

PENGARUH PERKEMBANGAN VOLUME PENJUALAN TERHADAP PENDAPATAN ANEKA KERAJINAN ROTAN PADA PERUSAHAAN UD.MAMASE DI DESA SULI

Marlen Laipiopa¹⁾, Merryll Pelamonia²⁾, Stevie Sahusilawane³⁾

^{1,2,3)} Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Pattimura

[Email: marlenlaipiopa@gmail.com](mailto:marlenlaipiopa@gmail.com)¹

ABSTRACT

Marketing is part of company management and is also an important factor. Marketing is usually a way or strategy by a company or producer to attract customers or consumers. It is important for the company to know the position of the product being sold because the more consumers who want the product, it will automatically affect the increase in sales volume. For this reason, the aim is to determine the effect of sales volume on revenue. What is tested in this study is sales volume as the independent variable and income as the dependent variable. The population in this study are consumers of the company UD. Mamase RT 047 Suli Village. The sample of this study amounted to 50 people. The sampling technique used was non-probability sampling with incidental sampling approach. The analytical tool used is simple linear regression analysis at a significance level of 5%. The results of this study prove that it can be said that sales volume has a positive and significant effect on income at the company UD. Mamase RT 047 Suli Village.

Keywords: Sales Volume, Revenue

ABSTRAK

Pemasaran merupakan bagian dari manajemen perusahaan dan juga salah satu faktor yang penting. Pemasaran biasanya berupa cara atau strategi yang dilakukan suatu perusahaan atau produsen untuk menarik pelanggan atau konsumen. Penting perusahaan mengetahui posisi produk yang dijual karena semakin banyak konsumen yang menginginkan produk tersebut maka secara otomatis akan berpengaruh terhadap kenaikan volume penjualan. Untuk itu tujuannya adalah mengetahui pengaruh volume penjualan terhadap pendapatan. Yang diuji dalam penelitian ini adalah volume penjualan sebagai variabel independen dan pendapatan sebagai variabel dependen. Populasi dalam penelitian ini merupakan konsumen dari perusahaan UD.Mamase RT 047 Desa Suli. Sampel penelitian ini berjumlah 50 orang. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik nonprobability sampling dengan pendekatan incidental sampling. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana pada tingkat signifikansi 5%. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa dapat dikatakan volume penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pada perusahaan UD.Mamase RT 047 Desa Suli.

Kata Kunci : Volume Penjualan, Pendapatan

1. PENDAHULUAN

Dalam satu tahun terakhir permintaan produk aneka kerajinan rotan mengalami penurunan karena adanya wabah pandemi covid 19. Wabah ini membuat permintaan produk aneka kerajinan rotan di UD. Mamase mengalami penurunan karena adanya pembatasan aktivitas manusia dan produk aneka kerajinan rotan juga terpaksa harus dijual dengan harga yang lebih rendah, dampak dari hal ini mengakibatkan volume penjualan menurun dan akan sangat berpengaruh terhadap pendapatan perusahaan, berbeda dengan tahun-tahun sebelumnya.

Berdasarkan itulah dapat dinyatakan bahwa tahun 2021 tingkat penjualan rotan tidak stabil dan berubah-ubah. Data didapat dari hasil observasi dan wawancara sejalan dengan pernyataan bahwa pendapatan aneka kerajinan rotan dipengaruhi oleh perkembangan volume penjualan disaat terjadinya wabah pandemic covid 19.

Dari permasalahan di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “pengaruh perkembangan volume penjualan terhadap pendapatan pada perusahaan UD.Mamase di Desa Suli”

Berdasarkan masalah yang telah dibahas dalam latar belakang, maka rumusan masalah yang akan dianalisis yaitu Apakah volume penjualan berpengaruh terhadap pendapatan pengusaha aneka kerajinan rotan pada perusahaan UD.Mamase di RT 047 Desa Suli. Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh volume penjualan terhadap pendapatan pengusaha aneka kerajinan rotan pada perusahaan UD.Mamase di RT 047 Desa

Suli. Manfaat Teoritis, hasil dari penelitian ini di harapkan memberikan pengetahuan bagi kami sebagai peneliti dan bagi para pembaca dalam hal pengembangan nilai penjualan aneka kerajinan rotan.. Manfaat Praktis, Dari hasil penelitian ini untuk dapat dijadikan untuk sebagai abahan referensi tambahan bagi pengembangan ilmu pengetahuan manajemen selanjutnya dan juga masukan kepada pengusaha untuk lebih lagi meningkatkan nilai penjualan aneka kerajinan rotan

2. TINJAUAN PUSTAKA

Guna menghindari penelitian dengan objek yang sama maka diperlukan studi relevan terlebih dahulu, Guna menghindari penelitian dengan objek yang sama maka diperlukan studi relevan terlebih dahulu, dalam rangka menetapkan permasalahan dalam melakukan suatu penelitian, subyek penelitian, untuk melaksanakan penelitian kelapangan, peneliti perlu memperhatikan apakah yang akan peneliti angkat ini telah ada yang meneliti baik itu ditinjau dari aspek yang sama menggunakan metode yang sama dan mengambil lokasi yang sama, serta apakah ada relevan dengan peneliti yang akan diteliti, agar tidak terjadi pengulangan. Adapun judul peneliti adalah Pengaruh perkembangan volume penjualan terhadap pendapatan pada perusahaan UD.Mamase RT 047 di Desa Suli. Dibawah ini ada beberapa hasil peneliti yang sama memiliki relevansi dengan penelitian ini, antara lain :

Berdasarkan hasil penelitian Anis Susilowati (2009) yang berjudul Profil keberhasilan usaha industri kerajinan rotan dalam menembus pasar internasional (Studi Kasus Pada Surya Furniture Gatak Sukoharjo) dan hasil penelitian yang di dapat oleh peneliti yaitu Adanya peluang yang sangat potensial untuk produk kerajinan rotan di pasar internasional dan peluang tersebut dimanfaatkan dengan baik oleh surya abadi.

Berdasarkan hasil penelitian Kawiji, Nuning Setiowati (2013) yang berjudul Pengembangan usaha kerajinan rotan (Pendekatan Action Research) studi kasus di UKM Asri Desa Trangsan, Kecamatan Gatak, Kabupaten Sukoharjo dan hasil yang di dapat dari penelitian ini yaitu Usaha kerajinan rotan di UKM Asri Rotan menguntungkan dan layak dikembangkan dan menjaga kualitas produk untuk meningkatkan daya saing produk.

Berdasarkan hasil penelitian Muhammad Lucy Prasetyo (2016) yang berjudul Strategi pengembangan usaha kerajinan rotan, dan hasil penelitian yang di dapatkan yaitu Terdapat beberapa strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan usaha kerajinan rotan di antaranya memperbanyak jaringan pasar dan distribusi untuk menambah konsumen.

3. METODOLOGI

Proposal ini, penulis menggunakan jenis penelitian yaitu tipe deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Tipe deskriptif yang dimaksud untuk mengumpulkan informasi dan memberikan gambaran secara objektif tentang keadaan sebenarnya dari objek yang diteliti (Wirartha, 2006). Waktu dalam penelitian ini dilaksanakan kurang lebih 1 (satu) bulan. Penelitian ini dilaksanakan di perusahaan UD.Mamase di RT 047 Desa Suli.

Teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel dalam penelitian adalah teknik *non nonprobability sampling*. Menghasilkan sampel sebanyak 50 orang. Dalam penelitian ini, bentuk kuesioner yang digunakan adalah yang diisajikan oleh peneliti dalam bentuk pilihan jawaban, sehingga responden diminta untuk memilih salah satu jawaban yang sesuai dengan karakteristik dirinya. Untuk melihat adanya perubahan signifikan yang dialami oleh para karyawan perusahaan selama dan setelah covid-19 maka digunakanlah teknik analisis

Regresi Linier Sederhana . Metode statistik yang berfungsi untuk menguji sejauh mana hubungan sebab akibat antara variabel faktor penyebab (X) terhadap variabel akibatnya (Y). Regresi linier sederhana atau sering disingkat SLR (*Simple Linier Regression*) juga merupakan salah satu metode statistik yang dipergunakan dalam produksi untuk melakukan peramalan ataupun prediksi tentang karakteristik kualitas maupun kuantitas. Rumusnya adalah :

$$Y = a + b.X + \epsilon$$

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah penulis melakukan penelitian selama kurang lebih 1 bulan pada perusahaan UD.Mamase RT 047 di Desa Suli, maka di dapatkan hasil bahwa dari 50 orang responden yang menjadi sampel penelitian Pada pengolahan data dengan menggunakan regresi linear sederhana, dilakukan untuk membuktikan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, yakni pengaruh Media Sosial Intagram (X), terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hasil perhitungan regresi linear sederhana dapat dilihat pada tabel 4.9 dibawah ini:

Tabel 4.1
Hasil Perhitungan Regresi Linier Sederhana

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	38.0	5.117		7.43	.00
		25			1	0
	Volume penjualan	.054	.115	.068	.472	.639

a. Dependent Variable: Pendapatan

$$Y = 38,025 + 0,054X$$

Adapun interpretasi dari persamaan tersebut adalah $\beta = 0.054$, nilai parameter koefisien regresi menunjukkan bahwa setiap variabel Volume Penjualan (X) semakin baik teraplikasi dalam aktivitas usaha, maka Pendapatan (Y) akan meningkat sebesar nilai koefisien regresi atau dengan kata lain setiap Volume Penjualan dibutuhkan variabel Pendapatan sebesar 0.054.

4.1 Pengujian Hipotesis

4.1.1 Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)

Tabel 4.2
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.068 ^a	.005	-.016	1.644

a. Predictors: (Constant): Volume Penjualan

Dependent Variable: Pendapatan

Sumber : Hasil Penelitian (diolah, tahun 2022)

Pada tabel 4.10 Nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0.785, nilai ini menjelaskan hubungan variabel independen Volume Penjualan dengan variabel dependen Pendapatan sebesar 06,8%. Nilai r square adalah 0.016, menjelaskan sumbangan persepsi Volume Penjualan terhadap Pendapatan sebesar 00,5% dan sisanya 36,4% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dianalisis.

4.1.2 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji T)

Untuk menguji keberartian model regresi untuk masing-masing variabel secara parsial dapat diperoleh dengan menggunakan uji t. Nilai ttabel didapat dari $df = n-2$ dan α adalah 0,05, dalam hal ini n adalah sampel sebanyak 50 sehingga $df = 50-2 = 48$, maka ttabel adalah 1,677. Berikut ini perhitungan koefisien statistik uji t dilihat pada tabel berikut

Tabel 4.3
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	38.025	5.117		7.431	.000
	Volume Penjualan	.054	.115	.068	.472	.639

a . Dependent Variabel : Volume Penjualan

Sumber : Hasil Analisis, (diolah Tahun 2021)

Variabel Volume Penjualan (X) memiliki nilai $\rho = 0.639$, nilai ini lebih besar dari nilai $\alpha = 0,05$ dan jika diuji dengan perbandingan nilai "t" maka, nilai thitung sebesar 0.472, nilai ini lebih besar dari ttabel ($0.472 < 1.677$). Dengan demikian hasil uji t mengandung makna analisis yakni, menunjukkan secara statistik bahwa terima H_0 dan tolak H_a atau Hipotesis ditolak. Hasil ini membuktikan bahwa variabel Volume Penjualan berpengaruh tidak nyata atau secara signifikan terhadap Pendapatan.

5. PENUTUP

pengaruh perkembangan volume penjualan terhadap pendapatan aneka kerajinan rotan pada perusahaan UD. Mamase RT 047 di Desa Suli, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

5.1. Kesimpulan :

Hipotesis diterima, yakni Perkembangan Volume Penjualan berpengaruh terhadap Pendapatan.

Pengaruh yang dapat dijelaskan oleh variable Perkembangan Volume Penjualan (X) terhadap variable Pendapatan (Y) yaitu sebesar 95,7%, sedangkan 4,3% ($100\% - 95,7\%$) dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

5.2. Saran :

Berdasarkan hasil analisis pembahasan serta beberapa kesimpulan pada penelitian ini, adapun saran-saran yang dapat diberikan, yaitu:

Sesuai dari hasil penelitian, Perkembangan Volume Penjualan berpengaruh terhadap Pendapatan dari perusahaan. Maka dari itu bagi Perusahaan UD. Mamase Di RT 047 Desa Suli penting untuk memperhatikan stabilitas dari volume penjualan agar pendapatan tidak mengalami penurunan.

DAFTAR PUSTAKA

Augusty, Ferdinand. 2006. Metode Penelitian Manajemen: Pendoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro.

Basu Swastha. 2002. Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty.

Basu Swastha dan Irawan. 2003. "Manajemen Pemasaran Modern". (Edisi Kedua). Cetakan ke sebelas. Yogyakarta : Liberty Offset.

Basu Swastha Dharmamesta dan T. Hani Handoko. 2004. Manajemen Pemasaran Perilaku Konsumen. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Liberty.

Ghozali, Imam. 2009. "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS". Semarang : UNDIP.

I Made Wirantha, 2006. Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Skripsi dan Tesis. Yogyakarta: Andi

Kawiji & Setyowati, Nuning. (2013). Pengembangan Usaha Kerajinan Rotan (Pendekatan Action Research) Studi Kasus di UMKM Asri Rotan Desa Trangsan Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo. Jurnal inovasi dan kewirausahaan. 2(1): 9-18.

Kotler, Philip (2000). Prinsip-Prinsip Pemasaran Manajemen, Jakarta : Prenhalindo.

Kotler, Philip (2003). Manajemen Pemasaran. Edisi kesebelas, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.

Kotler, Philip (2006). Manajemen Pemasaran, jilid I, Edisi kesebelas, Jakarta: P.T Indeks Gramedia.

- Kotler, Philip & Keller.(2008). Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Jilid !. Jakarta : Erlangga.
- Kallapur, Sanjay, dan Mark A Trombley 2001. “The Investment Opportunity Set : Determinanis, Consequences and measurement”, Managerial Finance, 27:3.
- Kelinger, F. n . (1973). Founding Of Behavior Reseach, Holt. Rinchart and Winston Inc, New York.
- Susilowati, Anis. 2009. “Profil Keberhasilan Usaha Industri Kerajinan Rotan Dalam Menembus Pasar Internasional”. Skripsi. Surakarta: Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas sebelas Maret Surakarta.
- Sugioyono. 2006. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D.Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta
- Sugioyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D.Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta
- Stanton, William J 2012. Prinsip Pemasaran, alih Bahasa: Yohane Lamarto Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Winardi, 2001. Motivasi dan Pemasaran dalam Manajemen, Cetakan Pertama, PT. Grafindo Persada, Jakarta.