

PENGARUH PENETAPAN HARGA JUAL TERHADAP PENJUALAN PADA PT. XYZ GARMENT INDUSTRY

Yulifati Laoli ^{*1}

Politeknik Negeri Medan, Indonesia
amayonalaoli@gmail.com

Mardelia Desfrida

Politeknik Negeri Medan, Indonesia
mardeliadesfrida@polmed.ac.id

Ratna

Politeknik Negeri Medan, Indonesia
ratna@polmed.ac.id

Tosanov T.P. Napitupulu

Politeknik Negeri Medan, Indonesia
tosanov@polmed.ac.id

Raina Rosanti

Politeknik Negeri Medan, Indonesia
rainarosanti10@gmail.com

Abstract

The Influence of Selling Price Pricing On Sales At PT. XYZ Garment Industry. This study aims to determine: (1) the influence of selling price determination on sales at PT. XYZ Garment Industry. Variables used in this study are selling price (X) and sales (Y). Sample used in this research is report of production cost from year 2012-2022 counted 36 sample. The analysis used is Multiple Linear Regression Analysis. The analysis used to see the extent to which the data influence partially or simultaneously, the test results partially states that $t_{hitung} > t_{table}$ ($68.860 > 2.034$), means H_0 rejected H_a accepted. While the test results simultaneously state that $F_{count} > F_{table}$ ($2320,740 > 3,28$), means H_a accepted H_0 rejected, which means simultaneously Cost of Production and Sales Price significantly influence Sales at PT. XYZ Garment Industry. Based on the results of the analysis shows that the variable cost of production and selling prices have an influence on sales of 99.2%, and the rest of 0.8% influenced from factors not examined in this study by the author.

Keywords: Cost of Production, Selling Price, and Sales

PENDAHULUAN

Di dunia industri saat ini, persaingan usaha semakin meningkat. Pihak-pihak yang berkepentingan di dalam perusahaan harus bekerja keras untuk memenuhi kebutuhan

¹ Korespondensi Penulis

masyarakat dan menghadapi persaingan. Sangat sulit untuk mencapai tujuan perusahaan untuk memperoleh laba yang optimal. Selain itu, akan ada persaingan harga antara perusahaan yang memproduksi produk yang serupa.

Seperti yang diketahui, persaingan dalam dunia bisnis selalu menjadi masalah utama dalam menjalankan bisnis. Inilah yang menjadi tantangan unik bagi para pengusaha. Bidang usaha setiap perusahaan pasti memiliki harapan dan tujuan yang ingin dicapai. Mempertahankan stabilitas perusahaan adalah salah satu tujuan dan harapan tersebut. Dalam hal ini, masyarakat menilai keberhasilan suatu perusahaan. Manajemen pasti bertanggung jawab atas keberhasilan suatu perusahaan. Penjualan adalah salah satu parameter kinerja yang merupakan hasil dari berbagai proses dan pengorbanan sumber daya.

Perusahaan sering mengalami fluktuasi penjualan. Misalnya, jumlah penjualan meningkat pada satu bulan dan menurun pada bulan berikutnya. Naiknya jumlah penjualan adalah hal biasa bagi bisnis. Perusahaan harus memiliki strategi untuk mendorong tujuan meningkatkan hasil penjualan. Untuk itu, manajemen perusahaan harus bekerja keras untuk memantau situasi tersebut sehingga mereka dapat mengetahui apa yang menyebabkan penjualan naik atau turun. Jika bisnis telah mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan penurunan penjualan, langkah selanjutnya adalah tim manajemen harus menetapkan solusi yang tepat berdasarkan pemetaan masalah internal dan eksternal perusahaan.

Penurunan penjualan yang mencolok di bawah normal harus diperhatikan segera. Ini bukan penurunan penjualan yang mutlak tetapi relatif. Setiap perusahaan pasti memiliki penilaian sendiri, dan setiap perusahaan memiliki standar untuk mengukur tingkat pertumbuhan atau penurunan penjualan. Perusahaan ini kadang-kadang mengalami kenaikan penjualan karena berbagai alasan.

Penetapan harga jual adalah masalah lain bagi perusahaan selain penjualan. Harga perusahaan sangat mempengaruhi penjualan. Pengusaha harus mempertimbangkan harga jual yang tepat karena harga yang tidak tepat akan mencegah pembeli untuk membeli atau menggunakan barang tersebut. Namun, penetapan harga jual yang tepat tidak selalu berarti harga harus ditetapkan serendah mungkin.

Karena banyak pembeli mempertimbangkan harga saat membeli barang yang ditawarkan produsen. Produsen harus mampu memberikan harga yang tepat untuk produknya agar mampu menguasai pasar dan mendapatkan penjualan yang tinggi, sehingga mendapatkan keuntungan yang tinggi, selain mengelola biaya produksi dengan baik. Selain itu, tujuan penetapan harga yang tepat dapat memberikan peluang bagi pelanggan di tingkat ekonomi ke bawah untuk menikmati barang-barang yang dipasarkan.

Jika harga jual terlalu tinggi, pelanggan akan beralih ke perusahaan lain yang menawarkan barang dengan kualitas yang sama dengan harga yang lebih murah.

Sebaliknya, jika harga jual terlalu rendah, bisnis akan mengalami kerugian karena harga jual tidak dapat menutupi semua biaya yang telah dikeluarkan.

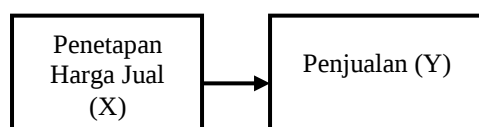
Studi tentang hubungan antara harga jual dan penjualan. Observasi yang dilakukan pada perusahaan manufaktur, yaitu PT. XYZ Garment Industry yang memproduksi pakaian khusus anak-anak perempuan. Nilai penjualan di PT. XYZ Garment Industry pada tahun 2022 mengalami fluktuasi. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini mengetahui pengaruh harga jual terhadap penjualan.

METODE PENELITIAN

Adapun aspek penelitian ini terdiri dari dua variabel, dimana yang menjadi variabel independen atau variabel bebas adalah penetapan harga jual, sedangkan yang menjadi variabel dependen atau variabel terikat adalah penjualan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Pengertian penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2016) adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Paradigma Penelitian

Paradigma Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma sederhana dengan dua variabel yaitu terdiri dari satu variabel independen dan satu variabel dependen. Hal ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Populasi dan Sampel

Populasi yang akan menjadi pengamatan dalam penelitian ini adalah laporan biaya produksi untuk produk yang dihasilkan oleh PT. XYZ Garment Industry tahun 2020-2022. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Nonprobability Sampling* dengan pendekatan *sampling jenuh*. *Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2016). Sedangkan dalam penelitian ini teknik sampel yang diambil adalah *sampling jenuh*. Menurut Sugiyono (2016) “Sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel”.

Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2016) “Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data”. Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Menurut Sugiyono (2016) adalah sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

Teknik Analisis Data

Uji Normalitas Data

Menurut Latan (2013) “Pengujian terhadap uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah residual data dari model regresi linear memiliki distribusi normal ataukah tidak”. Pada uji normalitas yaitu dengan menggunakan grafik *P-Plot of Regression Standardized Residual*, dilakukan dengan cara menguji data secara keseluruhan sekaligus untuk variabel bebas dan variabel terikat, yaitu harga jual sebagai variabel bebas dan penjualan sebagai variabel terikat.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Regresi digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan memprediksi variabel terikat dengan menggunakan variabel bebas. Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana. Persamaan regresi sederhana dengan satu predictor menurut Sugiyono (2016) dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Nilai yang diprediksikan

a = Konstanta atau bila harga X = 0

b = Koefisien regresi

X = Nilai variabel independen

Uji Hipotesis Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2013) menyatakan bahwa “Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen”. Derajat signifikan yang digunakan adalah signifikan <0.05 , maka dapat dikatakan terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Namun jika signifikan <0.05 , maka tidak dapat berpengaruh variabel terikat secara parsial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Pada uji normalitas yaitu dengan menggunakan grafik *P-Plot of Regression Standardized Residual*, dilakukan dengan cara menguji data secara keseluruhan sekaligus untuk variabel bebas dan variabel terikat, yaitu harga jual sebagai variabel bebas dan penjualan sebagai variabel terikat. Dari grafik bahwa secara keseluruhan data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal tersebut, maka model regresi layak digunakan untuk pengujian karena memenuhi asumsi normalitas. Adapun hasil asumsi normalitas selengkapnya dapat dilihat pada grafik histogram di bawah ini:

Analisis Regresi Linier Sederhana

$$Y = -47044763,3 + 391,636$$

Berdasarkan hasil persamaan di atas dapat dijelaskan, bahwa nilai konstanta sebesar -47044763,3 menyatakan bahwa nilai harga jual sama dengan nol, maka penjualan berkurang 47044763,3. jika variabel harga jual meningkat 1, maka akan meningkatkan penjualan sebesar 391,636 dengan asumsi nilai koefisien regresi variabel lain konstan.

Pengujian Hipotesis Uji t (Parsial)

Diketahui bahwa nilai t_{hitung} dari variabel harga jual sebesar 68.615 dengan tingkat signifikan 0,000. Nilai t_{hitung} 68.615 > t_{tabel} 2,034, dapat diartikan bahwa harga jual berpengaruh terhadap penjualan dan nilai 0.000 < 0,05, menunjukkan pengaruh yang signifikan. Maka dapat disimpulkan bahwa harga jual berpengaruh signifikan terhadap penjualan pada PT. XYZ Garment Industry.

Koefisien Determinasi

Hasil koefisien determinasi diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (K_d) sebesar 0,996 atau 99,2%, ini sama dengan hasil dengan menggunakan rumus $K_d = R^2 \times 100\%$ ($0,996^2 \times 100\%$) = 99,2%. Maka dapat disimpulkan bahwa harga jual berpengaruh sebesar 99,2% terhadap penjualan, dan sisanya sebesar 0,8% dipengaruhi dari faktor-faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ini oleh penulis.

PEMBAHASAN

Penelitian ini membahas tentang pengaruh dari harga jual terhadap penjualan pada PT. XYZ Garment Industry. Penetapan Harga pada suatu perusahaan sangat mempengaruhi penjualan. Pengusaha perlu memikirkan tentang harga jual secara tepat karena harga yang tidak tepat akan berakibat tidak menarik para pembeli untuk membeli atau menggunakan jasa tersebut, penetapan harga jual yang tepat tidak selalu berarti bahwa harga haruslah ditetapkan rendah atau serendah mungkin. Karena banyak konsumen yang mempertimbangkan harga dalam memakai sebuah produk yang ditawarkan.

Berdasarkan hasil dari pengujian terhadap variabel penelitian yang kemudian diuraikan dalam pembahasan, bahwa untuk variabel harga jual diketahui bahwa nilai $t_{hitung} 68.615 > t_{tabel} 2,034$, dapat diartikan bahwa harga jual berpengaruh terhadap penjualan dan nilai $0.000 < 0,05$, menunjukkan pengaruh yang signifikan. Maka dapat disimpulkan bahwa harga jual berpengaruh signifikan terhadap penjualan pada PT. XYZ Garment Industry.

Penelitian mengenai penetapan harga jual terhadap penjualan pernah dilakukan dengan judul yang berbeda diantaranya. Batubara dan Hidayat (2016) dengan judul pengaruh penetapan harga jual dan promosi terhadap penjualan tiket pada PSA Mihin Lanka Airlines Medan. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan penetapan harga jual dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan tiket pada PSA Mihin Lanka Airlines Medan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh penetapan harga jual terhadap penjualan pada PT. XYZ Garment Industry. Maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh penetapan harga jual terhadap penjualan pada PT. XYZ Garment Industry, hal ini terbukti dari hasil uji t yaitu $t_{hitung} 68.615 > t_{tabel} 2,034$, dapat diartikan bahwa harga jual berpengaruh terhadap penjualan dan nilai $0.000 < 0,05$, menunjukkan pengaruh yang signifikan. Maka dapat disimpulkan bahwa harga jual berpengaruh signifikan terhadap penjualan pada PT. XYZ Garment Industry.

Saran

Berdasarkan simpulan yang telah dikemukakan di atas, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Diharapkan PT. XYZ Garment Industry bisa memberikan penetapan harga jual yang tepat, tidak terlalu tinggi bahkan terlalu rendah dari harga pokok, sehingga nantinya mampu menghasilkan laba sesuai dengan yang diharapkan.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambahkan variabel-variabel serta faktor-faktor lain yang dapat berpengaruh terhadap penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, Dwi Septa. 2011. *Manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi, Vol.1 No.2, Mei 2011
- Batubara, Azmiani, Rahmat Hidayat. 2016. *Pengaruh Penetapan Harga Jual dan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan pada PSA Mihin Lanka Airlines*. Jurnal Ilman. Volume 4 No.1. STIM Sukma. Medan
- Fahmi, Irham. Analisis Laporan Keuangan. Bandung. Alfabeta.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21Update PLS Regresi*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Indratno, Albertus. 2013. *Prinsip-Prinsip Dasar Akuntansi*, Jakarta : Dunia Cerdas.
- Latan, Hengky. 2013. *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0*, Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung. Alfabeta
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Akuntansi Manajemen*, Yogyakarta : Pustaka Baru Press.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Akuntansi Biaya*, Yogyakarta : Pustaka Baru Press.
- Swastha, Basu. 2017. *Manajemen Penjualan*, Yogyakarta : BPFE. Universitas Gajah Mada