

**Pengaruh Jumlah Produksi Dan Harga Jual Terhadap Volume Penjualan
Pada UD Sayur Segar Dari tahun 2013-2015**

I Ketut Westra
Prodi Pendidikan Ekonomi FPIPS IKIP PGRI Bali
tutwestra22@gmail.com

Pada era globalisasi perkembangan perekonomian semakin mengarah pada persaingan, untuk itu setiap perusahaan harus mempersiapkan dan meningkatkan minat beli konsumen yang dapat meningkatkan volume peningkatan penjualan perusahaan. Untuk dapat mencapai tingkat penjualan yang optimal, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada konsumen dengan menyediakan dan menjual barang dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Jumlah Produksi Dan Harga Jual Terhadap volume Penjualan pada UD Sayur Segar tahun 2013-2015. Data yang dikumpulkan pada penelitian ini menggunakan metode dokumentasi dan metode wawancara. Selanjutnya akan dilakukan pengolahan data menggunakan metode analisis regresi linier dua prediktor. Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi linier dua prediktor diperoleh hasil $R_y(1,2) = 0,600751207$, $R^2_y(1,2) = 0,6765808$, $F_{reg} = 24,82761393$, $JK_{reg} = 0,03116905$, $JK_{reg} = 0,01558452$, $JK_{res} = 0,02071441$, $db_{res} = 33$, $RK_{res} = 0,00062771$, $SR_{X1} = 73,5531585\%$, $SR_{X2} = 26,4468415\%$. Efektifitas garis regresi = $60,07512065\%$, $SE_{X1} = 44,18714873\%$, $SE_{X2} = 15,88797193\%$. Sedangkan sisanya $39,925\%$ di pengaruhi oleh faktor lain. $R_y(1,2) = 0,600751207$, $R^2_y(1,2) = 0,6765808$.

Hasil analisis menunjukkan $F_{reg} = 24,82761393$ $F_{tabel} = 2,3$ maka hipotesis nol (H_0) yang di uji di tolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima, hal ini berarti bahwa “Ada Pengaruh Antara Jumlah Produksi Dan Harga Jual Terhadap Volume Penjualan pada UD. Sayur Segar“ dari Tahun 2013-2015.

Kata Kunci : *Jumlah Produksi, Harga Jual dan Volume Penjualan*

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha sekarang ini sangatlah dirasakan semakin maju dan berkembang dengan pesat, dalam persaingan didunia usaha yang kompetitif serta dengan adanya permintaan pasar, kemampuan perusahaan untuk mendapatkan produk yang berkualitas sangat di perlukan. Seorang pemimpin pada suatu perusahaan dituntut untuk mengelola perusahaannya secara profesional, dalam upayanya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, baik itu merupakan tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Setiap perusahaan tentunya mempunyai tujuan untuk meningkatkan volume penjualan dengan tujuan memperoleh laba, berhasil atau tidaknya suatu usaha sangat tergantung pada

keahlian seorang pimpinanya dalam menjalankan fungsi perusahaan, seperti dalam bidang distribusi, keuangan, penjualan, personalia maupun dalam bidang lainnya. Seorang pemimpin harus mampu mengkombinasikan fungsi - fungsi tersebut agar dapat berkembang dan bersaing didunia usaha sesuai dengan tujuan perusahaan yang telah di tentukan sebelumnya. Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan - kegiatan pokok yang di jalankan oleh perusahaan dalam usahanya untuk memelihara kelangsungan hidup pertumbuhan perusahaan.

Dalam wirausaha agraris khususnya pada usaha pertanian cabai lombok, hasil produksi yang dihasilkan merupakan sumber utama mata pencaharian para petani, jumlah produksi para petani cabai akan menentukan pendapatan dan

harga jual yang nantinya akan mempengaruhi volume penjualan. Dalam mengambil kebijakan mengenai penetapan harga terlebih dahulu harus mengetahui harga pasar lokal dan yang nantinya akan di tentukan oleh daerah penjualannya.

Produksi adalah kegiatan mengolah bahan baku menjadi produk selesai, pada kegiatan tersebut akan menggunakan bahan baku tenaga kerja langsung, barang dan jasa lainnya yang dikelompokkan dalam overhead pabrik (Supriono 1999 : 57). Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan pengertian dari produksi cabai Lombok adalah kegiatan mengelola cabai Lombok hasil panen dari petani menjadi produk yang siap di pasarkan melalui proses distribusi. Oleh karena itu produksi cabai Lombok dikatakan suatu kegiatan yang

berhubungan dengan peningkatan nilai guna atau faedah suatu produk. Dengan adanya kegiatan produksi maka terciptalah produk yang sengaja digunakan untuk meningkatkan produktifitas usaha dari Usaha Dagang Sayur Segar. Harga adalah jumlah uang yang di bebankan untuk produk atau jasa. (Kotler 1997 : 107). Lebih luas lagi harga adalah jumlah nilai pertukaran untuk mendapatkan dan menggunakan suatu barang atau jasa. Harga biasanya di tetapkan atas hasil tawar - menawar yang bisa lebih tinggi dari jumlah yang akan mereka bayar. Dari definisi di atas bisa diartikan harga jual cabai Lombok merupakan jumlah nilai atau uang yang di bebankan untuk pertukaran. Produk cabai Lombok untuk dapat di konsumsi. Pembeli membayar harga yang berbeda untuk produk yang sama tergantung

dengan kebutuhan konsumen terhadap cabai Lombok.

Penjualan adalah Persetujuan yang menetapkan bahwa penjual memudahkan miliknya berupa produk atau jasa kepada konsumen untuk sejumlah uang yang dibayarkan yang disebut harga (Komarudin (dalam Suartini 2005 : 17). Penjualan merupakan suatu bagian yang merupakan bagian kegiatan pemasaran untuk memindahkan barang atau jasa dari sejumlah uang yang di bayarkan yang disebut harga (Marheni 2009 : 23). Berdasarkan hal di atas, maka dapat dikatakan penjualan cabai Lombok adalah kegiatan transaksi antara produsen dengan konsumen sebagai bagian dari pemasaran untuk sejumlah uang yang di bayarkan untuk memperoleh cabai Lombok. Basu Swastha dan Irawan (dalam artana, 2009 : 23)

menyatakan, “Volume penjualan adalah persentase jumlah unit yang terjual untuk suatu produk dihitung dari jumlah unit yang terjual untuk industri dan produk-produk saingan“. Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa, volume penjualan cabai lombok merupakan hasil keseluruhan dari penjualan cabai Lombok yang di peroleh perusahaan dalam jangka waktu tertentu.

Berdasarkan latarbelakang di atas, maka peneliti ingin meneliti lebih mendalam tentang produksi sayur ini dan peneliti tuangkan ke dalam judul “Pengaruh Jumlah Produksi dan Harga Jual Terhadap Volume Penjualan“ pada UD Sayur Segar di desa Sidan Petang.

METODE PENELITIAN

Data hasil penelitian yang telah di kumpulkan melalui dokumentasi ataupun wawancara masih berupa

data mentah, sehingga perlu pengelolaan data lebih lanjut untuk memperoleh simpulan penelitian sesuai dengan tujuan penelitian.

Ada tiga jenis metode yang umumnya digunakan dalam mengelola data yaitu : metode deskriptif, metode komperatif, dan metode analisis. Dalam penelitian ini digunakan metode analisis dengan rumus-rumus statistik untuk memperoleh kebenaran atau tesis, dengan dasar pertimbangan yang di peroleh melalui pengumpulan data dalam bentuk kwantitatif.

Metode analisis adalah suatu cara mengolah data yang dilakukan dengan jalan menggunakan teknik analisis tertentu, sehingga di peroleh suatu test. Ketiga variabel dalam penelitian ini meliputi : jumlah Produksi, Harga Jual, dan Volume Penjualan digolongkan kedalam data yang bergejala interval. Sesuai

dengan karakter data yang di kumpulkan, maka digunakan analisis regresi du prediktor guna mencapai hubungan secara bersama-sama antara dua variabel bebas (independent) dengan satu variabel terikat (dependen) atau kriterium.

HASIL PENELITIAN

Langkah-langkah yang akan ditempuh dalam pengolahan data

yang dikumpulkan, yaitu :

- a. Merumuskan Hipotesis Nol
- b. Mentabulasi Data
- c. Menyusun Tabel Kerja
- d. Mentabulasikan ke dalam Rumus
- e. Menarik Simpulan Analisis

1. Analisis Data

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Berdasarkan table 4.4 yaitu table kerja untuk menghitung koefisien pengaruh antara jumlah produksi dan harga jual terhadap laba pada UD Sayur Segar Br Sidan

Petang/Badung dari bulan Januari yaitu diolah dengan mengubah hasil
2013 sampai dengan Desember perhitungan dalam skor deviasi
2015, maka langkah selanjutnya sebagai berikut :

Tabel ringkasan Analisis Regresi

Sumber Variasi	Db	JK	RK	F	F_t5%
Regresi	2	0,15467935	0,07744	24,82761	2,4
Residu	33	0,04878781	0,001478		
	35	0,20366716			

KESIMPULAN

Berdasarkan atas penelitian yang telah diuraikan diatas dapat ditarik satu simpulan sebagai berikut :

Dengan Analisis regresi dua prediktor

dimana $JK_{reg} = a_1 \sum x_1 y + a_2 \sum x_2 y$.

Sumbangan relative (SR) dalam (%)

tiap Prediktor X_1 (Jumlah Produksi) =

4,545 % dan X_2 (Harga Jual) =

95,454 % terhadap kriterium Y

(Volume Penjualan) pada Usaha

Dagang Sayur segar. Dari tabel

ringkasan analisis regresi, $db = 33$

diketahui $JK_{tot} = 0,20366$ dan Jk_{reg}

$0,154679$. Efektifitas garis regresi

adalah sebesar 76,054%. Sumbangan

Efektifitas dalam presentasi (SE%)

untuk masing – masing prediktor

adalah X_1 (jumlah Produksi) =

3,4568 dan X_2 (Harga Jual) = 76,045

terhadap kriterium Y (laba) pada

Usaha dagang Sayur Segar.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsini. 2008. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rinkra cipta.

Aswar, Saifudin. 2003. *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar

Hadi, Sutrisno. 2004. *Analisis Regresi*. Yogyakarta : Andi

[http//proses perencanaan strategi produk](http://proses_perencanaan_strategi_produk)

[http//pengolahan produk](http://pengolahan_produk)

[http//teknik penelitian harga](http://teknik_penelitian_harga)

Sugiono. 2007. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : CV Alfa Beta.

Suharsini. 2007. *Manajemen Pemasaran, konsep dasar dan strategi*. Jakarta : Erlangga.

Swastha. 1998. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta : Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada