

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Pengaruh Biaya Periklanan terhadap Volume Penjualan Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung**

Dari hasil uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa biaya periklanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung. Dari hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh dengan tingkat signifikan lebih kecil dari  $\alpha$ . Nilai koefisien beta adalah positif, yang berarti bahwa biaya periklanan memiliki kecenderungan dapat mempengaruhi volume penjualan.

Pengaruh biaya periklanan terhadap volume penjualan di atas, berarti selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Hamelda<sup>1</sup> yang menyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan biaya periklanan terhadap volume penjualan PT. Columbia cabang Samarinda. Dari fakta di atas dapat disimpulkan bahwa biaya periklanan merupakan faktor yang tidak terpisahkan oleh volume penjualan Adzkia Hijab Syar'i, karena besar kecilnya nilai signifikan biaya periklanan akan berpengaruh terhadap meningkatnya volume penjualan.

Pengiklanan merupakan sebuah bentuk komunikasi nonpersonal yang harus diberikan imbalan (pembayaran) tentang sebuah organisasi dan atau

---

<sup>1</sup> Hamelda, "pengaruh biaya periklanan dan biaya publisitas terhadap volume penjualan pada PT. Columbia cabang Samarinda", *eJournal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol 4, No 2, (Samarinda: 2016), hlm 1.

produk-produknya yang ditransmisi kepada sebuah audiensi sasaran dengan bantuan sebuah media massa.<sup>2</sup> Periklanan sering mempengaruhi penjualan. Namun untuk melaksanakannya, diperlukan sejumlah dana yang tidak sedikit. Bagi perusahaan yang bermodal kuat, kegiatan ini secara rutin dapat dilakukan.<sup>3</sup> Media periklanan yang digunakan oleh Adzkiya Hijab Syar'i Tulungagung adalah melalui internet (media sosial) seperti Facebook, Twitter dan Instagram. Adzkiya Hijab Syar'i menggunakan Iklan Facebook atau *Facebook Ads* yaitu fitur yang ditawarkan oleh Facebook untuk mempromosikan atau mengiklankan suatu halaman atau *Fanpage* yang sebelumnya sudah dibuat oleh pengguna Facebook dengan jangkauan yang berbeda dan dapat diatur oleh pemasang iklan tersebut, jangkauan iklannya ini tergantung pembayaran iklan tersebut, iklan yang dipasang akan ditampilkan di sebelah kanan halaman Facebook.<sup>4</sup> Ada lima faktor spesifik yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan anggaran periklanan yaitu tahap dalam siklus hidup produk, pangsa pasar dan basis konsumen, persaingan dan gangguan, frekuensi periklanan, dan kemungkinan substitusi produk.<sup>5</sup>

Berdasarkan hasil penelitian ini, indikator dari variabel biaya periklanan yang menggunakan media internet dengan memanfaatkan *social media* seperti Iklan Facebook atau *Facebook Ads* dengan berbayar, Twitter dan Instagram memiliki pengaruh yang besar terhadap volume penjualan karena iklan di

---

<sup>2</sup> Mursid, *Manajemen Pemasaran...*, hlm 96.

<sup>3</sup> Swastha, *Manajemen Penjualan...*, hlm 131.

<sup>4</sup> Lasmadiarta, *Extreme Facebook Marketin ...*, hlm 85.

<sup>5</sup> Purnama, *Strategi Marketing Plan...*, hlm 165.

internet jangkauannya sangat luas, sehingga volume penjualan Adzkia Hijab Syar'i semakin banyak dan mengalami peningkatan setiap tahunnya.

## **B. Pengaruh Biaya Promosi Penjualan terhadap Volume Penjualan Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung**

Dari hasil uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa biaya promosi penjualan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung. Dari hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh dengan tingkat signifikan lebih kecil dari  $\alpha$ . Nilai koefisien beta adalah positif, yang berarti bahwa biaya periklanan memiliki kecenderungan mempengaruhi volume penjualan.

Pengaruh biaya promosi penjualan terhadap volume penjualan diatas, berarti selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Didik Darmadi<sup>6</sup> yang menyatakan terdapat pengaruh positif promosi penjualan terhadap penjualan PT. Astra Internasional Tbk-TSO Cabang Soetoyo Malang. Dari fakta di atas dapat disimpulkan bahwa biaya promosi penjualan merupakan faktor yang tidak terpisahkan oleh volume penjualan Adzkia Hijab Syar'i, karena besar kecilnya nilai signifikan biaya promosi penjualan akan berpengaruh terhadap meningkatnya volume penjualan.

Promosi penjualan (*sales promotion*) merupakan insentif jangka pendek untuk meningkatkan penjualan suatu produk atau merangsang pembelian suatu produk yang diharapkan dilakukan dan dibeli pada saat sekarang. Strategi promosi pada bentuk promosi penjualan sering dilakukan

---

<sup>6</sup> Didik Darmadi, "Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Penjualan pada PT. Astra Internasional Tbk-TSO Cabang Soetoyo Malang", *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 2, No 1, (Malang: Mei 2013) hlm 1.

pada peristiwa-peristiwa khusus, misalnya hari raya, pameran, dan kontes penjualan. Sedangkan bentuk promosi penjualan adalah potongan harga, paket harga dan hadiah.<sup>7</sup> Strategi promosi penjualan yang dilakukan oleh Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung antara lain memberikan potongan harga seperti beli 5 setel gamis gratis 1 gamis, subsidi ongkir, pemberian bonus atau hadiah seperti kaos kaki, cadar dan memberikan kupon.

Berdasarkan hasil penelitian ini, variabel biaya promosi penjualan memiliki pengaruh yang besar terhadap volume penjualan karena potongan harga, subsidi ongkir, pemberian bonus atau hadiah dan memberikan kupon bisa merangsang pembelian seseorang, oleh karena itu semakin banyak biaya promosi penjualan maka semakin banyak pula volume penjualan Adzkia Hijab Syar'i.

### **C. Pengaruh Biaya Produksi terhadap Volume Penjualan Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung**

Dari hasil uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa biaya produksi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung. Dari hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh dengan tingkat signifikan lebih kecil dari  $\alpha$ . Nilai koefisien beta adalah positif, yang berarti bahwa biaya produksi memiliki kecenderungan dapat mempengaruhi volume penjualan.

---

<sup>7</sup> Zaharuddin, *Menggali potensi Wirausaha...*, hlm 90.

Pengaruh biaya produksi terhadap volume penjualan di atas, berarti selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Taufik Ibrahim<sup>8</sup> yang menyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan biaya produksi terhadap hasil penjualan pada Anggrek Catering di Kota Semarang. Dari fakta di atas dapat disimpulkan bahwa biaya produksi merupakan faktor yang tidak terpisahkan oleh volume penjualan Adzkiya Hijab Syar'i, karena besar kecilnya nilai signifikan biaya produksi akan berpengaruh terhadap meningkatnya volume penjualan.

Biaya produksi adalah biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan untuk dapat menghasilkan output. Produksi dapat dilaksanakan apabila tersedia faktor-faktor produksi. Sudah barang tentu pula bahwa semua faktor produksi itu tidak dapat diperoleh dengan cuma-cuma, melainkan harus dibeli karena tidak ada satu faktor produksi pun yang merupakan barang bebas; semuanya adalah barang ekonomi yang jumlah atau persediannya adalah langka (*scarce*) sehingga untuk mendapatkannya tentu harus dilakukan dengan pengorbanan. Adapun bentuk pengorbanan ini, yang paling jelas adalah pembelian.<sup>9</sup> Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Carter yang menyatakan bahwa tingkat penjualan yang diperoleh perusahaan dapat ditentukan oleh volume produksi yang dihasilkan. Semakin banyak volume produksi yang dicapai maka semakin tinggi pula biaya produksi. Semakin banyak produksi yang dihasilkan, maka

---

<sup>8</sup> Taufik Ibrahim, *Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Pemasaran Dan Gaji Karyawan Terhadap Hasil Penjualan Pada Anggrek Catering Di Kota Semarang*, (Semarang: Skripsi tidak diterbitkan, 2011), hlm 8.

<sup>9</sup> Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi ...*, hlm 365.

diharapkan semakin tinggi pula volume penjualan yang diterima. Meningkatnya biaya produksi diikuti penjualan meningkat, maka volume penjualan yang diperoleh akan mengalami peningkatan.<sup>10</sup>

Berdasarkan hasil penelitian ini telah membuktikan bahwa biaya produksi yang dikeluarkan oleh Adzkia Hijab Syar'i dalam rangka memenuhi pesanan mampu meningkatkan hasil penjualan sebagai akibat berkelanjutan dari meningkatnya permintaan, meningkatnya kepercayaan dan kepuasan konsumen. Biaya produksi sendiri meliputi biaya bahan baku langsung seperti kain, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead.

#### **D. Pengaruh Biaya Periklanan, Biaya Promosi Penjualan, Biaya Produksi secara simultan terhadap Volume Penjualan Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung**

Berdasarkan hasil uji F yang telah dilakukan, diketahui bahwa biaya periklanan, biaya promosi penjualan dan biaya produksi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada Adzkia Hijab Syar'i di Tulungagung. Hal ini terbukti dengan nilai signifikan uji F hitung lebih besar dibandingkan dengan F tabel.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hamelda<sup>11</sup> yang meneliti tentang pengaruh biaya periklanan dan biaya publisitas terhadap volume penjualan pada PT. Columbia cabang Samarinda.

---

<sup>10</sup> Dewa Putu Agus Martana, dkk, "Pengaruh Jenis Produk, Biaya Promosi dan Biaya Produksi terhadap Volume Penjualan CV. Bangkuwang", *e-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen*, Volume 3 (Singaraja: Tahun 2015) hlm 7

<sup>11</sup> Hamelda, "pengaruh biaya periklanan dan biaya publisitas terhadap volume penjualan pada PT. Columbia cabang Samarinda", *eJournal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol 4, No 2, (Samarinda: 2016), hlm 1.

Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel biaya periklanan dan biaya publisit mempengaruhi volume penjualan secara simultan dan signifikan.