

PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN MELALUI HARGA JUAL SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA TOKO AZIZAH ROTI DAN DONAT DI SIDOARJO

Rifky Dewi Damayanti
STIE Mahardika Surabaya

Abstrac

The purpose of this study was to determine the effect of promotional costs (X) on sales volume (Y) through the selling price (Z) in the store Azizah bread and donuts Sidoarjo. This study uses a quantitative type of research, namely, the overall information is collected and expressed by numbers such as the number of sales, selling prices and promotion costs in the period 2015-2017. The data collection techniques carried out by documentation techniques. The test tool used is path analysis technique and processed with SPSS15.0 software, the tests carried out include descriptive statistical tests, classic assumption tests, normality tests, autocorrelation tests, multicollinearity tests, heteroscedasticity test coefficient of determination (R²) test. After testing above the proposed hypothesis, then the regression coefficient value of the promotion cost variable is 0.195 with a significant level of 0,000 smaller than 0.05 (0,000 <0,05), which means significant promotional costs for sales volume. The promotion cost variable for the selling price is 0.664 with a significant value of 0,000 smaller than 0.05 (0,000 <0,05) which means significant promotional costs for the selling price. The selling price variable is 0.664 with a significant value of 0.215 greater than 0.05 (0.215 > 0.05), which means there is no influence between the selling price of the sales volume. Indirect influence of 0.129 with a coefficient of indirect effect is greater than the value of the direct effect coefficient (0.607 > 0.129). This means that the variable cost of promotion through intervening is the selling price affecting sales volume

Keyword : promotion costs, price sell and sale volume

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh biaya promosi (X) terhadap volume penjualan (Y) melalui harga jual (Z) pada toko Azizah roti dan donat Sidoarjo. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian Kuantitatif yaitu, keseluruhan informasi dikumpulkan dan dinyatakan dengan angka-angka seperti jumlah penjualan, harga jual dan biaya promosi dalam kurun waktu 2015-2017. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan teknik dokumentasi. Alat uji yang digunakan adalah teknik analisis jalur dan diolah dengan software SPSS15.0, uji yang dilakukan meliputi uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas uji koefisien determinasi (R²). Setelah dilakukan pengujian diatas hipotesis yang diajukan, maka diperoleh nilai koefisien regresi variabel biaya promosi sebesar 0,195 dengan tingkat signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05), yang artinya signifikan biaya promosi terhadap volume penjualan. Variabel biaya promosi terhadap harga jual sebesar 0,664 dengan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05) yang artinya signifikan biaya promosi terhadap harga jual. Variabel harga jual sebesar 0,664 dengan nilai signifikan 0,215 lebih besar dari 0,05 (0,215 > 0,05), yang artinya tidak ada pengaruh antara harga jual terhadap volume penjualan. Pengaruh tidak langsung sebesar 0,129 dengan nilai koefisien berpengaruh tidak langsung lebih

besar dibandingkan nilai koefisien pengaruh langsung ($0,607 > 0,129$). Artinya variabel biaya promosi melalui intervening yaitu harga jual mempengaruhi volume penjualan.

Kata Kunci : Biaya Promosi, Harga Jual Dan Volume Penjualan

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Toko Azizah roti dan donat yang beralamat di Jl. Raya Tropodo no. 11B Sidoarjo, dengan memiliki tenaga kerja yaitu; 7 karyawan yang dipertugaskan sebagai produksi, *packing* atau pengemasan, dan penjualan ini diharapkan bisa memenuhi keinginan konsumen. Namun pesatnya pertumbuhan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen, baik dalam jumlah maupun jenisnya, mendorong perusahaan-perusahaan saling berpacu agar dapat memuaskan kebutuhan konsumen dengan cara menghasilkan barang dan jasa sesuai dengan keinginan konsumen. Keadaan ini mengakibatkan terciptanya persaingan sesama perusahaan yang menghasilkan barang dan jasa yang sejenis. Untuk menghadapi persaingan ini, perusahaan perlu untuk berorientasi pada kegiatan pemasaran. Kegiatan yang dilakukan perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Sehingga dapat dikatakan bahwa pemasaran memegang peranan penting dalam menunjang kegiatan perusahaan didalam meningkatkan penjualan.

Agar tujuan perusahaan untuk meningkatkan hasil penjualan tercapai maka perusahaan harus mempunyai cara-cara atau metode-metode yang digunakan sebagai pedoman terutama dalam bidang pemasaran. Tentu pada bagian marketing sendiri mempunyai target yang harus dicapai sehingga penjualan dapat diukur. caranya ialah dengan menetapkan harga, promosi serta saluran distribusi, terhadap barang dan jasa yang bisa memberikan kepuasan kepada konsumen. Dengan adanya promosi dan kebijakan harga dalam hal ini adalah potongan harga yang diberikan oleh perusahaan diharapkan penjualan akan dapat ditingkatkan.

Oleh karena itu, diperlukan evaluasi terhadap efektivitas pelaksanaan promosi terhadap penjualan. Apabila dibiarkan, kebijaksanaan promosi yang efektif dapat berakibat pada kurang dikenalkan produk-produk yang dihasilkan Toko Roti Azizah ini oleh masyarakat, juga mengakibatkan perusahaan sulit bersaing dengan perusahaan sejenis. Kedua hal ini dapat menyebabkan konsumen beralih kepada produk lain yang sejenis. Bila keadaan ini tidak segera mendapat perhatian akan dapat membawa dampak negatif dalam pencapaian tujuan perusahaan. Di lain hal, Azizah roti dan donat pada tahun 2017 mengalami penurunan dalam penjualan. Berdasarkan latar belakang yang telah digambarkan diatas, maka peneliti menetapkan perumusan masalah yaitu **“Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Melalui Harga Jual Sebagai Variabel Intervening pada Toko Azizah roti dan donat Sidoarjo”**

Rumusan Masalah

1. Apakah biaya promosi berpengaruh terhadap volume penjualan Toko Azizah roti dan donat Sidoarjo?
2. Apakah biaya promosi berpengaruh terhadap harga jual Toko Azizah roti dan donat Sidoarjo?
3. Apakah harga jual berpengaruh terhadap volume penjualan Toko Azizah roti dan donat Sidoarjo?
4. Apakah biaya promosi berpengaruh terhadap volume penjualan melalui harga jual Toko Azizah roti dan donat Sidoarjo?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan toko Azizah Roti dan Donat Sidoarjo
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh biaya promosi terhadap harga jual toko Azizah Roti dan Donat Sidoarjo
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga jual terhadap volume penjualan toko Azizah Roti dan Donat Sidoarjo.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan melalui harga jual toko Azizah Roti dan Donat Sidoarjo

Landasan Teori

Pengertian Biaya Promosi

Biaya promosi merupakan sejumlah dana yang dikucurkan perusahaan kedalam promosi untuk meningkatkan penjualan. Besarnya biaya promosi yang ditetapkan oleh perusahaan untuk memasarkan produk, berpengaruh terhadap perkembangan pemasaran. Pemasaran tidak hanya bertujuan untuk menjual barang dan jasa saja, tetapi juga untuk mengetahui keinginan konsumen (pasar).

Sedangkan menurut Swasta (2015:86) Biaya promosi adalah biaya yang digunakan dalam proses arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang (organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran).

1. Dana yang digunakan
Perusahaan yang memiliki data yang lebih besar, kegiatan promosinya akan lebih efektif dibandingkan perusahaan yang hanya mempunyai sumber dana yang terbatas, sehingga perusahaan yang kurang kuat kondisi keuangannya untuk mengefektifkan dananya akan mengiklankan pada majalah atau surat kabar dari pada *personal selling*.
2. Menurut sifat pasar
 - a. Luas pasar secara geografis
Perusahaan yang hanya berorientasi pasar nasional sering mengadakan kegiatan yang berbeda dengan perusahaan yang berorientasi internasional.
 - b. Konsentrasi pasar

Konsentrasi ini mempengaruhi kombinasi promosi (*promotional mix*) yang dilakukan perusahaan.

c. Jenis pembeli

Strategi promosi juga dipengaruhi oleh obyek atau jenis pembelinya.

3. Jenis produksi atau jasa

Jenis promosi atau jasa ini bisa dilihat dari produk atau jasa jenis apa yang dihasilkan oleh perusahaan.

Harga Jual

Menurut Tjiptono (2015:289) harga memainkan peran strategic dalam pemasaran. Bila harga terlalu mahal, maka produk bersangkutan bakal tidak terjangkau oleh pasar sasaran tertentu atau bahkan *customer value* menjadi rendah. Sebaliknya, jika harga terlampaumurah, perusahaan sulit mendapatkan laba atau sebagian konsumen mempersepsikan kualitasnya buruk. Penetapan harga merupakan salah satu keputusan terpenting dalam pemasaran. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran).

Volume Penjualan.

Volume penjualan adalah banyaknya jumlah *omzet* yang diterima akibat penawaran dan volume penjualan secara *kontinue* dan menguntungkan, sehingga terjadi peningkatan nilai ekonomis dari suatu kegiatan jasa (Fauzan Guntur, 2014:41). Sedangkan Menurut Freddy Rangkuti dalam Ericson Damanik (2013:23) volume penjualan adalah persiapan yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik, volume, dan unit suatu produk.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan

Menurut Kotler dalam Hakim Simanjutak (2013:112), faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan adalah sebagai berikut:

1. Harga jual

Harga jual merupakan hal-hal yang sangat penting dan mempengaruhi penjualan atas barang atau jasa yang dihasilkan. Apakah barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dapat dijangkau oleh konsumen sasaran.

2. Produk

Produk salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat volume penjualan sebagai barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Apakah sesuai dengan tingkat kebutuhan para konsumen.

3. Biaya Promosi

Biaya promosi adalah aktivitas-aktivitas sebuah perusahaan yang dirancang untuk memberikan informasi-informasi, membujuk pihak lain tentang perusahaan yang bersangkutan dan barang-barang serta jasa-jasa yang ditawarkan.

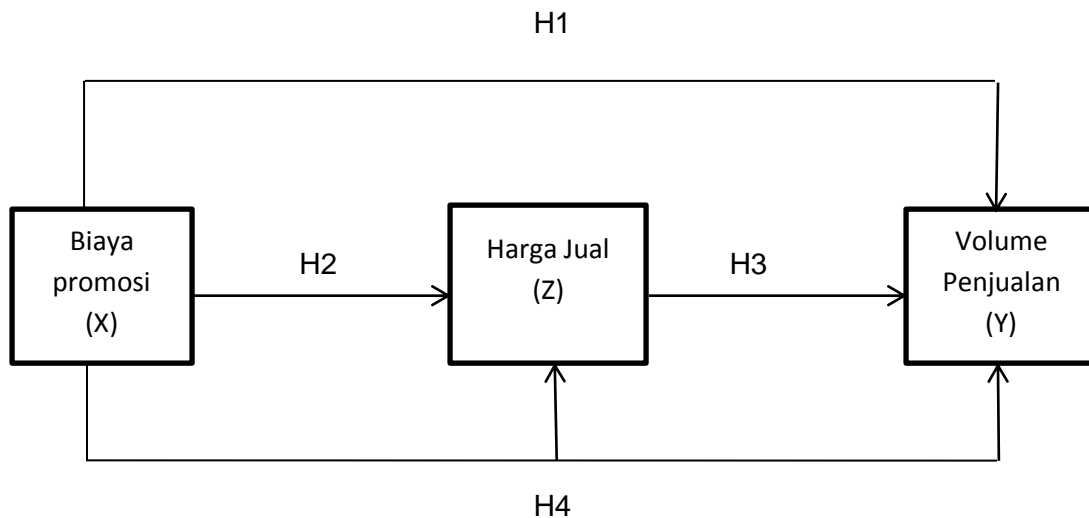
4. Saluran Distribusi

Merupakan aktivitas perusahaan untuk menyampaikan dana menyalurkan barang yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen yang diujinya.

5. Mutu

Mutu dan kualitas barang merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi volume penjualan. Dengan mutu yang baik maka konsumen akan tetap loyal terhadap produk dari perusahaan tersebut, begitu pula sebaliknya apabila mutu produk yang ditawarkan tidak bagus maka konsumen akan berpaling kepada produk lain.

Kerangka Konseptual



Sumber: Sugiyono (2017:299)

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan uraian di atas maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

1. Biaya promosi berpengaruh terhadap volume penjualan Toko Azizah roti dan donat di Sidoarjo

2. Biaya promosi berpengaruh terhadap harga jual Toko Azizah roti dan donat di Sidoarjo
3. Harga jual berpengaruh terhadap volume penjualan Toko Azizah roti dan donat di Sidoarjo
4. Biaya promosi berpengaruh terhadap volume penjualan melalui harga jual Toko Azizah roti dan donat di Sidoarjo.

Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian menurut Sujarweni (2015:10) metode penelitian adalah cara ilmiah (rasional, empiris, dan sistematis) yang digunakan oleh pelaku disiplin ilmu untuk melakukan penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu pendekatan yang menitik beratkan pada pengujian hipotesis. Pendekatan ini dimulai dengan hipotesis dan teori-teori, kemudian membuat model analisis, mengidentifikasi variabel, membuat definisi operasional, mengumpulkan data berdasarkan populasi dan sampel serta melakukan analisis. Alat ukur penelitian ini berupa data, data yang diperoleh berupa harga jual, biaya promosi dan volume penjualan dari perusahaan. Dalam penelitian ini menggunakan model analisis jalur (path analysis) karena di antara variabel independent dengan variabel dependent terdapat mediasi yang mempengaruhi. Dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel. Yakni variabel bebas (independent) Biaya Promosi, Harga Jual (mediasi) sedangkan yang terikat (dependent) Volume Penjualan.

Populasi

Berdasarkan pada judul penelitian maka penulis menentukan populasi. Menurut Sugiyono (2017:215) bahwa: "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya." Adapun Populasi dalam penelitian ini adalah data biaya promosi, harga jual dan penjualan Toko Azizah roti dan donat selama 2015-2017

Teknik Pengambilan Sampel

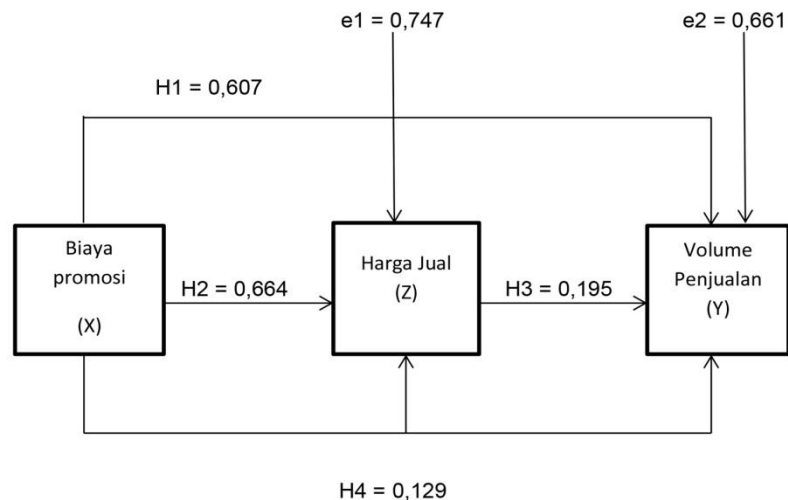
Berdasarkan pada judul penelitian maka penulis menentukan populasi. Menurut Sugiyono (2017:62) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Adapun pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Nonprobability Sampling*. Menurut Sugiyono (2017:82) *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang / kesempatan yang sama bagi setiap-setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik *nonprobability sampling* yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik *sampling purposive*. Menurut Sugiyono (2017:67) *sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sampel dalam penelitian ini adalah data biaya promosi, harga jual dan penjualan Toko Azizah roti dan donat selama 2015-2017 selama 36 bulan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi untuk memperoleh keterangan maupun informasi yang dapat digunakan sebagai bahan untuk penelitian, untuk mendapatkan data yang diperlukan maka peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan metode dokumentasi dan wawancara.

- a. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.” (Sugiyono, 2017:240). Metode dokumentasi ini pada umumnya dari data-data perusahaan, misalnya jurnal-jurnal, laporan penjualan, surat-surat, faktur, dll. Data yang diperoleh dari dokumentasi adalah:
 1. Sejarah Azizah Roti dan Dona
 2. Struktur organisasi Azizah Roti dan Donat
 3. Data harga pada tahun 2015-2017 (data bulanan).
 4. Data volume penjualan 2015-2017 (data bulanan).
 5. Data volume penjualan 2015-2017 (data bulanan).
- b. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan data-data yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dan responden yang lebih mendalam dan jumlah sedikit/kecil serta untuk melengkapi data yang masih terdapat kurang jelasnya dokumentasi data yang diperoleh (Sugiyono, 2018:137)

Pembahasan Dan Analisa Data



Gambar Substruktural

1. Analisa pengaruh X terhadap Y : diketahui pengaruh langsung yang diberikan X terhadap Z sebesar 0,607 artinya adalah biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan.
2. Analisa pengaruh X terhadap Z : diketahui memiliki pengaruh yang diberikan X terhadap Z sebesar 0,664. Artinya adalah biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap harga jual.
3. Analisa pengaruh Z terhadap Y : diketahui tidak memiliki pengaruh yang diberikan Z terhadap Y sebesar 0,195 artinya adalah harga jual tidak berpengaruh terhadap volume penjualan.
4. Analisa pengaruh X melalui Z terhadap Y dapat dilihat dari hasil regresi perkalian antara pengaruh langsung dan tidak langsungnya yaitu sebagai berikut $0,664 \times 0,195 = 0,129$.

Kesimpulan Dan Saran

Dari serangkain pembahasan yang telah di ulas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut. bahwa rumusan masalah yang berbunyi

1. Variabel biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan, Hal ini menandakan jika promosi baik akan sangat mempengaruhi volume penjualan pada Toko Azizah roti dan Donat Sidoarjo.
2. Variabel biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap harga jual, hal ini menandakan jika promosi baik terhadap harga jual akan sangat mempengaruhi penjualan pada Toko Azizah roti dan donat Sidoarjo.
3. Variabel harga jual tidak berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan, Dapat disimpulkan bahwa harga jual yang ditetapkan tidak menjadi sebab penjualan menjadi naik pada Toko Azizah roti dan donat Sidoarjo.
4. Variabel biaya promosi berpengaruh terhadap volume penjualan melalui harga jual, Bisa diartikan biaya promosi bisa mempengaruhi volume penjualan ketika harga jual tepat dan membuat konsumen tertarik untuk membeli maka akan meningkatkan volume penjualan pada Toko Azizah roti dan donat Sidoarjo.

Saran – Saran

1. Mengingat faktor biaya promosi merupakan faktor yang lebih besar mempengaruhi volume penjualan roti gulung maka toko Azizah perlu memperhatikan kegiatan promosi seperti memasang papan nama yang besar di dekat jalan agar menarik pembeli, membiasakan pegawai untuk menyapa agar konsumen dan calon konsumen mengetahui dan memahami produk roti yang ada di toko Azizah, sehingga meningkatkan volume penjualan kedepannya.
2. Melihat dari hasil penelitian yang banyak keterbatasan ini, peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan faktor-faktor lainnya seperti produk, lokasi dan

kualitas produk yang kemungkinan mempengaruhi volume penjualan selain biaya promosi dan harga jual dengan referensi yang banyak

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin. 2014, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Alma, Buchari. 2014, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Assauri, Sofyan. 2014, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Badan Penerbit Raja Grafindo Persada.
- Bria, Donatus Klau. 2017, *Pengaruh Harga Jual dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Dragon Produk Indonesia Caringin Kab. Bogor*, Jurnal Visionida Vol.3 No. 1
- Ghozali, Imam. 2016, "Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 23". Semarang: Cetakan kedelapan, Universitas Diponegoro.
- Guntur Achmad Fauzan. 2014, *Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan Gas Elpiji 3 Kg pada PT. Putra Sinbar Gas Kabupaten Sinjai*, pukul 21.09, h.41
- Jaya, Putu Agus Semara. 2015, *Pengaruh Biaya Promosi dan Harga Jual Terhadap Volume Penjualan Dupa Pada Putra Mas di Desa Bulian Tahun 2010-2014*, Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJPE) Vol.5 No.1
- Juliansyah, Noor. 2015, *Metodologi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Jakarta : Kencana.
- Swastha, Basu. 2015, *Manajemen Penjualan Edisi 3*. Yogyakarta. BPFE.
- Tjiptono, Fandy. 2015, *Strategi Pemasaran*. Malang. Bayu Media Publishing
- Wardana, Ida Bagus Komang Ary. 2015, *Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Patung UD. TAKSU Bali di Desa Panji Periode Tahun 2012-2014*, Jurnal Pendidikan Ekonomi (JJPE) Vol.5 No. 1.
- Yunni. 2015, *Pengaruh Biaya Promosi dan Harga Terhadap Hasil Penjualan Sepeda Motor Kawasaki pada PT. Super Sukses Motor dikota Samarinda*, eJournal Administrasi Bisnis Vol.3 No.4
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Penerbit Andi.