

PENGARUH HARGA TERHADAP JUMLAH PERMINTAAN PADA PT. TOYOTA HADJI KALLA CABANG PAREPARE

The Effect Of Price On Demand At Pt. Toyota Hadji Kalla Cabang Parepare

SARDI SAKRI

Email: sardysakry07@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Parepare
Jl. Jend. Ahmad Yani, Soreang, Kota Parepare, Sulawesi Selatan, 91131

Abstract

This study aims to determine the effect of price on the amount of demand at PT. Toyota Hadji Kalla Cabang Parepare 2017-2018. The data collection techniques used in this study were interviews and documentation. The sample in this study amounted to 26 respondents who were involved in sales reports. The data analysis technique in this study is to use simple linear analysis. The result of this research shows that price affects the amount of demand at PT. Toyota Hadji Kalla Cabang Parepare

Keywords: Price, Demand

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap jumlah permintaan pada PT. Toyota Hadji Kalla Cabang Parepare tahun 2017-2018. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan dokumentasi. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 26 responden yang terlibat dalam laporan penjualan. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis linear sederhana. Adapun hasil dari penelitian ini adalah harga berpengaruh terhadap jumlah permintaan pada PT. Toyota Hadji Kalla Cabang Parepare.

Kata kunci : Harga, Permintaan

PENDAHULUAN

Pada saat ini kendaraan merupakan salah satu kebutuhan yang dianggap penting bagi kehidupan manusia. Dengan munculnya kendaraan maka akan membantu kehidupan manusia untuk menjalankan segala aktivitasnya. Menurut (Amrullah dan Sasi, 2016) kebutuhan akan alat transportasi sekarang ini sudah menjadi kebutuhan primer, khususnya alat transportasi darat. Macam-macam jenis alat transportasi darat mulai dari kendaraan roda dua hingga roda empat pun mampu memenuhi berbagai macam kehidupan manusia.

Dewasa ini jenis kendaraan roda empat (mobil) banyak digunakan hampir seluruh

kalangan masyarakat sebagai alat untuk memenuhi berbagai macam kebutuhan. Hal ini membuat produsen mobil semakin berinovasi dengan produknya. Sehingga persaingan setiap merek produk semakin tajam (Amrulah dan Saida, 2016). Peminat mobil yang banyak menyebabkan banyak perusahaan yang muncul di dunia otomotif seperti Toyota, Honda, Daihatsu, Mitsubishi, Suzuki, Datsun, Hino, Nisan, Isuzu, dan lainnya.

Berdasarkan Keputusan Menteri Perindustrian Dan Perdagangan R.I Nomor: 214/MPP/Kep/7/2001 tentang uji publik kendaraan bermotor roda empat dan roda dua di antaranya disebutkan dalam rangka konsumen dapat memperoleh jaminan kualitas atas kendaraan bermotor roda empat atau roda dua yang dibelinya serta untuk menciptakan persaingan usaha yang sehat, perlu adanya informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai keadaan, kondisi dan kualitas kendaraan bermotor roda dua dan roda empat yang dimaksud. Berikut ini adalah data penjualan mobil selama Lima tahun terakhir dari tahun 2014-2018. Tahun 2014 1.208.028 unit, tahun 2015 1.013.291 unit, tahun 2016 1.062.729 unit, tahun 2017 1.079.886 unit dan tahun 2018 1.151.391 unit. Sumber: Gaikindo, 2019.

Berdasarkan data dari Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo) terlihat bahwa penjualan mobil di Indonesia pada tahun 2014 cukup tinggi, akan tetapi pada tahun 2015 mengalami penurunan. Pada tahun 2016 penjualan mobil di Indonesia agak meningkat dibandingkan tahun 2015. Menurut Katadata.com 25/01/2017 naiknya penjualan mobil pada tahun 2016 mencapai 4,5 persen ini merupakan kontribusi dari penjualan kendaraan dengan harga terjangkau sesuai dengan daya beli masyarakat.

METODE PENELITIAN

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pegawai Kantor Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Enrekang yang berjumlah 76 orang baik pegawai PNS maupun non PNS.

Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi. Adapun teknik pengambilan sampel yang peneliti gunakan adalah dengan cara total sampling (sampel jenuh) yaitu semua populasi dijadikan sampel sebesar 76 orang.

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi yaitu mengadakan pengamatan secara langsung pada perusahaan lokasi penelitian.
2. Kuesioner Menurut Sugiyono Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. (2017)
3. Dokumentasi yaitu pengumpulan data melalui wawancara, dokumen, referensi atau catatan-catatan lainnya yang berhubungan dengan penelitian.

Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis dan sumber data yang dikumpulkan dalam penulisan ini adalah sebagai berikut :

1. Jenis Data
 - a) Dalam penelitian diperlukan data sebagai bahan informasi sebagai bahan acuan untuk menganalisa yaitu: Data kuantitatif yaitu data yang berbentuk informasi baik lisan maupun tulisan yang berhubungan dengan informasi.
2. Sumber Di atas
 - a) Person merupakan sumber informasi langsung dari pegawai yang berkaitan dengan Disiplin Kerja
 - b) Paper (sumber literature) yang berisi referensi yang terkait dengan penelitian baik dari internet, buku, dan karya tulis.
 - c) Place yaitu sumber data yang diperoleh dari tempat penelitian yaitu: Kantor Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kabupaten Enrekang.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap jumlah permintaan yaitu menggunakan Analisis Regresi Linier Sederhana. Menurut Teguh Muhammad (2014:87) Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Rumus regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX \text{ Keterangan:}$$

- Y = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)
 X = Variabel independen
 a = Konstanta (nilai Y' apabila X = 0)
 b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini dengan menggunakan data sekunder yang diperoleh dari PT. Hadji Kalla Cabang Kota Parepare periode tahun 2017-2018. Pengolahan data pada penelitian ini dilakukan menggunakan bantuan *Miscrosoft Excel 2010* dan SPSS versi 24 untuk dapat mengolah data dan memperoleh hasil dari variabel-variabel yang diteliti, dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh variabel – variabel (X) terhadap variabel (Y) yaitu terdiri dari variabel bebas (*Independent Variable*); harga, sedangkan variabel terikat (*Dependent Variable*); Jumlah permintaan pada PT. Toyota Hadji Kalla Cabang Kota Parepare dari tahun 2017 sampai pada tahun 2018.

Tabel 1 Harga Rata-Rata Penjualan Mobil Pada Pt Toyota Hadji Kalla Cabang Parepare

No.	Jenis	Harga Rata- Rata	
		Tahun 2017 (Rp)	Tahun 2018 (Rp)
1.	Avansa	215.115.277	227.366.250
2.	Agya	140.883.333	148.200.000
3.	Rush	261.662.500	262.650.000
4.	Innova	368.260.833	371.831.428

Sumber Data PT Hadji Kalla Cabang Parepare

Pada tabel 1 merk mobil avansa harga rata-rata tahun 2017 sebesar Rp 215.115.277 pada tahun 2018 mengalami kenaikan sebesar Rp 227.366.250 Merk mobil agya harga rata-rata tahun 2017 sebesar Rp 140.883.333 pada tahun 2018 mengalami kenaikan sebesar Rp 148.200.000. Merk mobil rush harga rata-rata tahun 2017 sebesar Rp 261.662.500, pada tahun 2018 mengalami kenaikan sebesar Rp 262.650.000. Sedangkan merk mobil Innova harga rata-rata tahun 2017 Rp 368.260.833 pada tahun 2018 mengalami kenaikan sebesar Rp 371.831.428.

JUMLAH PERMINTAAN PADA PT.HADJI KALLA CABANG PAREPARE

Tabel 2 Jumlah Permintaan Mobil Pada PT. Hadji Kalla Cabang Parepare

NO.	JENIS	TAHUN	HARGA (Rp)	PERMINTAAN (Unit)
1.	Avansa	2017	215.115.277	79
		2018	227.366.250	118
2.	Agya	2017	140.883.333	44
		2018	148.200.000	72
3.	Rush	2017	261.662.500	27
		2018	262.650.000	131
4.	Innova	2017	368.260.833	20
		2018	371.831.428	21

Sumber Data PT Hadji Kalla Cabang Parepare

Pada tabel 2 jumlah permintaan mobil avansa tahun 2017 harga per unit Rp 215.155.277 permintaan sebesar 79 unit, pada tahun 2018 harga perunit Rp 227.366.250 mengalami peningkatan permintaan sebesar 118 unit. Pada merk agya jumlah permintaan

tahun 2017 harga perunit Rp 140.883.333 sebesar 44 unit, pada tahun 2018 harga perunit Rp. 148.200.000 mengalami peningkatan permintaan sebesar 72 unit. Pada merk rush jumlah permintaan tahun 2017 harga perunit Rp 261.662.500 sebesar 27 unit, pada tahun 2018 harga perunit Rp 262.650.000 mengalami peningkatan permintaan sebesar 131 unit, dan pada merk innova jumlah permintaan tahun 2017 harga perunit Rp 368.260.833 sebesar 20 unit, sedangkan pada tahun 2018 harga perunit Rp371.831.428 mengalami peningkatan permintaan sebesar 21 unit.

UJI REGRESI LINIER

1. Uji Normalitas

**Tabel 3 One-Sample
Kolmogrov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		8
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	9.42749328
Most Extreme Differences	Absolute	.191
	Positive	.131
	Negative	-.191
Kolmogorov-Smirnov Z		.541
Asymp. Sig. (2-tailed)		.932

Sumber : olah data spss 24

Berdasarkan hasil pengolahan data pada penjualan dan laba operasi dengan menggunakan residual hasil bahwa signifikansi 0.932 dari hasil analisis di atas diperoleh kesimpulan bahwa asumsi kenormalan data telah terpenuhi. Dapat dikatakan normal jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

2. Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.731 ^a	.534	.456	10.18286

Sumber: Data Diolah SPSS 24

Nilai R pada tabel 0,975 menunjukkan proporsi variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen. Semakin tinggi nilai R Square maka akan semakin baik bagi model bagi regresi karena manandakan bahwa kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat juga semakin besar. R Square pada model regresi bernilai 0,534 menunjukkan ada hubungan harga terhadap permintaan sebesar 53,4% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain

Hal tersebut menunjukkan bahwa korelasi antar variabel biaya produksi dan penjualan terhadap variabel laba kotor adalah kuat karena nilainya di atas 53,4% .

Tingkat keeratan hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas yang dilihat dari Adjusted R Square ditunjukkan dengan range 0-1 yang dimana apabila semakin mendekati 1 maka hubungannya akan semakin erat.

3. Uji t (*Coefficients*)

Tabel 5 Uji t (*Coefficients*) Model Summary^b

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	66.558	14.564		4.570	.004
X	2.787	1.063	.731	2.621	.040

Sumber: Data Diolah SPSS 24

Berdasarkan hasil regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS 24 maka diperoleh estimasi sebagai berikut:

$$Y = 66.558 + 2.787X$$

Hasil estimasi diatas dapat dijelaskan bahwa pengaruh variabel independen yaitu Harga Mobil, terhadap variabel dependen yaitu Permintaan Mobil pada PT Hadji Kalla Cabang Parepare.

Berdasarkan hasil pengamatan data diatas diketahui bahwa Harga (X) Harga memiliki nilai t hitung sebesar 2.621 dengan t hitung (2.621) lebih besar dari t tabel (2.13185) sedangkan nilai signifikan sebesar 0.040 lebih kecil dari 0.05, dengan demikian hipotesis diterima, artinya bahwa variabel harga mobil nyata atau signifikan mempengaruhi permintaan mobil pada PT. Toyota Hadji Kalla Cabang Parepare.

PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan dan hasil dari pengolahan data dengan SPSS versi 24 dengan menggunakan prinsip mengkorelasikan atau menghubungkan antara masing masing skor item dengan skor total yang diperoleh dalam penelitian ini. Dalam uji regresi menunjukkan bahwa Hasil estimasi diatas dapat dijelaskan bahwa pengaruh variabel independen yaitu Harga Mobil, terhadap variabel dependen yaitu Permintaan Mobil pada PT. Toyota Hadji Kalla Cabang Parepare.

Berdasarkan hasil pengamatan data diatas diketahui bahwa Harga (X) Harga memiliki nilai t hitung sebesar 2.621 dengan t hitung (2.621) lebih besar dari t tabel (2.13185) sedangkan nilai signifikan sebesar 0.040 lebih kecil dari 0.05, dengan demikian hipotesis diterima, artinya bahwa variabel harga mobil nyata atau signifikan mempengaruhi permintaan mobil pada PT. Toyota Hadji Kalla Cabang Parepare.

Bila dihubungkan dengan landasan teori Menurut Kotler (2005) bahwa harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atau suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukar konsumen untuk manfaat-manfaat yang diterima karena menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga seringkali disebut sebagai indikator nilai, jika harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang diterima atas suatu barang atau jasa.

Serta Menurut Assauri (2004) kegiatan penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Jadi kegiatan pembelian dan penjualan merupakan satu kesatuan untuk dapat terlaksananya transfer hak atau transaksi. Oleh karena itu, kegiatan penjualan terdiri serangkaian kegiatan yang meliputi penciptaan permintaan (demand), menemukan si pembeli, negosiasi harga dan syarat-syarat pembayaran. Dalam hal penjualan ini, si penjual harus menentukan kebijaksanaan dan prosedur yang akan diikuti untuk memungkinkan dilaksanakannya rencana penjualan yang telah ditetapkan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan pada PT. Toyota Hadji Kalla Cabang Parepare, maka dapat disimpulkan bahwa: Berdasarkan hasil pengamatan data diatas diketahui bahwa Harga (X) memiliki nilai t hitung sebesar 2.621 dengan t hitung (2.621) lebih besar dari T tabel (2.13185) sedangkan nilai signifikan sebesar 0.040 lebih kecil dari 0.05, dengan demikian hipotesis diterima, artinya bahwa variabel harga mobil nyata atau signifikan mempengaruhi permintaan mobil pada PT. Toyot Hadji Kalla Cabang Parepare.

Saran

Adapun saran dalam penelitian ini yaitu:

1. Mengingat penting dan strateginya peranan faktor bagi upaya peningkatan penjualan maka sebaiknya pihak manajemen PT.Hadji Kalla Cabang Parepare mengambil keputusan penetapan harga.
2. PT.Hadji Kalla Cabang Parepare agar menyusun strategi menghadapi competitor serta mengoptimalkan penjualan mobil untuk meningkatkan permintaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah, Saida. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*. Jurnal ekonomi dan Manajemen. Volume 13. Nomor 2. Juli 2016. ISSN Print: 2528-1127. Diakses dari: <https://ejournal.feb.ummul.ac.id/index.php/KINERJA/article/download/826/78>, tanggal 25 April 2019.
- Amirullah, Sasi. 2016. *Pengaruh Kualitas, Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Volume 5.

Nomor 7. ISSN: 2461-0593. Diakses dari:
<https://ejournal.stiesia.ac.id/jirm/article/viewFile/1587/1549>, tanggal 25 April 2019.

Arifuddin. 2015. *Pengantar Bisnis*. Parepare: Galaxy.

Keputusan Menteri Perindustrian Dan Perdagangan R.I Nomor : 214/MPP/Kep/7/2001 tentang uji publik kendaraan bermotor roda.

Kotler, Philip dan Garry Armstrong. 2013. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid I. Edisi kesembilan, Erlangga.

Panduan Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis 2018. Parepare: Universitas Muhammadiyah Parepare.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Sukirno S dkk. 2004. *Pengantar Bisnis Edisi Pertama*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group.

Swastha, Basu dan Irawan. 2015. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta. Liberty Yogyakarta.

Teguh muhammad. 2014. *Metode Kuantitatif Intuk Analisis Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada Jakarta.

Tjiptono F., Chandra G., dan Adriana D. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta. Andi Yogyakarta.