

PENGARUH HARGA TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA BAKSO MULYONO PALEMBANG

Erna AR¹
Ismandra²
Fitri Septia³

^{1,2} Prgram Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Aprin Palembang *email*
: Ernaarstieaprin@gmail.com, mandra0204@gmail.com, fitriseptia@stie-aprin.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap volume penjualan pada bakso Mulyono. Metode yang digunakan adalah regresi linier sederhana dan korelasi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa regresi linier sederhana sebesar nilai a 95 dan nilai b sebesar 0, mengukur besarnya perubahan yang terjadi pada variabel (y). Dari persamaan regresi tersebut terlihat adanya pengaruh positif antara variabel x dan variabel y yang bersifat searah. Hasil korelasi linier sederhana yaitu nilai r sebesar 0,0076. Artinya antara variable harga (x) dan volume penjualan (y) terdapat hubungan yang sangat lemah

Kata kunci: Harga, volume penjualan

PENDAHULUAN

Sejalan dengan perkembangan dunia bisnis saat ini, persaingan hubungan antar perusahaan dalam dunia bisnis semakin erat. Perusahaan harus dapat memanfaatkan kemampuannya dengan sebaik-baiknya dan fokus pada pemasaran, karena bidang pemasaran baik itu perusahaan dagang, perusahaan industri maupun perusahaan yang bergerak di bidang jasa merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan.

Perusahaan harus berjuang untuk bertahan hidup usahanya. Perusahaan harus dapat melakukan kebijakan yang tepat dengan menggunakan kesempatan peluang yang ada dalam pemasaran agar perusahaan dapat bersaing dan merebut pangsa pasar serupa, dan mempertahankan posisi perusahaan di pasar. Departemen pemasaran dalam perusahaan harus dapat mengetahui selera konsumen, apa yang mereka inginkan atau dibutuhkan oleh konsumen, dan harus mampu menyediakan atau memenuhi permintaan konsumen.

Pelaku ekonomi dituntut untuk lebih peka, kreatif, kritis dan reaktif terhadap sebuah perubahan, baik mikro maupun global. langkah yang dapat dilakukan para pelaku ekonomi dalam menangani perkembangan di dunia usaha yaitu menciptakan dan mempertahankan konsumen. Konsumen yang merasa puas terhadap barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, maka volume penjualan di perusahaan tersebut akan meningkat.

Harga merupakan salah satu unsur dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan atas penjualan barang dan jasa yang dipasarkan, selain itu harga juga merupakan suatu faktor penentu utama dalam keputusan bagi para konsumen untuk membeli atau tidak terhadap suatu barang yang ditawarkan.

Perbedaan harga yang sedikit saja atas suatu produk tertentu akan mempengaruhi motivasi konsumen dalam menentukan pembelian. Harga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang dapat menjadi salah satu keunggulan dalam suatu perusahaan.

Kebijakan penetapan harga sangat menentukan perusahaan untuk bersaing dengan perusahaan lain karena pengaruh kebijakan penetapan harga sangat besar terhadap peningkatan volume penjualan. Harga berperan sebagai penentu utama pilihan pembeli.

Harga merupakan salah satu hal yang terpenting bagi perusahaan untuk menjual produknya. Perusahaan dikatakan berhasil jika perusahaan tersebut mendapatkan keuntungan dari besaran harga yang ditentukan dalam menjual produk atau jasanya.

Volume penjualan adalah ukuran yang menunjukkan banyaknya jumlah barang atau jasa yang terjual. Volume penjualan suatu perusahaan dapat meningkat setiap tahunnya apabila kualitas produk dan harga yang ditawarkan sesuai dengan keinginan konsumen.

Usaha Bakso Mulyono adalah usaha yang bergerak dibidang kuliner atau makanan. Usaha bakso ini didirikan pada tahun 1984 . Beralamat di jalan Gersik Sekip Palembang, usaha ini masih berjalan hingga sekarang. Usaha ini terus mempertahankan kualitas rasa agar pelanggannya tidak kecewa dan dapat terus menikmatinya.

Tabel 1
Perubahan harga dan volume penjualan tahun 2018-2022
Bakso Mulyono

Tahun	Harga	Volume penjualan
2018	Rp. 9.000	100 mangkok/hari
2019	Rp. 10.000	90 mangkok/hari
2020	Rp. 11.000	90 mangkok/hari
2021	Rp. 12.000	95 mangkok/hari
2022	Rp. 12.000	100 mangkok/hari

Sumber : Mulyono 2022

Tahun 2018 harga bakso Mulyono adalah Rp. 9.000 dan volume penjualanya 100 mangkok/hari. Tahun 2019 harganya mengalami kenaikan Rp. 1.000 menjadi Rp.10.000 dan volume penjualan mengalami penurunan sebanyak 10 mangkok/hari, hal ini karena terjadinya wabah penyakit Covid-19. Tahun 2020 harganya mengalami kenaikan Rp. 1.000 menjadi Rp.11.000 dan volume penjualan sebanyak 90 mangkok/hari, penjualan tidak mengalami peningkatan karena wabah penyakit Covid-19 masih terjadi di Indonesia. Tahun 2021 harganya mengalami kenaikan Rp. 1.000 menjadi Rp. 12.000 dan volume pejualan mengalami kenaikan menjadi 95 mangkok/hari. Tahun 2022 harganya Rp. 12.000 dan volume penjualan meningkat menjadi 100 mangkok/hari

Perumusan Masalah

Bagaimana pengaruh harga terhadap volume penjualan pada bakso Muiyono?

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga terhadap volume penjualan pada bakso Mulyono.

Manfaat Penelitian

1. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan dan evaluasi terhadap harga bakso Muiyono agar dapat bersaing dengan bakso lain sehingga volume penjualan mengalami peningkatan.
2. Hasil penelitian ini dapat memberi referensi bagi peneliti lain yang akan mengadakan penelitian lebih lanjut.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Kotler dan Amstrong dalam Krisdayanto (2018:3) Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa.

Menurut angiopora di Krisdayanto (2018:3) menyatakan bahwa tujuan penetapan harga adalah sebagai berikut :

- 1) Mendapatkan laba maksimum
Penetapan harga yang di tentukan diharapkan penjualan yang meningkat sehingga laba dapat ditingkatkan.
- 2) Mendapatkan pengembalian investasi
Investasi yang sebelumnya dikeluarkan diharapkan dapat kembali sehingga dapat diketahui laba yang telah didapat.
- 3) Mencegah atau mengurangi persaingan
Harga yang telah ditetapkan diharapkan dapat mempertahankan konsumen sehingga dapat mengurangi persaingan antar perusahaan.
- 4) Mempertahankan atau memperbaiki *market share*
Penentuan harga yang murah diharapkan jumlah pelanggan meningkat dan diharapkan pula pelanggan pesaing beralih ke produk yang ditawarkan sehingga perusahaan dapat bertahan.

Tujuan penetapan harga pada dasarnya ada empat yaitu :

- 1) Tujuan yang berorientasi pada laba
bahwa perusahaan berusaha untuk memilih harga yang bisa menghasilkan laba/keuntungan yang paling tinggi.
- 2) Tujuan yang berorientasi pada volume (*volume pricing objectives*)
Agar dapat mencapai target penjualan, (*absolute* maupun *relative*). Tujuan ini biasanya dilandaskan strategi mengalahkan atau mengatasi persaingan.
- 3) Tujuan yang berorientasi pada citra
Citra perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Penetapan harga, baik itu penetapan harga tinggi maupun penetapan harga rendah .
- 4) Tujuan stabilisasi harga
Menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan dengan harga pemimpin industri .

Swasta (2020) menyatakan bahwa volume penjualan dapat diukur dengan dua cara, yaitu :

- 1) Mencapai target penjualan, yang dapat diukur dengan unit yang terjual
- 2) Kenaikan jumlah penjualan, keuntungan yang meningkat diperoleh dari total nilai penjualan nyata perusahaan dalam suatu periode tertentu.

Menurut Swasta dan Irawan faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan adalah:

- 1) Kondisi dan kemampuan penjual
 - Jenis barang atau jasa yang ditawarkan
 - Barang atau jasa yang ditawarkan harus mampu memenuhi selera konsumen.
- 2) Kondisi pasar
 - Kondisi pasar yang sering berubah-ubah seiring waktu, maka dari itu pengusaha harus mampu mengikuti daya beli konsumen agar dapat mempertahankan volume penjualan.
- 3) Modal
 - Modal adalah hal yang sangat penting bagi perusahaan, karena untuk meningkatkan volume penjualan diperlukan dana.
- 4) Kondisi organisasi perusahaan
 - Perusahaan yang kecil maupun besar biasanya ada bagian tersendiri yang menangani masalah penjualan dan dipegang oleh ahli bagian penjualan.

Menurut Swasta (2020) berpendapat bahwa ada tiga indikator volume penjualan, yaitu:

- 1) Mencapai volume penjualan
 - Tujuan dari mendirikan perusahaan salah satunya adalah mencapai volume penjualan, karena jika volume penjualan terus meningkat, berarti perusahaan tersebut telah berhasil dalam berbisnis.
- 2) Mendapatkan laba
 - Sebuah perusahaan selalu beroperasi dengan tujuan mendapatkan laba atau keuntungan yang maksimal.
- 3) Menunjang pertumbuhan perusahaan
 - Perusahaan yang berhasil mencapai target, tentunya usaha mereka cepat berkembang. Hal ini juga harus dibantu dengan peningkatan kinerja dari perusahaan sebagai distributor dalam menjamin kualitas barang yang dijual.

METODELOGI PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian yang dilakukan dengan cara observasi dan wawancara. Menurut Sugiyono (2017:8) metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu.

Teknik Analisis :

- Analisis Koefisien Korelasi (r)
 - koefisien korelasi (r) merupakan angka hubungan kuatnya antara dua variabel atau lebih, (Sugiono, 2017:224).
- Analisis Regresi Linear Sederhana
 - Uji regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel dependen dengan variabel independen. Regresi yang digunakan adalah analisis regresi sederhana dengan rumus sebagai berikut menurut (Sugiyono, 2017):

$$\hat{Y} = \alpha + bX$$

Dimana:

Y = Subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan

α = Harga Y bila X = 0 (harga konstan)

b = koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel yang didasarkan pada variabel independen.

X = Subjek pada variabel independen yang memiliki nilai tertentu.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 6
Hasil perhitungan regresi linier sederhana dan korelasi linier sederhana

Tahun	X	Y	X ²	Y ²	XY
2018	9.000	100	81.000.000	10.000	900.000
2019	10.000	90	100.000.000	8.100	900.000
2020	11.000	90	121.000.000	8.100	990.000
2021	12.000	95	144.000.000	9.025	1.140.000
2022	12.000	100	144.000.000	10.000	1.200.000
Σ	54.000	475	590.000.000	45.225	5.130.000

Sumber: Hasil olahan data sekunder

a. Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh hubungan antara variabel x dan y. Seberapa besar pengaruh harga terhadap volume penjualan bakso Mulyono Palembang, maka dapat dihitung sebagai berikut:

$$Y=a+bX$$

Dimana nilai b dapat dihitung dengan persamaan sebagai berikut:

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

$$b = \frac{5.(5.130.000) - (54.000) . (475)}{5.(590.000.000) - (54.000)^2}$$

$$b = \frac{25.650.000 - 25.650.000}{2.950.000.000 - 2.916.000.000}$$

$$b = \frac{0}{34}$$

$$b = 0$$

Nilai a dapat dicari dengan persamaan sebagai berikut:

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

$$a = \frac{475 - (0) 54.000}{5}$$

$$a = \frac{475}{5}$$

$$a = 95$$

Jadi, persamaan regresinya adalah :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 95 + 0X$$

Hasil regresi diatas dapat dilihat bahwa nilai a sebesar 95 dan nilai b sebesar 0 yang merupakan nilai dari koefisien regresi sederhana yang mengukur besarnya perubahan yang terjadi pada variabel y.

b. Korelasi Linier Sederhana

Korelasi linier sederhana digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel x dan y. Seberapa erat hubungan antara harga terhadap volume penjualan bakso Muiyono, maka dapat dihitung sebagai berikut :

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

$$r = \frac{(5) (5.130.000) - (54. 000) (475)}{\sqrt{5 \cdot (590.000.000) - (54.000)^2} \sqrt{5 (45.225) - (475)^2}}$$

$$r = \frac{27.650.000 - 26.650.000}{\sqrt{2.950.000.000 - 2.916.000.000} \sqrt{226.125 - 225.625}}$$

$$r = \frac{100.000}{\sqrt{34.000.000} \cdot \sqrt{500}}$$

$$r = \frac{100.000}{5.830,95 \times 22,36}$$

$$r = \frac{100.000}{130.380,042}$$

$$r = 0,0076$$

Berdasarkan perhitungan korelasi linier sederhana tersebut, dihasilkan nilai r sebesar 0,0076, artinya antara variabel harga (x) dan variabel volume penjualan (y) terdapat hubungan yang sangat lemah

PEMBAHASAN

a. Regresi Linier Sederhana

Hasil persamaan regresi diatas dapat dilihat bahwa nilai a sebesar 95 dan nilai b sebesar 0 yang merupakan nilai dari koefisien regresi sederhana yang mengukur besarnya perubahan yang terjadi pada variabel (y). Dari persamaan regresi tersebut terlihat adanya pengaruh positif antara variabel x dan variabel y yang bersifat searah.

b. Korelasi Linier Sederhana

Berdasarkan perhitungan korelasi linier sederhana tersebut, dihasilkan nilai r sebesar 0,0076. Artinya antara variabel harga (x) dan volume penjualan (y) terdapat hubungan yang sangat lemah.

KESIMPULAN

1. Perhitungan dengan menggunakan persamaan regresi linier sederhana dapat dilihat bahwa nilai a sebesar 95 dan nilai b sebesar 0 yang merupakan nilai dari koefisien regresi sederhana yang mengukur besarnya perubahan yang terjadi pada

variabel (y). Persamaan regresi tersebut terlihat adanya hubungan positif antara variabel x dan variabel y yang bersifat searah.

2. Perhitungan dengan menggunakan persamaan korelasi dapat dilihat nilai $r = 0,0076$ mempunyai hubungan yang sangat lemah

SARAN

1. Hendaknya bakso Muiyono dapat meningkatkan kualitas perusahaan baik pelayanan maupun kualitas rasa, agar volume penjualan perusahaan terus meningkat.
2. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi penelitian lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

- Dadang Syaputra. 2020. Pengaruh Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Standard Minimarket Jagakarsa Di Jakarta Selatan. Jurnal manajemen kompeten. 26(38) <http://jurnal.stier.ac.id/index.php/mnjm/article/view/141>. Diakses pada 22 Maret 2022
- Nia Sonani, 2021. Pengaruh Harga Dan Kualias Produk Terhadap Volume Penjualan Kendaraan Merek Toyota. Jurnal wacana ekonomi. 154(160) <https://journal.Uniga.ac.id/index.php/JA/article/download/1310/1040>. Diakses pada 22 Maret 2022
- Iis Nurlela, Rini Agustin Eka Yanti dan Firman Aryansyah. 2021. Pengaruh Penetapan Harga Jual Terhadap Volume Penjualan. Jurnal keguruan dan ilmu pendidikan. 2(3) <http://jurnal.Unigal.ac.id/index.php/J-KIP/article/download/5801/4331>. Diakses pada 22 Maret 2022
- Devi Novitasari dan Samari. 2021. Upaya Peningkatan Volume Penjualan di Masa Pandemi Covid-19 melalui Optimalisasi Promosi, Harga, dan Saluran Distribusi pada Pusat Oleh-oleh Gudange Tahu Takwa. 55(63) <https://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/514/576>. Diakses pada 22 Maret 2022
- Nilai Fitri, 2020. Pengaruh Harga Terhadap Volume Penjualan Pada Toko Sam Bicycle Di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Menurut Perspektif Ekonomi Syariah. Program Studi Ekonomi Syari'ah Fakultas Syari'ah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau-Pekanbaru
- Lilik Eka Pratiwi, 2021. Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Volume Penjualan Di Masa Pandemi Covid-19. Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo
- Satriadi et al. 2021. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: penerbit Samudra Biru (Anggota IKAPI)