

**PENGARUH BIAYA PROMOSI DAN POTONGAN HARGA TERHADAP VOLUME
PENJUALAN SEPEDA MOTOR HONDA
Studi kasus pada PT. Krida Dinamik Auto Nusa Mataram**

Oleh:

Tama Krisnahadi

Dosen Tetap pada Prodi Manajemen FE-UNTB

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara parsial pengaruh biaya promosi dan potongan harga terhadap volume penjualan sepeda motor honda di Krida Dinamik Auto Nusa. Angka penjualan menjadi salah satu tolok ukur kesuksesan dan target sebuah perusahaan. Penelitian ini dilaksanakan pada PT. Krida Dinamik Auto Nusa yang merupakan salah satu dealer resmi sepeda motor merek Honda yang memiliki lokasi yang strategis di kawasan kota Mataram. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan desain asosiatif kausal. Desain Asosiatif kausal digunakan untuk mengukur hubungan antara variabel riset atau berguna untuk mengukur bagaimana suatu variable mempengaruhi variabel yang lain. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah participant sampling yang dilakukan dengan cara mencari atau mencatat data kuantitatif selama 5 tahun. Hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh yang signifikan baik secara simultan maupun parsial antara variabel bebas dan terikat, yaitu pengaruh biaya promosi dan potongan harga terhadap volume penjualan sepeda motor honda pada PT. Krida Dinamik Auto Nusa.

Kata kunci: biaya promosi, penjualan, potongan harga.

PENDAHULUAN

Kegiatan operasional usaha jasa penjualan sepeda motor merupakan bentuk kegiatan yang diarahkan guna mencapai tujuan yang telah direncanakan baik tujuan jangka pendek maupun jangka yang panjang. Tujuan jangka pendek adalah mencapai keuntungan melalui pembentukan volume penjualan, sedangkan tujuan jangka panjang adalah mempertahankan kelangsungan usaha agar tumbuh dan berkembang ke arah yang lebih maju.

Salah satu cara yang dilakukan yaitu melalui peningkatan volume penjualan. Produk yang dihasilkan bukan hanya sekedar berkualitas tinggi namun juga dapat diterima konsumen.

Dengan kegiatan pemasaran tersebut, maka suatu perusahaan harus lebih waspada didalam pengambil keputusan dibidang pemasaran. Perusahaan harus selalu berhati-hati didalam kegiatan pengambilan keputusan tersebut, oleh karena itu perusahaan dapat menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Salah satu cara agar bisa merebut pasar bagi perusahaan adalah berusaha menarik perhatian, mengetahui permintaan konsumen dan memenuhi kebutuhan dan kepuasannya. Dalam hal ini, dengan melakukan *Marketing Mix* yaitu variabel-variabel yang dipakai perusahaan sebagai sarana untuk memenuhi atau melayani kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya (Kotler, 2001:37)

PT. Krida Dinamik Auto Nusa Mataram merupakan salah satu perusahaan dealer sepeda motor Honda yang berada di Kota Mataram, dimana didalam menjalankan bisnisnya perusahaan menerapkan potongan harga kepada pihak-pihak tertentu dan dengan syarat-syarat tertentu pula, sehingga jumlah harga yang harus dibayarkan oleh pembeli menjadi lebih rendah dengan demikian uang yang diterima oleh perusahaan menjadi lebih kecil akan tetapi ini merupakan salah satu strategi kebijakan yang diambil oleh perusahaan untuk meraih pembeli yang banyak dan menarik banyak pelanggan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan desain asosiatif kausal. Menurut Umar (2003:30) "desain Asosiatif kausal berguna untuk mengukur hubungan antara variabel riset atau berguna untuk mengukur bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel yang lain.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka (Sugiyono, 2006:223). Karena data yang diperoleh dalam penelitian ini berupa angka-angka maka pendekatan penelitian yang akan digunakan adalah penelitian kuantitatif. Sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif. Di dalam menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif perlu diingat bahwa data-data yang dikumpulkan dalam penelitian ini didapat dari hasil survei suatu sampel yang datanya diperoleh secara langsung dari tempat

penelitian dengan mencatat data yang sudah relevan yang merupakan metode dokumentasi.

Teknik analisis data menggunakan 2 metode: Metode Deskriptif dan Metode Kuantitatif. Metode Deskriptif adalah data yang digunakan dengan menggandakan pengumpulan data dan penganalisaan yang ada sehingga diperoleh deskriptif gambaran yang jelas mengenai fakta, sifat sifat serta penyusuaian fenomena yang diteliti. Sedangkan Metode Kuantitatif adalah mengetahui berapa besar pengaruh variabel bebas yaitu potongan harga dan promosi terhadap variabel terikat yaitu volume penjualan dengan menggunakan Rumus. analisis regresi linier berganda.

Untuk membuktikan kebenaran dari hipotesis maka, diperlukan analisis data. Untuk mengetahui pengaruh dari satu variabel bebas terhadap variabel tidak bebas dapat dibuat formulasi sebagai berikut:

$$Y = o + {}_1x_1 + {}_2x_2 + e$$

Keterangan :

Y = Volume penjualan (Variabel dependen)

X₁ = Biaya promosi (Variabel independen 1 atau biaya promosi)

X₂ = Potongan harga (Variabel independen 2 atau potongan harga)

e = Standar error

Bo = Konstanta

_{1,2}= Koefesien regresi

Untuk menguji hipotesis, maka menggunakan uji R, uji R². Uji F dan uji t, untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikatnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari biaya promosi dan potongan harga yang mempengaruhi volume penjualan. Data yang dianalisis dalam penelitian ini adalah data sekunder yang bersifat waktu berkala (*time series*) dalam bentuk tahunan yaitu selama periode tahun anggaran 2012 sampai dengan 2016. Data-data tersebut diperoleh dari PT. Krida Dinamik Auto Nusa.

Tabel 1. Data kuantitatif penelitian dan hasil penjualan, biaya promosi dan potongan harga sepeda motor Honda periode 2012-2016

TAHUN	KUARTAL	PENJUALAN	BIAYA PROMOSI	POTONGAN HARGA
2012	I	5.319.388.000	195.140.000	94.000.500
	II	6.656.256.000	200.975.000	95.060.000
2013	I	6.156.256.000	190.343.000	69.804.000
	II	6.756.256.000	199.583.000	95.060.000
2014	I	6.342.569.200	89.110.700	80.956.000
	II	6.156.256.000	200.858.000	76.854.300
2015	I	6.456.256.000	199.561.000	95.060.000
	II	6.456.256.000	209.901.000	94.345.600
2016	I	6.156.256.000	212.850.000	95.060.000
	II	6.756.256.000	187.640.000	94.906.600

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa volume penjualan sepeda motor pada PT. Krida

Dinamik Auto Nusa mengalami fluktuatif setiap tahunnya dimana terjadi kenaikan dan penurunan volume penjualan sepeda motor. Adapun peningkatan volume penjualan sepeda motor tertinggi pada tahun 2016 sebesar Rp.12.912.512.000, dan terendah terjadi pada tahun 2012 dengan total nilai penjualan sebesar Rp. 11.975.644.000, hal ini diimbangi dengan kenaikan dan penurunan biaya promosi dan potongan harga yang diberlakukan oleh PT. Krida Dinamik Auto Nusa di dalam setiap pembelian unit sepeda motor oleh para konsumennya, dimana pada tabel tersebut terlihat juga bahwa nilai/besaran dari biaya promosi yang diberlakukan pada tahun 2015 dan 2016 sebesar Rp. 289.968.700 dan Rp.400.490.000 sedangkan potongan harga yang diterapkan di dalam tahun berjalan sebesar Rp. 189.405.600 dan Rp. 189.966.600, hal ini mengidentifikasi bahwa biaya promosi dan potongan harga sangat mempengaruhi volume penjualan sepeda motor.

Analisis deskriptif statistik dilakukan dari tahun 2012-2016. Tujuan dilakukannya pengujian deskriptif statistik adalah untuk menyajikan informasi mengenai nilai *minimum*, *maximum*, *mean* (rata-rata) dan standar deviasi dari variabel biaya promosi dan potongan harga penjualan sepeda motor pada PT. Krida Dinamik Auto Nusa periode 2012-2016. Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil sebagaimana yang telah tercantum pada tabel di bawah ini.

	N	Minimu m	Maxsimu m	Mean	Std.dev iation
Volume penjualan (Y)	10	5319388 000	6756256 000	6342569 200	157061 77292
Biaya promosi (X1)	10	1876400 00	2128500 00	1995830 00	843883 2.265
Potongan harga (X2)	10	6980400 0	9506000 0	8911070 0	217403 416.3
Valid N (listwise)					

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa nilai maksimum dari volume penjualan sepeda motor pada PT. Krida Dinamik Auto Nusa dari tahun 2012 sampai dengan 2016 sebesar Rp. 6.756.256.000- dan nilai minimum volume penjualan sebesar Rp. 5.319.388.000,-. Rata-rata penjualan pada tahun 2012 sampai dengan 2016 sebesar Rp. 6.342.569.200,-, dengan nilai standar deviasi sebesar Rp. 15.706.177.292. Begitu juga dengan biaya promosi dan potongan harga selama periode 2012 sampai dengan 2016 dimana untuk biaya promosi nilai maksimum yang dikeluarkan oleh PT. Krida Dinamik Auto Nusa sebesar Rp. 212.850.000,- dan biaya promosi minimum sebesar

Rp. 187.640.000,- dengan nilai standar deviasi sebesar Rp. 8.438.832.265 sedangkan untuk potongan harga maksimum yang dikeluarkan sebesar Rp. 69.804.000,- dan nilai minimum potongan harga yang diterapkan selama periode tersebut sebesar Rp. 95.060.000 dengan nilai standar deviasi sebesar Rp. 2.174.034.163

a. Regresi linier berganda

Dari hasil analisis regresi linier berganda terlihat bahwa variabel biaya promosi dan potongan harga berpengaruh terhadap volume penjualan sepeda motor Honda Pada PT. Krida Dinamik Auto Nusa Periode 2012-2016 sebagaimana yang tertuang pada tabel berikut ini.

Variabel	Koefisien t stat	Sig
1. Konstanta ()	6.732E10 4.484	0.000 0.048
2. Biaya promosi	282.517 3.405	0.032
3. Potongan harga	23.599 400.133	
R = 0.765 Adjusted R Square = 0.651	F hitung = 5.298 F tabel = 4.332 = 5%	N=10 K = 2

Dari hasil penelitian dan analisis data diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \theta_0 + \theta_1 X_1 + \theta_2 X_2 + e$$

$$Y = 6.732E10 + 282.517X_1 + 23.599 X_2$$

Hasil koefisien regresi dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta (a) sebesar 6.732E10 dapat diartikan jika variabel biaya promosi dan potongan harga mengalami fluktuatif dimana adanya peningkatan dan penurunan dari biaya promosi dan potongan harga. Maka variabel volume penjualan sepeda motor Honda PT. Krida Dinamik Auto Nusa sebesar 4.484
2. Nilai koefisien (θ_1) sebesar Rp. 282.517 dapat diartikan jika variabel biaya promosi meningkat maka volume penjualan sepeda motor Tahun 2012-2016 meningkat sebesar 3.405.

b. Uji t (signifikansi parsial)

Uji dilakukan untuk menganalisis besarnya pengaruh variabel biaya promosi terhadap volume penjualan sepeda motor Tahun 2012 - 2016 dengan tingkat signifikasinya 0.05. apabila nilai sig lebih besar dari 0.05 maka H_0 ditolak, sedangkan apabila nilai sig lebih kecil dari 0.05 maka H_0 ditolak dan

H_a diterima. Hasil penelitian dan analisis data dengan menggunakan SPSS, dapat dilihat pada tabel di bawah.

Variabel	Koefisien t stat	Sig
1. konstanta ()	6.732E10 4.484	0.0 0.0
2. biaya promosi	282.517 3.405	0.048 0.032
3. potongan harga	23.599 4.133	
R = 0.765 Adjusted R Square = 0.651	F hitung = 5.298 F tabel = 4.332 = 5%	N = 10 K = 2

Berdasarkan hasil perhitungan uji t (parsial) maka dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian untuk variabel biaya promosi diperoleh nilai sig adalah sebesar 0.048. pada variabel biaya promosi terlihat bahwa nilai sig adalah 0.048 lebih kecil dari 0.05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga hasil pengujian statistik tersebut memberi arti bahwa secara parsial variabel biaya promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan sepeda motor Tahun 2012-2016.
2. Hasil pengujian untuk potongan harga diperoleh nilai sig adalah sebesar 0.032. pada variabel inflasi terlihat bahwa nilai sig adalah 0.032 lebih kecil dari 0.05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga hasil pengujian statistik tersebut memberi arti bahwa secara parsial variabel potongan harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan sepeda motor Tahun 2012-2016

c. Uji F

Uji statistik f pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat independen. Hasil analisis dapat dilihat pada tabel di bawah:

Model	Sum of Squares	Df	Mean square	F	Sig
regression	6.049E19	2	3.025E19	5.2	.000 ^a
residual total	2.160E21	9	3.085E20	9.8	
	2.220E21	21			

Hasil pengujian didapatkan nilai F-hitung sebesar 5.298. dalam penelitian ini pengujian hipotesis dilakukan dengan uji satu sisi karena hipotesis alternative (H_a) merupakan hipotesis yang berarah. Nilai F-tabel pada derajat kebebasan (dk) pembilang 2 dan dk penyebut 10 pada pengujian satu sisi sebesar 4.347. Berdasarkan nilai F-hitung 5.298 > F-tabel 4.332. maka H_0 ditolak H_a diterima sehingga dapat disimpulkan secara simultan variabel biaya promosi dan potongan harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan sepeda motor Tahun 2012-2016. Hal ini dibuktikan pada perhitungan nilai sig sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05.

d. Koefisien determinasi

	R	Adjusted R Square
Model		
1	.756	.651

Hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2) yang dihasilkan menunjukkan bahwa nilai Adjusted R square sebesar 0,651. Hal ini memberi makna bahwa sebesar 65,1% variasi perubahan variabel terikat yaitu volume penjualan sepeda motor Tahun 2012-2016 mampu dijelaskan oleh variasi variabel bebasnya yaitu biaya promosi dan potongan harga, sedangkan sisanya 34,9% dipengaruhi oleh variasi variabel lain. Nilai koefisien yang dihasilkan sebesar 0,756 yang berarti hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas sangat kuat dan positif.

e. Uji asumsi klasik Uji normalitas

Pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan uji *kolmogorov smirnov test* (K-S), hasil pengujian dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Variabel	K-S	As yim p-sig	Nilai kritis	Keterangan
Volume penjualan	1.606	0.811	> 0.05	Berdistribusi normal
Biaya promosi	1.481	0.998	> 0.05	Berdistribusi normal
Potongan harga	1.395	0.825	> 0.05	Berdistribusi normal

Berdasarkan tabel uji normalitas diatas, dapat diketahui bahwa variabel volume penjualan mempunyai nilai K-S sebesar 1.606 dengan Asyimp sig sebesar 0.811. variabel biaya promosi mempunyai nilai K-S sebesar 1.481 Asyimp sig sebesar 0.998. variabel potongan harga mempunyai nilai K-S sebesar 1.395 dengan Asyimp sig sebesar 0.825. maka dapat disimpulkan variabel memiliki data berdistribusi normal mengingat Asyimp sig semua variabel lebih besar dari 0.05.

f. Pengujian multikolinieritas pada model

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam satu model. Dari hasil analisis regresi linier berganda pada data hasil penelitian diperoleh

Variabel	Collinearity statistics	
	Tolerance	VIF
Biaya promosi	.787	1.613
Potongan harga	.687	1.413

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel biaya promosi memiliki nilai toleransi sebesar 0.787, variabel potongan harga 0.687, karena nilai toleransi dari hasil uji asumsi klasik lebih dari 0.1, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

Sedangkan variabel biaya promosi memiliki nilai VIF sebesar 1.613, variabel potongan harga 1.413, karena nilai VIF dari hasil uji asumsi klasik masih diantara 1-10 jadi tidak terjadi multikolinieritas pada model.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa model regresi yang diajukan tidak mengandung gejala *multikolenieritas*, *heterokedastisitas* dan *autokorelasi*, berarti model regresi pada penelitian ini bersifat BLUE (*best linear unbiased estimator*).

Dari hasil analisis data yang telah dilakukan menunjukkan bahwa secara simultan menunjukkan variabel biaya promosi dan potongan harga mempengaruhi volume penjualan sepeda motor Tahun 2012-2016 secara signifikan didapatkan nilai sig sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Diperoleh nilai F hitung sebesar 5.298 lebih besar dari F tabel sebesar 4.332 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.

Dan hasil pengujian statistik memberi arti bahwa secara parsial variabel biaya promosi terlihat bahwa nilai sig adalah 0.048 lebih kecil dari 0.05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Untuk nilai

t hitung sebesar 3.405 lebih besar dari t tabel pada $a/2 = 0.025$ (2,5 persen) sebesar 2.225. dan variabel potongan harga terlihat bahwa nilai sig adalah 0.032 lebih kecil dari 0.05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima untuk nilai t hitung sebesar 4.133 lebih besar dari t tabel pada $a/2 = 0.025$ (2,5 persen) sebesar 2.225. dan variabel potongan harga terlihat bahwa nilai sig adalah 0.030 lebih kecil dari 0.05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Untuk nilai t hitung sebesar 4.484 lebih besar dari t tabel $a/2 = 0.025$ (2,5 persen) sebesar 2.225.

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis data di atas dapat diketahui bahwa variabel yang paling dominan atau berpengaruh terhadap volume penjualan sepeda motor Tahun 2012-2016 adalah variabel biaya promosi. Hal ini dapat diketahui karena biaya promosi merupakan salah satu cara yang digunakan oleh pihak dealer khususnya PT. Krida Dinamik Auto Nusa Tahun 2012-2016 untuk menarik konsumen dalam melakukan transaksi pembelian maupun penjualan sepeda motor disamping potongan harga.

Dari uraian hasil analisis data diatas, dapat dipahami bahwa kegiatan pemasaran merupakan suatu kegiatan bisnis yang didalamnya terdapat proses-proses perencanaan, penetapan harga, kegiatan promosi, dan distribusi barang atau jasa ke tengah-tengah masyarakat, yang dapat menguntungkan kedua belah pihak baik bagi pemilik perusahaan atau bisnis sebagai penerima kompensasi laba maupun pihak konsumen yang memperoleh pemenuhan dan kepuasan terhadap produk yang mereka butuhkan.

Kebijakan pemasaran adalah kombinasi dari empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan, yakni; produk, struktur harga, kegiatan promosi dan sistem distribusi. Kotler (2001:45) menyatakan umumnya empat pokok kebijakan pemasaran yang disebut dengan empat P, yaitu: *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), *Promotion* (promosi). Dari keseluruhan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran terdiri dari variabel-variabel kebijakan produk, kebijakan harga, kebijakan promosi, dan kebijakan distribusi.

PENUTUP

a. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan setelah dilakukan pengujian mengenai pengaruh promosi dan potongan harga terhadap volume penjualan sepeda motor honda pada PT. Krida Dinamik Auto Nusa, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Dari hasil perhitungan uji regresi linear berganda dan Koefisien Determinasi pada

variabel biaya promosi dan potongan harga secara signifikan dapat disimpulkan bahwa biaya promosi dan potongan harga berpengaruh terhadap volume penjualan.

2. Secara Simultan Pada Variabel biaya promosi dan potongan harga menunjukkan secara signifikan dapat disimpulkan bahwa biaya promosi dan potongan harga berpengaruh terhadap volume penjualan.
3. Secara Parsial Pada Variabel biaya promosi dan potongan harga menunjukkan secara signifikan dapat disimpulkan bahwa biaya promosi dan potongan harga berpengaruh terhadap volume penjualan.

b. Saran

Berdasarkan hasil analisis data, pembahasan dan kesimpulan dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Kepada pihak PT. Krida Dinamik Auto Nusa agar tetap selalu mempertimbangkan dan menetapkan kebijakan-kebijakan khususnya biaya promosi dan potongan harga dalam usaha meningkatkan volume penjualan.
2. Kebijakan biaya promosi dan potongan harga yang diterapkan oleh perusahaan agar selalu dijalankan dan dipertahankan dengan baik, karena ini merupakan salah satu syarat penting dalam pemasaran sehingga dapat meningkatkan volume penjualan di masa yang akan datang.
3. Penelitian selanjutnya bisa mengungkapkan hal-hal yang belum terungkap oleh peneliti sekarang guna mendapatkan hasil yang lebih baik dari hasil penelitian sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler Philip, 2001. *Manajemen pemasaran*. Edisi. Mellinium. Jilid 2 dialih bahasakan oleh Alexsander Sindoro.jakarta: Prehaindo.
- Nitisemito .S. Alex.1991 *Marketing* Edisi Revisi 1. Jakarta Ghalia Indonesia
- Sugiyono.,(2006) *Metodologi Penelitian Bisnis*.Bandung : Alfabeta
- Swastha DH, Basu dan Irwan. 2000. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberti.Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Pemasaran Jasa*. Bayumedia Publishing. Malang, Jawa Timur.
- Umar. 2003. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Jakarta. PT Raja grafindo Persada*.