

ANALISIS VARIAN PRODUK, PROMOSI PENJUALAN, DAN KEBIJAKAN HARGA TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN DI PRIMA FRESHMART TULANGAN

Oleh:

Handini Kurnia Damayanti,

Dr. Supardi SE., MM, CSA, CRMP

Manajemen

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Februari, 2025



Pendahuluan

- Prima Freshmart Tulangan telah menerapkan berbagai strategi pemasaran untuk meningkatkan pendapatan, termasuk diversifikasi produk, promosi penjualan, dan penyesuaian kebijakan penetapan harga.
- Diversifikasi produk bertujuan untuk memenuhi berbagai permintaan konsumen, sementara promosi penjualan seperti diskon dan penawaran bundel ditujukan untuk menarik lebih banyak pelanggan. Selain itu, penyesuaian strategi penetapan harga dilakukan untuk meningkatkan daya saing.
- Penelitian ini bertujuan untuk menilai dampak varian produk, promosi penjualan, dan kebijakan penetapan harga terhadap tingkat pendapatan. Ketidakpuasan terhadap standar operasi prosedur (SOP) saat ini seringkali menyebabkan penurunan pendapatan, sehingga penting untuk menganalisis aspek-aspek tersebut guna mencapai peningkatan yang diinginkan.

Pendahuluan

Tabel 1. Data Pendapatan Prima Freshmart pada tahun 2023

Bulan	Pendapatan
Agustus	15%
September	22%
Oktober	2%

Sumber : Prima Freshmasrt
Tulangan (2023)

Rumusan Masalah dan Tujuan Penelitian

RUMUSAN MASALAH

- Apakah variasi produk berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan Prima Freshmart Tulangan?
- Apakah promosi penjualan berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan Prima Freshmart Tulangan?
- Apakah kebijakan harga berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan Prima Freshmart Tulangan?

TUJUAN PENELITIAN

- Untuk menganalisis dan melakukan uji variasi produk terhadap peningkatan pendapatan
- Untuk menganalisis dan melakukan uji promosi penjualan terhadap peningkatan pendapatan
- Untuk menganalisis dan melakukan uji kebijakan harga terhadap peningkatan pendapatan

Kategori SDGs

Penelitian ini termasuk dalam kategori ke 8 dari ke 17 kategori SDGs (Sustainable development goals) yakni mendorong pertumbuhan ekonomi berkelanjutan inklusif dan berkelanjutan, serta menciptakan pekerjaan layak dan produktif bagi semua

LITERATURE REVIEW



Promosi Penjualan Adapaun indikator dari promosi penjualan menurut [17] sebagai berikut :

1. Anggaran menurut produk
2. Jenis
3. Frekuensi
4. Evaluasi



Kebijakan Harga

Adapun indikator kebijakan harga menurut [19] sebagai berikut :

1. Keterjangkauan Harga
2. Diskon
3. Cara pembayaran



Varian Produk

Terdapat beberapa indikator dari varian produk, antara lain :

1. Ukuran
2. Harga
3. Tampilan
4. Ketersediaan produk



Peningkatan Pendapatan

Adapun indikator indikator dari peningkatan pendapatann yaitu :

1. Modal
2. Produk
3. Jumlah keuntungan
4. Tenaga kerja
5. Lokasi usaha

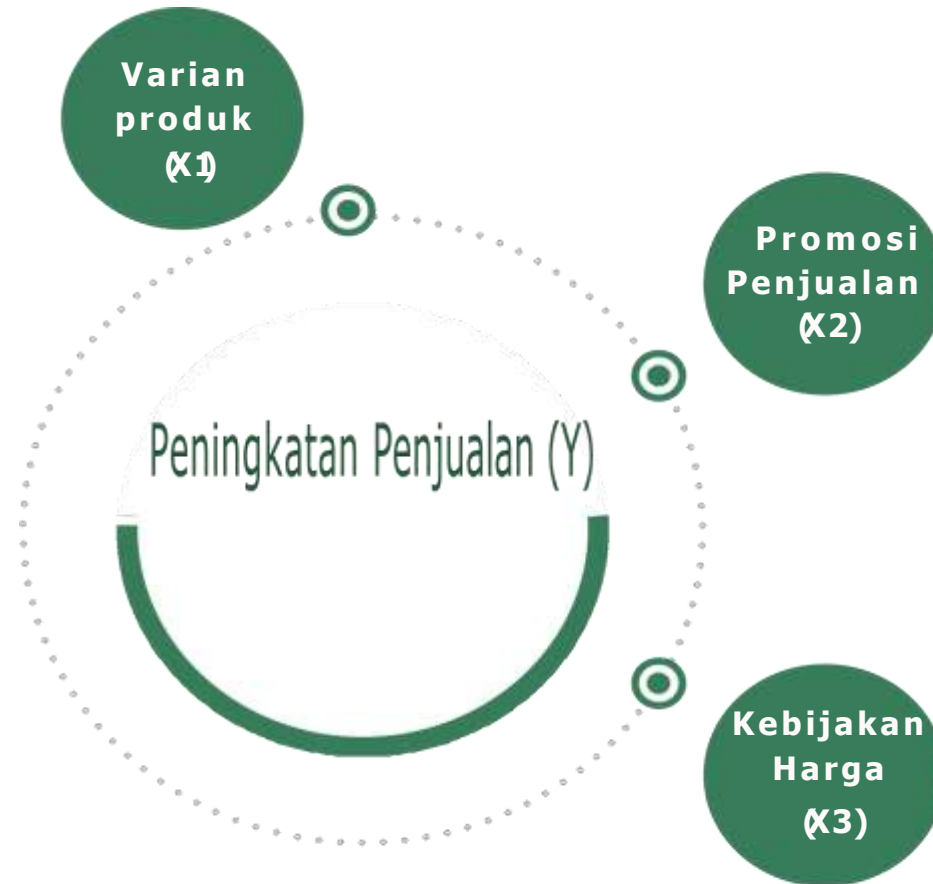
Kerangka Konseptual

Berdasarkan kerangka konseptual ini maka hipotesis penelitian sebagai berikut :

H 1 : Varian produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan

H 2 : Promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan

H 3 : Kebijakan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan



Metode Penelitian

❑ Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan metode analisis data yang bersifat kuantitatif.

Subjek yang dipilih oleh peneliti adalah konsumen yang berbelanja di prima freshmart tulangan.

❑ Populasi dan sampel

Populasi : pengunjung pusat perbelanjaan yang dimiliki oleh prima freshmart yang berlokasi di Tulangan.

Sampel : random sampling. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Roa Purba (2006) dalam Kharis (2011) , Hasil perhitungan menunjukkan bahwa ukuran sampel yang dapat diambil adalah 96 orang konsumen.

❑ Teknik Pengumpulan Data

Metode kuesioner dengan Survei tertutup.

Skala Likeeirt, tujuan mengukur sikap, pendapat, dan persepsi yang dipegang oleh individu atau kolektif dalam masyarakat mengenai berbagai fenomena sosial

❑ Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Structural Equation Modeling- Partial Least Squares atau biasa disebut dengan (SEM- PLS)

Metode Penelitian

Perancangan ini penulis menggunakan metode analisis data yang bersifat kuantitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bermaksud memberikan penjelasan hubungan kausalitas antar variabel melalui pengujian hipotesis. Subjek yang dipilih oleh peneliti adalah konsumen yang berbelanja di prima freshmart tulangan.

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas yang dilakukan terhadap variabel Varian Produk, Promosi Penjualan, dan Strategi Harga dalam peningkatan pendapatan, tidak ada item yang dieliminasi karena seluruhnya memenuhi ambang batas factor loading. Oleh karena itu, seluruh item dinyatakan valid, dengan hasil uji validitas menunjukkan nilai di atas 0,60.

Analisis Outer Model

Analisis Outer Model digunakan untuk menggambarkan hubungan antara variabel laten dan indikator manifes yang dapat diamati. Validitas dan reliabilitas model pengukuran ini diuji melalui validitas konvergen, validitas diskriminan, serta reliabilitas guna memastikan keandalan instrumen penelitian.

Convergent Validity

Suatu indikator dianggap dapat diandalkan atau reliabel jika nilai korelasi lebih dari 0,60. Karena item sudah memenuhi batas standar faktor loading, tidak ada item yang gugur berdasarkan hasil uji validitas dan realibilitas yang dilakukan pada konstruk Varian Produk, Promosi Penjualan, dan Kebijakan Harga dalam Peningkatan Pendapatan.

Hasil dan Pembahasan

Discriminant Validity

Variabel	Kebijakan Harga	Peningkatan Pendapatan	Promosi Penjualan	Varian Produk	Average Variance Extracted (AVE)
Kebijakan Harga	0,928				0,861
Peningkatan Pendapatan	0,928	0,913			0,833
Promosi Penjualan	0,928	0,953	0,924		0,854
Varian Produk	0,806	0,853	0,871	0,796	0,633

Tata analisis yang terdiri dari keempat elemen tersebut terbukti memadai, karena tidak ada rasio heterotraitmonotrait yang melebihi 1. Selanjutnya, tata luar dievaluasi untuk menguji Kelayakan diskriminan. Tabel 2 memberikan bahwa kuantitas AVE berada di atas 0,5, yang mengindikasikan konvergensi Kelayakan yang baik. kuantitas AVE yang lebih tinggi dari 0,5 memberikan bahwa konstruk secara rata-rata bertanggung jawab atas lebih dari setengah, atau 50%, dari varians setiap indikator.

Hasil dan Pembahasan

Cronbach's Alpha and Composite Reliability

Dalam analisis ini, kuantitas Cronbach Alpha dan Keandalan Komposit dianalisis sebagai bagian dari uji keandalan. Jika kuantitas Cronbach Alpha dan Keandalan Komposit melebihi 0,70, maka alat tersebut dianggap dapat diandalkan.

Variabel	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability
Kebijakan Harga	0,960	0,960	0,969
Peningkatan Pendapatan	0,960	0,960	0,968
Promosi Penjualan	0,943	0,943	0,959
Varian Produk	0,886	0,928	0,911

Hasil dan Pembahasan

Pengujian Model Struktural (Inner Model)

Variabel	Original Sample (O)
Kebijakan Harga -> Peningkatan Pendapatan	0,311
Promosi Penjualan -> Peningkatan Pendapatan	0,580
Varian Produk -> Peningkatan Pendapatan	0,097

Koefisien jalur adalah angka yang diperlukan agar menggambarkan sudut pandang relasi pada variabel, terlepas dari arah pergerakan hipotesis, apakah proaktif serta kontra Biasanya, koefisien jalur berkisar antara -1 sampai +1, dengan nilai antara 0 dan +1 menyatakan keterhubungan proaktif yang kuat, sedangkan 0 hingga -1 menyatakan keterhubungan kontra. terdapat hubungan positif antar variabel, dengan nilai lebih dari 0, artinya jika setiap variable independent naik satu satuan, maka variable dependen yang dipengaruhi juga akan naik satu satuan.

Hasil dan Pembahasan

Path Determination (R2)

nilai koefisien determinasi (R Square) untuk variabel Penjualan sebesar 0,924. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Varian Produk, Promosi Penjualan, dan Varian Produk dapat menjelaskan variabel Peningkatan Pendapatan sebesar 92,4%, sementara 7,6% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar hipotesis yang telah ditetapkan.

Analisis pengujian hipotesis dilakukan untuk menentukan apakah seluruh variabel memiliki hubungan atau pengaruh secara statistik sesuai dengan hipotesis yang telah diajukan, atau justru bertentangan dengan hipotesis tersebut.

Analisis Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel pada akhirnya memiliki hubungan atau pengaruh secara statistik, seperti yang di hipotesiskan sebelumnya, atau mungkin juga menentang hipotesis tersebut.

Path Coefficients (Pengaruh Langsung)

Evaluasi pengujian hipotesis dilakukan melalui metode bootstrapping di perangkat lunak SmartPLS 3.0. Output dianalisis dengan mengecek apakah koefisien jalur memiliki t-statistik yang lebih besar dari 1.96 dan nilai p kurang dari 0.05. Apabila hasilnya positif, maka hipotesis dikategorikan sah. Hal ini memberikan dampak baik dan penting terhadap parameter internal dan eksternal

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Kebijakan Harga -> Peningkatan Pendapatan	0,311	0,332	0,106	2,922	0,004
Promosi Penjualan -> Peningkatan Pendapatan	0,580	0,557	0,123	4,713	0,000
Varian Produk -> Peningkatan Pendapatan	0,097	0,098	0,056	1,733	0,084

Hasil dan Pembahasan

H1 : Pengaruh Varian Produk Terhadap Peningkatan Pendapatan

Pengaruh Varian Produk Variabel pada Peningkatan Pendapatan menghasilkan nilai koefisien parameter 0,097, disertai dengan nilai-T statistik yang lebih rendah dari ambang batas tabel T (1,96), khususnya 1,733, di samping Nilai $P < 0,5$, dikuantifikasi pada 0,084. Akibatnya, dapat disimpulkan bahwa Varian Produk tidak memberikan pengaruh positif dan signifikan pada peningkatan pendapatan, yang mengarah pada kesimpulan bahwa hipotesis H1 ditolak.

H2: Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Peningkatan Pendapatan

Pengaruh Promosi Penjualan pada Augmentasi Pendapatan Dalam konteks efek variabel Promosi Penjualan pada Peningkatan Pendapatan, nilai koefisien parameter 0,580 diamati, dengan nilai statistik-T melebihi ambang batas tabel T (1,96), tercatat di 4.713, dan nilai- $P < 0,5$, khususnya 0,000. Oleh karena itu, dapat ditegaskan bahwa Promosi Penjualan menunjukkan dampak positif dan signifikan pada peningkatan penjualan, sehingga memungkinkan kesimpulan bahwa hipotesis H2 ditegakkan.

H3 : Pengaruh Kebijakan Harga Terhadap Peningkatan Pendapatan

Sesuai dengan tabel sebelumnya, terbukti bahwa variabel Kebijakan Harga dalam kaitannya dengan varian Peningkatan Pendapatan menghasilkan nilai koefisien parameter 0,311, disertai dengan nilai-T statistik yang melebihi nilai tabel T (1,96), secara khusus dicatat pada 2,922, dan nilai- P kurang dari 0,05, diukur pada 0,004. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Kebijakan Harga memberikan pengaruh positif dan signifikan secara statistik pada peningkatan pendapatan, sehingga mendukung penerimaan hipotesis H3.

Hasil dan Pembahasan

PEMBAHASAN

Pengaruh Varian Produk Terhadap Peningkatan Pendapatan

Berdasarkan hasil pengujian terhadap variabel Varian Produk (X1) menunjukkan bahwa varian produk terhadap peningkatan pendapatan tidak berpengaruh, ditunjukkan dengan nilai original sample atau nilai korelasi sebesar 0,097. Hasil penelitian menunjukkan bahwa menambah dan mengurangi varian produk dapat berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan Prima Freshmart Tulangan. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik yang menunjukkan nilai koefisien regresi positif, dimana setiap peningkatan varian produk akan diikuti dengan peningkatan potensi penjualan atau peningkatan pendapatan pada Prima Freshmart Tulangan.

Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Peningkatan Pendapatan

Pengujian variabel promosi penjualan (X2) menunjukkan bahwa variabel tersebut memiliki pengaruh yang positif terhadap peningkatan pendapatan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai korelasi atau nilai awal sampel sebesar 0,580. Hasilnya menunjukkan bahwa penerapan strategi penetapan promosi penjualan dapat meningkatkan pendapatan Prima Freshmart Tulangan. Prima Freshmart yang berada di Tulangan mungkin melakukan perbandingan promosi penjualan dengan pesaing mereka untuk menarik lebih banyak pelanggan. Penetapan titik promosi penjualan yang lebih tinggi jika disesuaikan dengan standar kualitas yang dirasakan dapat meningkatkan margin keuntungan, tetapi penggunaan metode promosi penjualan yang kompetitif dapat menyebabkan volume penjualan menurun. Ini menunjukkan pentingnya analisis pasar secara menyeluruh dan menggunakan strategi promosi penjualan yang dapat disesuaikan dengan perubahan pasar.

Pengaruh Kebijakan Harga Terhadap Peningkatan Pendapatan

Hasil pengujian variabel kebijakan harga (X3) menunjukkan bahwa variabel kebijakan harga berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan secara signifikan dan berpengaruh. Ini ditunjukkan dengan contoh nilai awal atau nilai korelasi 0,311. Penemuan ini menunjukkan bahwa kebijakan harga sangat penting untuk meningkatkan pendapatan. Dengan mengutamakan peningkatan kebijakan harga, Prima Freshmart Tulangan biasanya memperoleh kepercayaan dan loyalitas pelanggan, yang menghasilkan peningkatan penjualan dan pendapatan. Dalam lingkungan yang dipenuhi persaingan yang meningkat, produk berkualitas tinggi dapat berperan sebagai faktor utama yang membuat Prima Freshmart Tulangan dapat mempertahankan dan memperluas pasarnya.

Hasil dan Pembahasan

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan diatas menunjukkan bahwa variasi produk tidak berpengaruh yang signifikan secara statistik pada peningkatan pendapatan, sedangkan promosi penjualan dan strategi penetapan harga menunjukan dampak positif dan signifikan. Untuk meningkatkan pendapatan, disarankan agar Prima freshmart Tulangan memberlakukan strategi yang ditargetkan mengenai varian produk, termasuk modifikasi kategori produk sesuai dengan preferensi konsumen. Mempertahankan kegiatan promosi dan strategi penetapan harga yang telah terbukti efektif dalam menumbuhkan kepercayaan konsumen. Selain itu, pertimbangkan faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi pendapatan, seperti layanan pelanggan dan kualitas produk, untuk menjamin pertumbuhan pendapatan yang berkelanjutan.

Terima Kasih

Terima kasih kepada semua pihak-pihak yang sudah memberi bantuannya semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca untuk memperbaiki segala kekurangan dalam penyusunan skripsi ini.

