada Dealer Anugrah Kencana Motor Lahat
 - a. Regresi Linear Sederhana

Untuk mengetahui besarnya Pengaruh Harga Jual Terhadap Volume Penjualan Motor Honda Beat Pada Dealer Anugrah Kencana Motor Lahat dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + bx$$

Dimana :

Y = Volume penjualan

X= Harga Jual

a = Bilangan Konstanta

b = Korelasi

n = Periode Waktu

Dimana nilai-nilai a dan b dicari dengan rumus sebagai berikut :

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \cdot \sum y}{n \sum x^2 - \sum (x)^2}$$

$$a = \frac{\sum y - b \cdot \sum x}{n}$$

b. Koefisien Korelasi

Untuk mengukur keeratan hubungan antara dua variabel yaitu kuatnya hubungan antara Harga Jual terhadap volume penjualan, maka perlu diadakan pengukur tentang tingkat korelasi kedua variabel tersebut.

Dengan rumus :

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

Dimana :

r = Koefisien Korelasi Antar X dan Y

X = Harga Jual

Y= Volume Penjualan

n = Periode Waktu

c. Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis dimuka digunakan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Formulasi Ho dan Hi

Ho : b = 0 → Harga jual tidak berpengaruh terhadap volume penjualan

H1: b ≠ 0 → Harga jual berpengaruh terhadap volume penjualan

2. Nilai kebenaran (α) = 95%

3. Kriteria Pengujian :

Ho diterima jika - t tabel < t hitung < t tabel

Ho ditolak jika t hitung > t tabel atau t hitung < - t tabel

$$4. \quad t. \text{ hitung} = \frac{b}{S_y}$$

5. Kesimpulan menerima atau menolak H_0

Keterangan :

b = Mengetahui derajat kebebasan $df = n-2$

S_y = Koefisien korelasi

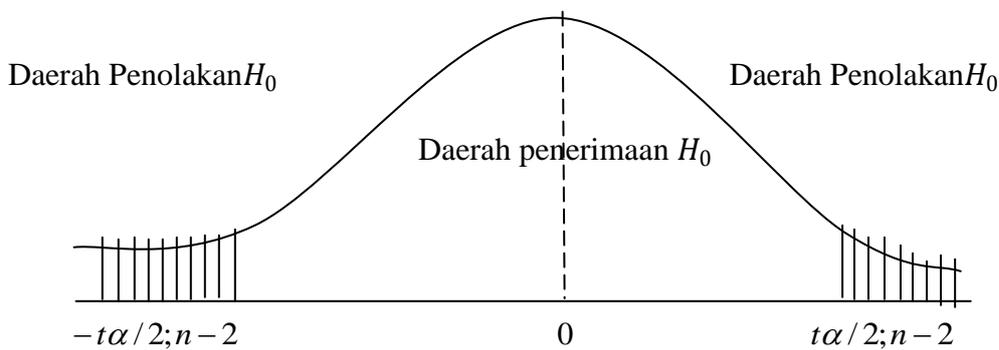
n = Periode Waktu

Kriteria pengambilan keputusan :

H_0 ditolak apabila t hitung $>$ t tabel berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara harga jual dan volume penjualan

H_1 diterima apabila t hitung $<$ t tabel berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara harga jual dan volume penjualan.

Gambar Daerah Penerimaan Dan Penolakan



H_0 ditolak apabila t hitung $>$ t table, berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga jual dan Volume penjualan. Tingkat Signifikan 0,05.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisa Kuantitatif

Analisa ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis suatu masalah agar dapat memberikan gambaran secara kongkrit, yaitu hubungan antara harga jual terhadap peningkatan volume penjualan pada Dealer AKM Lahat. Dalam analisis

kuantitatif ini data yang diperoleh dari perusahaan berupa harga jual dan volume penjualan selama 5 tahun yaitu dari periode tahun 2009 sampai dengan tahun 2013.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis, data jumlah harga jual dilihat pada Tabel 1 :

Tabel 1. Jumlah Harga Jual dan Volume Penjualan Dealer AKM Lahat

Tahun	Harga Jual (dalam jutaan)	Volume Penjualan (unit)
2009	34.050.000	785
2010	20.600.000	890
2011	32.550.000	945
2012	9.000.000	905
2013	57.850.000	992
Jumlah	154.050.000	4.517

Sumber : Dealer Anugrah Kencana Motor (AKM) Lahat 2014

Pembahasan

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (harga jual) dengan variabel dependen (volume penjualan) pada Dealer AKM Lahat. Dapat dilakukan dengan beberapa Metode Analisis yaitu :

a. Regresi Linear Sederhana

n : Jumlah Tahun

$$b = \frac{n (\sum XY) - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{n (\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{5 \times (141.355.200) - (154.050) \times (4.517)}{5 \times (6.070.887.500) - (154.050)^2}$$

$$b = \frac{706.776.000 - 695.843.850}{30.354.437.500 - 23.731.402.500}$$

$$b = \frac{10.932.150}{6.623.035.000}$$

$$b = 0,016$$

Kemudian untuk mendapatkan nilai a, yaitu

$$a = \frac{\sum y - b \cdot \sum x}{n}$$

$$a = \frac{4.517 - (0,016 \times 154.050)}{5}$$

$$a = \frac{4.517 - 2464,8}{5}$$

$$a = \frac{2052,2}{5}$$

$$a = 410,44$$

Dari perhitungan diatas diperoleh nilai a = 410,44 dan nilai b = 0,016, sehingga diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + b X$$

$$Y = 410,44 + 0,016 X$$

Dapat diartikan bahwa apabila tidak ada harga jual atau variabel x = 0 maka volume penjualan atau variabel Y = 410,44 dan apabila variabel X atau harga jual ditingkatkan satu satuan maka variabel y atau volume penjualan akan meningkat sebesar 0,016 satuan sehingga terbukti bahwa harga jual dapat mempengaruhi peningkatan volume penjualan pada Dealer AKM Lahat.

b. Koefisien Korelasi

Untuk mengukur hubungan antara dua variabel harga jual terhadap volume penjualan digunakan analisa koefisien korelasi dengan metode last square dengan rumus :

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

$$r_{xy} = \frac{(5)(141.355.200) - (154.050)(4.517)}{\left(\sqrt{(5)(6.070.887.500) - (154.050)^2}\right) \left(\sqrt{(5)(4.104.439) - (4.517)^2}\right)}$$

$$r_{xy} = \frac{10.932.150.000}{28.062.761.798}$$

$$r_{xy} = 0,39$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, diperoleh nilai koefisien korelasi r sebesar 0,39. Artinya Nilai r rendah (mendekati 0) mengindikasikan hubungan yang lebih lemah. Hal ini menunjukkan bahwa harga jual mempunyai pengaruh yang positif dan lebih lemah dalam meningkatkan volume penjualan, dapat dilihat dari $0 < r < +1$ berarti terjadi korelasi positif antara variabel X dan variabel Y.

c. Pengujian Hipotesis

Nilai t dapat dihitung sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t = \frac{0,39\sqrt{5-2}}{\sqrt{1-(0,39)^2}}$$

$$t = 0,79$$

Dengan taraf signifikan 0,025 dan derajat kebebasan (dk) $n - 2 = 5 - 2 = 3$, maka diperoleh t tabel sebesar 3,182 dan t hitung sebesar 0,79. Hal ini menunjukkan t hitung $< t$ tabel ($t_{hitung} = 0,79 < t_{\alpha/2} = 3,182$). Dengan kriteria jika t hitung $> t$ tabel maka H_0 ditolak dan H_1 diterima jika korelasi tersebut signifikan dan jika t hitung $< t$ tabel maka H_0 diterima dan H_1 ditolak jika korelasi tersebut tidak signifikan. Jadi dari hasil tersebut diatas maka dapat dikatakan bahwa pengujian ini diterima atau signifikan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan dimuka maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari perhitungan regresi linear sederhana didapat persamaan $Y = 410,44 + 0,016 X$. Hal ini menunjukan bahwa harga jual dapat mempengaruhi peningkatan volume penjualan bahwa setiap kenaikan satu satuan harga jual maka volume penjualan akan meningkat 0,016 satuan.
2. Dari perhitungan koefisien korelasi didapat nilai $r = 0,39$ ini menunjukan adanya hubungan positif antara harga jual terhadap peningkatan volume penjualan. Dilihat dari $r = 0,016$, hubungan ini tidak begitu kuat.

-
3. Dari hasil uji test didapat nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($t_0 = 0,79 < t_{\alpha/2} = 3,182$) dengan tingkat keyakinan 95%. Artinya H_0 diterima dan H_1 ditolak, berarti terbukti bahwa harga jual berpengaruh signifikan terhadap peningkatan volume penjualan dan berarti hipotesis dalam penelitian ini diterima.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan tersebut maka dapat diberikan sumbangan saran kepada dealer AKM Lahat sebagai berikut :

1. Harga jual pada dealer AKM sangat diperhatikan karena dalam suatu produk sangat menentukan minat konsumen terutama dalam hal kualitas.
2. Untuk dapat menjangkau daerah pemasaran yang lebih luas kiranya pemilik usaha dapat memulai mengadakan kegiatan promosi yang lebih banyak lagi.
3. Selain memperhatikan harga jual pada dealer AKM Lahat juga harus memberikan perhatian lebih pada faktor-faktor lain yang juga berpengaruh terhadap peningkatan penjualan seperti lebih meningkatkan pelayanan pada konsumen, dan karyawan yang ada diharapkan dapat bekerja secara profesional sehingga dapat meningkatkan hasil produk dan memperoleh pangsa pasar yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsini. 2006. *Prosedur Penelitian*. Jakarta, PT. Reneika Cipta
- Hansen, Dan Mowen. 2001. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, Eralnga
- David R. Fred. 2010. *Manajemen Strategi*. Jakarta , Salemba Empat.
- Dharma, Surya. 2011. *Penerapan Kinerja Dalam Organisasi*, Penerbit Bumi Aksara, Jakarta
- Ginting Hartimbul. F, Nembah. 2011. *Manajemen Pemasaran*, Bandung, CV. Yrama Widya.
- J. Supranto, MA. 2004. *Teori Aplikasi Statistik*, Erlangga, Jakarta
- Kotler. Philip 2005. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta Erlangga
- Mulyadi. 2002. *Akuntansi Biaya*, Jakarta, Erlangga

M. Mursid 2006 *Manajemen Pemasaran*, Jakarta Bumi Aksara

Saladin. Djasmin.2000. *Manajemen Strategi*, Bandung, BPFE

Simamora, Henry. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Ghalia Indonesia. Jakarta

Sofyan Assauri. 2000. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, Rajawali Press

Swasta Basu. 2001. *Manajemen Penjualan*, Yogyakarta, BPFE

—————2004. *Azas-azas Marketing*. Ghalia Indonesia Yogyakarta

Sugiyono.2009, *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung, Alfa Beta.