

PENGARUH HARGA TERHADAP PENJUALAN PRODUK CPF1 WINDOW FILM DI MEDAN

Debora Tambunan

Dosen Program Studi Akuntansi, STIE Mahkota Tricom Unggul

email: tdebora64@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap penjualan. Populasi dalam penelitian ini adalah data penjualan periode tahun 2014 yang terdiri dari 12 bulan sedangkan teknik penentuan sampel dengan *total sampling* yang berarti populasi semua dapat dijadikan sampel penelitian yang berjumlah 12 bulan. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif berguna untuk menganalisis bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lain, dan juga berguna pada penelitian yang bersifat eksperimen dimana variabel independennya diperlakukan secara terkendali oleh peneliti untuk melihat dampaknya pada variabel dependennya secara langsung.

Hasil analisis regresi sederhana yaitu $Y = 2.535 - 78.123X$ yang menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh negatif terhadap penjualan. Sedangkan hasil uji (t) atau uji parsial menunjukkan bahwa t hitung = -3.219 ($n-2=12-2=10$) < t table 1.812 kemudian koefisien determinasi sebesar 0,713, artinya harga mampu menjelaskan penjualan pada taraf yang erat dan positif. Kemudian koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,509 (50,9%). Sehingga dapat dikatakan bahwa 50,9 % variasi variabel terikat yaitu variabel harga dapat menjelaskan penjualan sedangkan sisanya sebesar 49,1 % dipengaruhi oleh variabel lain selain faktor harga.

Kata kunci : Harga, Penjualan

PENDAHULUAN

CV. Merlin Jaya Service adalah perusahaan yang bergerak pada bidang jasa pemasangan aksesoris mobil. CV. Merlin Jaya Service dituntut untuk terus dapat meningkatkan penjualan. Karenanya setiap bulannya penjualan pada CV. Merlin Jaya Service selalu mengalami fluktuasi. Hal ini disebabkan karena manajemen perusahaan selalu menetapkan harga jual bervariasi dari setiap bulannya. Sehingga kebijakan ini dianggap kurang efektif mengingat banyak perusahaan yang menawarkan harga yang lebih bersaing dengan harga perusahaan. Selain itu manajemen juga seenak hatinya dalam menaikkan dan menurunkan harga jual suatu produk. Jelas hal ini akan membuat penjualan akan mengalami fluktuasi dari setiap bulannya. Lebih jelasnya berikut ini akan disajikan data harga asesoris produk *CPF1 window film* pada CV. Merlin Jaya Service terakhir bulan Januari 2014 s/d bulan Desember 2014 yang dapat dilihat melalui tabel berikut ini :

Tabel 1. Daftar Harga dan Penjualan Produk CPF1 Window Film Periode 2014

Bulan	Jumlah	Harga	Penjualan
Januari	9	1,500,000	13.500.000
Februari	5	1,800,000	9.000.000
Maret	7	1,750,000	12.250.000
April	6	1,800,000	10.800.000
Mei	5	1,800,000	9.000.000
Juni	10	1,700,000	17.000.000
Juli	15	1,600,000	24.000.000
Agustus	13	1,650,000	21.450.000
September	11	1,700,000	18.700.000
Oktober	17	1,500,000	25.500.000
Nopember	14	1,550,000	21.700.000
Desember	10	1,800,000	18.000.000
Rata-Rata		1,679,167	16.741.666.67

Sumber: CV. Merlin Jaya Service

Bedasarkan tabel di atas penjualan di atas maka dapat dilihat bahwa penjualan mencapai puncak tertinggi yakni pada bulan Oktober yaitu sebesar Rp 25.000.000 serta setelah itu penjualan mengalami penurunan yang signifikan karena perusahaan menetapkan harga jual produk yang tinggi. Sehingga hal ini menimbulkan masalah khususnya bagaimana manajemen CV. Merlin Jaya Service Medan menentukan harga jual yang berakibat dengan naik turunnya penjualan perusahaan.

KAJIAN TEORI

Penjualan

Penjualan merupakan tujuan utama dilakukannya kegiatan perusahaan. Perusahaan dalam menghasilkan barang/jasa, mempunyai tujuan akhir yaitu menjual barang atau jasa tersebut kepada konsumen. Oleh sebab itu, penjualan memegang peran penting bagi perusahaan agar produk yang dihasilkan oleh perusahaan memperoleh laba. Penjualan yang dilakukan oleh perusahaan bertujuan untuk menjual barang atau jasa yang diperlukan sebagai sumber pendapatan untuk menutup semua ongkos guna memperoleh laba.

Penjualan merupakan sumber hidup dari suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan. Penjualan merupakan tujuan utama dilakukannya kegiatan perusahaan.

Setiap ada suatu kegiatan perdagangan, maka terdapat pula aktivitas penjualan baik barang maupun jasa. Aktivitas menjual merupakan faktor terpenting dalam suatu kegiatan perdagangan karena penjualan merupakan aktivitas yang menjadi ujung tombak bagi perusahaan apa perusahaan berjalan dengan lancar dan

mendapatkan keuntungan atau sebaliknya. Penjualan adalah sasaran inti diantara kegiatan-kegiatan lainnya, sebab disini dilakukan perundingan, persetujuan tentang harga dan serah terima barang serta pembayarannya.

Perusahaan dalam menghasilkan barang atau jasa mempunyai tujuan akhir yaitu menjual barang atau jasa tersebut kepada masyarakat. Oleh karena itu, penjualan memegang peranan penting dapat terjual dan memberikan penghasilan bagi perusahaan.

Penjualan yang dilakukan oleh perusahaan bertujuan untuk menjual barang atau jasa yang diperlukan sebagai sumber pendapatan untuk menutup semua ongkos guna memperoleh laba. Kegiatan penjualan merupakan suatu kegiatan yang harus dilakukan oleh perusahaan dengan memasarkan produknya baik berupa barang atau jasa. Kegiatan penjualan yang dilaksanakan oleh perusahaan bertujuan untuk mencapai volume penjualan yang dilaksanakan oleh perusahaan dengan memasarkan produknya baik berupa barang atau jasa. Kegiatan penjualan yang dilaksanakan oleh perusahaan bertujuan untuk mencapai volume penjualan yang diharapkan dan menguntungkan untuk mencapai laba maksimum bagi perusahaan.

Penjualan merupakan suatu proses dimana penjual mengetahui dengan pasti, menggerakkan serta memuaskan kebutuhan dan keinginan pembeli untuk mendapatkan keuntungan bersama dan berkesinambungan baik bagi pembeli maupun penjual. Menurut Isma (2006:253): “Penjualan yang berhasil dicapai atau ingin dicapai oleh suatu perusahaan dalam suatu jangka waktu tertentu”.

Sedangkan Swastha (2009:141), “Penjualan adalah pendapatan bersih dari laporan laba perusahaan. Penjualan bersih diperoleh dari hasil penjualan seluruh produk selama jangka waktu tertentu dan hasil penjualan yang dicapai dari *market share* (pangsa pasar) yang merupakan penjualan potensial selama jangka waktu tertentu”.

Sementara itu menurut Rangkuti (2009:207): “Penjualan adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk. Volume penjualan merupakan suatu yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton atau liter”.

Bauran Pemasaran

Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan tergantung dari susunan strategi pemasaran yang ada diperusahaan tersebut. Setiap perusahaan menggunakan sejumlah alat untuk mendapat respon dari konsumen terhadap kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Salah satu alat yang digunakan perusahaan dalam menyusun strategi pemasaran adalah dengan menggunakan bauran pemasaran. Menurut Kotler (2008:128), mendefinisikan “Bauran pemasaran terbagai menjadi:

1. Produk (*Product*)

Produk (*Product*) merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi dan dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan.

2. Harga (*Price*)

Harga (*Price*) merupakan sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa.

3. Saluran Distribusi (*Place*)

Saluran Distribusi (*Place*) merupakan system saluran distribusi yang terdiri dari seperangkat lembaga yang melakukan semua kegiatan (fungsi) yang digunakan untuk menyalurkan dari produsen ke konsumen.

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi (*Promotion*) merupakan suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut.

Harga

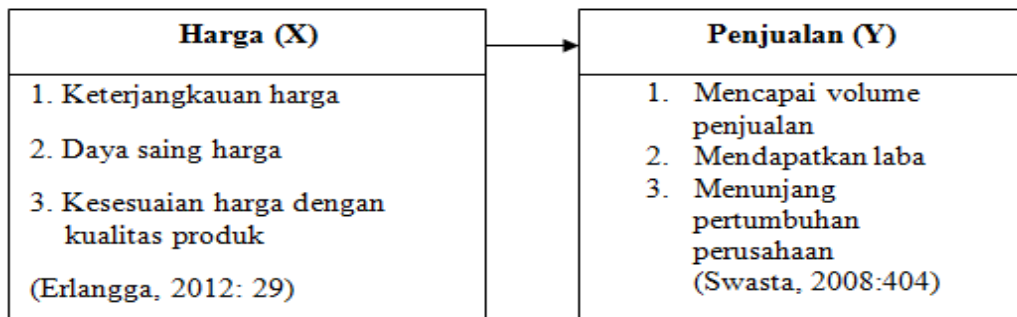
Harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi penjualan suatu produk. Harga bukan hanya sekedar nilai yang ditawarkan dari suatu produk, melainkan juga harga juga mencerminkan kemampuan untuk bersaing dengan produk perusahaan lain dalam meraih pangsa pasar yang paling potensial.

Menurut Daryanto (2011:57): “Harga jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau sejumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk.” Menurut Tjiptono (2008:465): “Harga adalah sebgai jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek alin (non moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk. Menurut Kotler (2008:67): “Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Harga juga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan yang meliputi fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu.

Kerangka Pemikiran Teoritis

Harga merupakan salah satu faktor yang mendapat perhatian dalam menentukan harga suatu produk. Jika harga dinaikkan maka akan menurunkan volume penjualan. Semakin tinggi suatu harga produk maka akan membuat daya beli konsumen menjadi lebih rendah.

Penjualan adalah kegiatan yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan kepada usaha pemuasan kebutuhan serta keinginan pembeli dan konsumen, guna untuk mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba atau keuntungan.



Sumber: Diolah Peneliti

Gambar II.2
Kerangka Berfikir

Hipotesis

Menurut Sugiono (2009:96), “Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Dengan kata lain, hipotesis merupakan jawaban sementara yang disusun oleh peneliti, yang kemudian akan diuji kebenarannya melalui penelitian yang dilakukan. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka hipotesis yang dikemukakan oleh penulis yaitu :

1. Ha: Terdapat pengaruh harga terhadap penjualan produk CPF1 pada CV. Jaya Service
2. Ho: Tidak terdapat pengaruh harga terhadap penjualan produk CPF1 pada CV. Jaya Service

METODE PENELITIAN**Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiono (2006:24) “Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu”.

Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan pada CV. Merlin Jaya Service, Jl. Setia Budi No. 125 Tg. Rejo Medan. Alasan mengapa peneliti memilih lokasi penelitian pada CV. Merlin Jaya Service karena peneliti merasa masih banyak masalah yang terjadi yaitu khususnya yang berkaitan dengan penjualan yang telah terjadi pada periode tahun 2014 dimana penjualan terjadi penurunan yang tidak stabil dari bulan ke bulannya. Waktu penelitian merupakan waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan dari sebuah penelitian. Adapun waktu penelitian dalam penelitian ini mulai Mei- Agustus 2015

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah 12 bulan data penjualan pada periode tahun 2014. Dalam penelitian ini teknik pengambilan *total sampling* dimana seluruh populasi dapat dijadikan sampel. Jadi sampel dalam penelitian ini adalah 12 sampel dari data penjualan periode Januari 2014 s/d Desember 2014.

Teknik Pengumpulan Data

Adapun dalam memperoleh data-data, informasi dan keterangan peneliti melakukannya dengan cara sebagai berikut :

1. Observasi, yaitu data-data yang dikumpulkan diperoleh dari hasil pengamatan langsung terhadap kegiatan yang dilakukan dilapangan.
2. Wawancara yaitu data-data yang dikumpulkan diperoleh dengan cara melakukan komunikasi langsung dengan obyek penelitian.
3. Dokumentasi ini dilakukan dengan cara memperoleh laporan dan dokumen-dokumen lainnya yang erat hubungannya dengan objek penelitian dan membaca literatur sebagai dasar teori yang akan dijadikan sebagai landasan teoritis dalam penulisan skripsi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Harga memiliki pengaruh negatif terhadap penjualan pada CV. Merlin Jaya Service. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yaitu hasil dari Lisa (2006), Maqfira (2011) dan Andi (2004) yang semuanya menyatakan harga berpengaruh negatif terhadap penjualan. Ini artinya bahwa ketika harga dinaikkan secara otomatis akan menurunkan penjualan. Hasil dari penelitian ini adalah harga tidak berpengaruh terhadap penjualan dimana dapat dilihat dari uji analisis regresi nilai konstanta yang tercantum sebesar 3.43837 dapat diartikan jika variabel bebas dalam model diasumsikan sama dengan nol, secara rata-rata variabel diluar model tetap akan meningkatkan penjualan tetap sebesar 3.43837 satu-satuan. Atau dengan kata lain jika variabel harga tidak ditingkatkan, maka penjualan masih sebesar 3.43837 satuan. Nilai besaran koefisien regresi β_1 sebesar -78.123 pada penelitian ini dapat diartikan bahwa variabel harga (X) berpengaruh negatif terhadap penjualan pada CV. Merlin Jaya Service. Hal ini menunjukkan bahwa ketika harga mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka penjualan pada CV. Merlin Jaya Service akan mengalami penurunan sebesar sebesar 78.123 satuan. Sedangkan hasil uji parsial (uji t) juga menyatakan harga memiliki pengaruh negatif terhadap penjualan pada CV. Merlin Jaya Service. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansinya untuk variabel harga (0,009) lebih kecil dibandingkan dengan dari alpha 5% (0,05) atau t hitung = -3.219 ($n-2=12-2=10$) < t tabel 1.812. Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menolak H_a dan menerima H_o untuk variabel harga. Dengan demikian, secara parsial bahwa variabel harga tidak berpengaruh terhadap penjualan pada CV. Merlin Jaya Service.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Hasil analisis regresi maka diperoleh persamaan **$Y = 2.535 - 78.132X$** Pada model regresi ini, nilai konstanta yang tercantum sebesar 3.43837 dapat diartikan jika variabel bebas dalam model diasumsikan sama dengan nol, secara rata-rata variabel diluar model tetap akan meningkatkan penjualan tetap sebesar 3.43837 satu-satuan. Atau dengan kata lain jika variabel harga tidak ditingkatkan, maka penjualan masih sebesar 3.43837 satuan. Dan nilai besaran koefisien regresi β_1 sebesar -78.132 pada penelitian ini dapat diartikan bahwa variabel harga (X) berpengaruh negatif terhadap penjualan pada CV. Merlin Jaya Service. Hal ini menunjukkan bahwa ketika harha mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka pembelian pada CV. Merlin Jaya Service akan mengalami penurunan sebesar sebesar 78.132 satuan.
2. Nilai Signifikansinya untuk variabel harga (0,009) lebih kecil kecil dibandingkan dengan dari alpha 5% (0,05) atau t hitung = -3.219 ($n-2=12-2=10$) < t tabel 1.812. Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menolak H_a dan menerima H_o untuk variable harga. Dengan demikian, secara parsial bahwa variabel harga tidak berpengaruh terhadap penjualan pada CV. Merlin Jaya Service.

Saran

1. Disarankan perusahaan agar perlunya perusahaan memperhatikan kebijakan *marketing mix* khususnya masalah harga yang ditetapkan perusahaan agar tidak terlalu tinggi karena hasil analisis yang terlihat bahwa apabila harga dinaikkan akan berpengaruh pada menurunnya penjualan.
2. Hendaknya perusahaan perlu meningkatkan anggaran promosi secara signifikan dan penggunaan media yang paling tepat untuk meningkatkan volume penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Albertus Ferry Rostya, Adi. *Pengaruh, Harga., Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2012.
- Basu, Swastha D,H, dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Modren*. Yogyakarta : Liberty, 2005.
- Basu, Swastha. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta : Edisi Ketiga. Cetakan Keenam, BPFE, 2009.
- Daryanto. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera, 2011.
- Erlangga Tahta Kesumanegara. *Analisis Pengaruh Harga, Keragaman Produk dan Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Di Baskin Robbins Ice Cream Mall Ciputra Semarang*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2012.
- Jasfar, Farida. *Manajemen Jasa*. Bandung: PT. Ghalia Indonesia, 2005.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2005
- *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga Edisi 13, 2008.
- Laksana, Fajar. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : PT. Graha Ilmu, 2008.
- Lisia Kamelia. *Pengaruh Harga Jual dan Biaya Produksi Terhadap Volume Penjualan Teh SBUTK PT Perkebunan Nusantara VI (Persero) Jambi*. Bandung: Universitas Widyatama, 2006.
- Mafira Dwi Utami. *Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Tiket pada PT. Miela Travel & Tour di Makasar*. Makasar: Universitas Hasanudin, 2011.
- Narko. *Sistem Akuntansi*. Yogyakarta: Yayasan Pustaka Nusantara, 2009.
- Nazir, Moh. *Metode Penelitian*. Bandung : PT. Ghalia Indonesia, 2009.
- Rangkuti Freddy. *Strategi Promosi Yang Kreatif Jakarta*. Gramedia Pustaka Utama edisi pertama, cetakan pertama, 2009.
- Riduan. *Statistik*. Jakarta: Penerbit .PT. Elex Media Komputindo. 2009.
- Sugiono. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Kesebelas. Bandung: CV. Alfabeta. 2010.
- Tjiptono, Fandi. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit CV. Andi, 2007.
- *Service Manajemen*. Yogyakarta: Penerbit CV. Andi, 2008.