

## PENGARUH PENETAPAN HARGA TERHADAP TINGKAT PENJUALAN MENGUNAKAN METODE KUANTITATIF PADA PT. INDORACK MULTIKREASI

**Imron Imron<sup>1)</sup>, M. Sinta Nurhayati<sup>2)</sup>, Astini Zebua<sup>3)</sup>**

<sup>1</sup> Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika  
email: imron.imr@bsi.ac.id

<sup>2</sup> Teknologi Informasi, Universitas Bina Sarana Informatika  
email: m.sinta.stn@bsi.ac.id

<sup>3</sup> Ilmu Komputer, STMIK Nusa Mandiri Jakarta  
email: astina@nusamandiri.ac.id

### Abstrak

Perkembangan dunia usaha sedang mengalami perubahan besar dimana persaingan antar perusahaan sangat ketat dan sengit dimasing-masing bidangnya. Hal ini tidak terlepas dari persaingan harga yang menyebabkan perusahaan harus mengeluarkan usaha ekstra sehingga dapat bertahan dan berkembang. Penetapan harga tentunya mempengaruhi tingkat penjualan dari produk yang akan dipasarkan. Penulis menggunakan SPSS untuk melakukan pengujian terhadap hipotesis yang ada. Diantaranya dengan memanfaatkan uji validitas, uji asumsi klasik hingga regresi sederhana. Kuesioner diperlukan sebagai penunjang dalam menguji hipotesis yang disebar ke 30 responden dan data yang digunakan sudah valid.

**Kata Kunci:** Harga, SPSS, Kuantitatif, Indorack, Multikreasi

### PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha dalam era globalisasi ekonomi sekarang ini, telah memicu suatu persaingan yang ketat dan sengit diantara perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang perdagangan, jasa bahkan yang bergerak dibidang industri. Tujuan penting suatu perusahaan salah satunya mengenai pencapaian laba atau keuntungan maksimum. Dalam kondisi persaingan yang semakin kompetitif seperti sekarang ini, perusahaan semakin menyadari betapa sentralnya peranan penentuan harga dalam proses penjualan produk yang ada. Tantangan yang dihadapi perusahaan saat ini adalah bagaimana menetapkan harga pada suatu produk yang berterima dengan pasar namun tentunya dengan *style* dan *design* yang sesuai dengan keinginan pasar. Salah satu sektor furniture yang sedang diminati pasar adalah industri *furniture*. Industri *furniture* merupakan salah satu sektor industri yang terus berkembang di Indonesia. Pada era sekarang, *furniture* telah menjadi kebutuhan wajib yang diperlukan untuk memberikan desain *interior* yang baik bagi rumah serta memberikan kenyamanan sehingga dapat menunjang berbagai aktivitas. Persaingan harga juga tidak datang dari dalam negeri, luar negeri juga tidak kalah bersaing karena juga memiliki kualitas dan harga yang bersaing. Harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang dan jasa ditambah dengan presentase laba yang diinginkan perusahaan, karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual. (Lasena, Penentuan Harga, Rahmi Lasena Fakultas Ekonomi & Akuntansi Universitas Sam Ratulangi Manado, 2013). PT. Indorack Multikreasi adalah sebuah perusahaan *manufacturer* terkemuka di Asia Tenggara yang bergerak dibidang industri *furniture* dengan pasar terbesar di Perancis, Jepang dan Indonesia yang secara konsisten mengeksport *furniture* yang handal dan berkualitas diseluruh dunia. Saat ini perusahaan sedang membuka pasar di benua America (Brazil dan Chile) sebagai target pasar terbaru dalam memperluas jangkauan penjualan produk. Penentuan harga sangat berpengaruh dalam hal penjualan produk baik di pasar yang telah

tersedia atau yang akan diperluas. Berdasarkan permasalahan di atas, penulis akan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai penetapan harga pada PT. Indorack Multikreasi

### **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, maka penulis melakukan identifikasi masalah. Permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penetapan harga yang dilakukan pada PT. Indorack Multikreasi?
2. Bagaimana volume penjualan pada PT. Indorack Multikreasi?
3. Seberapa besar pengaruh penetapan harga dalam upaya meningkatkan volume penjualan pada PT. Indorack Multikreasi?

### **Maksud Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh penetapan harga yang dilakukan pada PT. Indorack Multikreasi.
2. Untuk mengetahui volume penjualan pada PT. Indorack Multikreasi.
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh penetapan harga dalam upaya meningkatkan volume penjualan pada PT. Indorack Multikreasi.

## **METODE PENELITIAN**

### **Metode Pengumpulan Data**

Adalah teknik ataupun cara yang digunakan cara yang digunakan penulis untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data dalam penelitian dimaksudkan untuk memperoleh bahan, keterangan, kenyataan dan informasi terkait penelitian yang dapat dipercaya. Menurut Sujarweni (2017:73), data dibagi menjadi:

1. Data Primer: data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber. Data yang diperoleh dari data primer ini harus diolah lagi.
2. Data Sekunder: data yang didapat dari catatan, buku, majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah dan lain sebagainya. Data yang diperoleh dari data sekunder ini tidak perlu diolah lagi. Sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data.

### **Populasi**

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan di PT. Indorack Multikreasi khususnya pada divisi Marketing, Sales, *Panel Product Development* (PPD) dan pelanggan dari PT. Indorack Multikreasi.

### **Sample Penelitian**

Sample adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Bila populasi besar, peneliti tidak mungkin mengambil semua untuk penelitian karena terbatasnya dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sample yang diambil dari populasi itu.

Tabel 1 Karakteristik Responden Dilihat dari Umur

No.	Umur	Jmlh Sample (Orang)	Persentase (%)
1	20-30 Thn	20	68
2	30-40 Thn	5	16
3	>40 Thn	5	16
	<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

Tabel 2 Karakteristik Responden Diihat dari Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Sample (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-Laki	15	50
2	Perempuan	15	50
	<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

### Metode Analisis Data

#### 1. Skala Likert

Skala ini mengukur opini atau persepsi responden berdasarkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan. Skala yang dikembangkan oleh Rensis Likert ini biasanya memiliki 5 atau 7 kategori peringkat dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

Tabel 3 Skor Jawaban Responden

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

#### 2. Uji Validitas

Menurut Ibnu Hadjar dalam Sujarweni (2014:79) validitas suatu instrument menunjukkan seberapa jauh ia dapat mengukur apa yang hendak diukur. Ada 3 jenis pengujian validitas instrument yaitu:

- a) Pengujian validitas konstruk
- b) Pengujian validitas isi
- c) Pengujian validitas eksternal

Uji validitas menggunakan teknik korelasi *product moment* dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

r: koefisien validitas item yang dicari

x: skor yang diperoleh subjek dalam setiap item

y: skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item

- $\sum x$ : jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum y$  : jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum x^2$ : jumlah kuadrat masing-masing skor X
- $\sum y^2$ : jumlah kuadrat masing-masing skor Y
- n: banyaknya responden

### 3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu ukuran kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variable dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Adapun rumus reliabilitas yaitu:

$$r = \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

r: koefisien reliability instrument (*cronbach alfa*)

k: banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ : total butir variabel

$\sigma_t^2$ : total varian

### 4. Uji Normalitas

Data berdistribusi normal artinya data yang mempunyai sebaran yang normal, dengan profil yang bisa dikatakan mewakili populasi. Uji normalitas adalah melakukan perbandingan antara data yang kita miliki dengan data berdistribusi normal yang memiliki mean dan standar deviasi yang sama dengan data kita.

### 5. Uji Heteroskedastisitas

Suatu model regresi mengandung masalah heteroskedastisitas artinya varian variabel dalam model tidak konstan. Diagnosa adanya masalah heteroskedastisitas adalah dengan uji korelasi ranking Spearman. Pengujian ini menggunakan distribusi “t” dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Jika nilai  $t_{hitung}$  lebih besardari  $t_{tabel}$  maka menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ , artinya model regresi mengandung masalah heteroskedastisitas

### 6. Uji Otokorelasi

Uji otokorelasi bertujuan untuk mendeteksi apakah variabel pengganggu pada suatu periode berkorelasi atau tidak berkorelasi dengan variabel pengganggu lainnya. Suatu model dikatakan tidak mengandung masalah otokorelasi apabila faktor pengganggu yang terjadi dalam suatu periode waktu pengamatan tidak terpengaruh oleh periode lainnya

### 7. Analisa Regresi Sederhana

Model regresi sederhana yang hanya memiliki satu variabel independen adalah model regresi sederhana (*simple regression*). Regresi sederhana hanya melibatkan satu variabel independen dan satu variabel dependen, maka model regresi sederhana ini sering disebut analisa bivariat.

### 8. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sederhana terhadap tujuan peneliti yang diturunkan dari kerangka pemikiran yang telah dibuat. Hipotesis merupakan pernyataan tentatif tentang hubungan antara beberapa dua variabel atau lebih.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Tabel 4 Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel X

Item Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Ket
1	0,647	0,361	Valid
2	0,603	0,361	Valid
3	0,666	0,361	Valid
4	0,363	0,361	Valid
5	0,639	0,361	Valid

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Y

Item Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Ket
1	0,741	0,361	Valid
2	0,841	0,361	Valid
3	0,653	0,361	Valid
4	0,417	0,361	Valid
5	0,572	0,361	Valid
6	0,524	0,361	Valid
7	0,781	0,361	Valid

Dari dua tabel diatas terlihat bahwa masing-masing pertanyaan di dalam kuesioner bersifat valid karena memiliki nilai r hitung di atas atau lebih besar dari r tabel (0.361)

### Uji Reliabilitas

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Variabel X

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.681	5

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa hasil perhitungan uji reliabilitas dengan rumus *alpha cronbach's* untuk variabel X adalah 0,681. Sedangkan untuk variabel Y didapat nilai *alpha cronbach's* 0,821 sebagaimana terlihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Variabel Y

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.821	7

Dari hasil kedua tabel di atas, nilai *alpha* dari variabel X dan Y lebih besar dengan r tabel (0,316) sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner penelitian yang digunakan sebagai alat pengumpul data di dalam penelitian ini bersifat reliabel.

### Uji Normalitas

Tabel 8 Hasil Uji Normalitas  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.83777553
Most Extreme Differences	Absolute	.141
	Positive	.141
	Negative	-.127
Kolmogorov-Smirnov Z		.773
Asymp. Sig. (2-tailed)		.588

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dari tabel di atas diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,588 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

### Uji Heteroskedastisitas

Tabel 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstd Coefficients		Std Coefficients	t	Sig.
	B	Std Error	Beta		
1 (Constants)	-1.049	.387		-2.712	.011
X1	.303	.090	.537	3.367	.002

a. Dependent Variable: RES\_2

Dari tabel di atas didapatkan hasil bahwa variabel penetapan harga (X1) sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05. Artinya terjadi heteroskedastisitas.

### Uji Otokorelas

Tabel 10 Hasil Uji Otokorelasi  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.670 <sup>a</sup>	.449	.429	.363	1.842

a. Predictors: (Constant), X1

b. Dependent Variable: Y1

Dari tabel di atas didapatkan nilai DW = 1,842. Selanjutnya, bandingkan jumlah sample N=30 dan jumlah variabel *independent* 1 (K-1) = 1,842 maka diperoleh nilai  $d_U = 1,4894$ . Nilai DW = 1,842 lebih besar dari batas atas ( $d_U$ ) yakni 1,4894 dan kurang dari  $(4 - d_U) = 4 - 1,4894 = 2,5106$  sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat otokorelasi.

### Analisa Regresi Sederhana

Tabel 11 Hasil Analisa Regresi Sederhana

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>					
Model	Unstd Coe		Std Coe	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.536	3.895		2.448	.021
Penetapan Harga	.939	.192	.678	4.887	.000

a. Dependent Variable: Tingkat Penjualan

Dari hasil tabel di atas diketahui bahwa:

a: angka konstan dari *unstandardized coefficients* yang memiliki nilai sebesar 9,536. Angka ini merupakan angka konstan yang mempunyai arti bahwa jika tidak ada penetapan harga (variabel X) maka nilai tingkat penjualan (variabel Y) adalah sebesar 9,536.

b: angka koefisien regresi yang memiliki nilai 0,939. Angka ini mempunyai arti bahwa setiap penambahan 1% penetapan harga (variabel X), maka tingkat penjualan (variabel Y) meningkat sebesar 0,939.

Karena nilai koefisien regresi bernilai positif, maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa penetapan harga (variabel X) berpengaruh positif terhadap tingkat penjualan (variabel Y). Sehingga persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = 9,536 + 0,939 X$$

### Uji Hipotesis

Tabel 12 Hasil Uji Hipotesis (t)

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>					
Model	Unstd Coe		Std Coe	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.536	3.895		2.448	.021
Penetapan Harga	.939	.192	.678	4.887	.000

a. Dependent Variable: Tingkat Penjualan

Berdasarkan tabel di atas, dapat ditentukan bahwa  $df = n - k = 30 - 1 = 29$ , signifikansi 0,05 maka nilai t tabel adalah 2,04523. Dari hasil perhitungan tersebut,  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $4,887 > 2,04523$ ) dan signifikansi  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ) hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

Tabel 13 Hasil Uji Koefisien Determinan (R)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,678 <sup>a</sup>	.460	.441	1.870

a. Predictors: (Constant), Penetapan Harga

Dari tabel model *summary* di atas dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (R) adalah 0,678, sedangkan nilai *R square*  $R^2$  sebesar 0,460. Besarnya  $R^2$  sama dengan 46%, yang berarti penetapan harga memberikan pengaruh sebesar 46% terhadap tingkat penjualan. Sedangkan sisanya (100% - 46% = 56%) dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar model.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan identifikasi masalah yang ingin dikaji, maksud dan tujuan penelitian yang ingin dicapai, pembuktian hipotesis yang ingin dilakukan serta hasil analisa data, maka penulis mendapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil analisa regresi dapat diketahui bahwa nilai koefisien bernilai positif sehingga hipotesis yang dirumuskan diawal oleh penulis benar bahwa penetapan harga berpengaruh terhadap tingkat penjualan.
2. Dari hasil uji hipotesis (t) diketahui bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dimana hal ini sesuai dengan rumusan hipotesis yang telah dijabarkan sebelumnya.
3. Dari hasil analisa uji koefisien determinasi, hipotesis yang penulis terbukti. Hal ini dapat dilihat dari adanya pengaruh variabel X (penetapan harga) terhadap variabel Y (tingkat penjualan) adalah sebesar 46%.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang “Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Tingkat Penjualan Menggunakan Metode Kuantitatif Pada PT. Indorack Multikreasi”, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Dari tanggapan responden mengenai penetapan harga di PT. Indorack Multikreasi rata-rata responden setuju bahwa penetapan harga sangat perlu dalam meningkatkan volume penjualan bagi perusahaan. Oleh karena itu, perlu adanya strategi yang sangat efektif untuk melakukan penetapan harga sehingga menghasilkan volume penjualan yang signifikan.
2. Bagi karyawan PT. Indorack Multikreasi, perlu adanya kesadaran bersama bahwa semua pihak perlu mendukung atau memberi partisipasi dalam hal menentukan suatu harga produk yang dihasilkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol.4(No.12), Hlm.15.
- Batubara, A., & Hidayat, R. (2016). Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi terhadap Tingkat Penjualan Tiket pada PSA Mihin Lanka Airlines. *Jurnal Ilman*, 4(1), 33–46.
- Fitriyono, D., & Khuzani. (2014). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Produk. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 3(11), 436. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1012560>
- Lasena, S. R., Penentuan Harga, A., Rahmi Lasena Fakultas Ekonomi, S., & Akuntansi Universitas Sam Ratulangi Manado, J. (2013). Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Pada Pt. Dimembe

- Nyiur Agripro. *Jurnal EMBA*, 5851(3), 585–592. <https://doi.org/2203-1174>
- Mart, A., & Malang, D. I. (2017). PENGARUH STRATEGI PENETAPAN HARGA TERHADAP PENJUALAN RITEL, (November 2015).
- Mongi, L., Mananeke, L., & Repi, A. (2013). Kualitas Produk, Strategi Promosi Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel Di Kota Manado. *Journal EMBA*, 1(18), 2336–2346. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Purwanto, E. A, & Sulistyastuti D. R. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif. Penerbit Gava Media. Yogyakarta
- Rangkuti, Freddy (2013). Strategi Promosi yang Kreatif. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Salindeho, H. A. (2014). Pengaruh Saluran Distribusi Dan Harga Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Pt Fastrata Buana. *Ilmu & Riset Manajemen*, 3(9), 1–15.
- Sujarweni, V. Wiratna (2014). Metodologi Penelitian. Pustaka Baru Press. Yogyakarta
- Sunyoto, Danang (2013). Teori, Kuesioner, & Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Graha Ilmu. Yogyakarta