

# **PENGARUH HARGA JUAL TERHADAP OMSET PENJUALAN PT. VIRGO BAROKAH FOOD**

Putri Tariza Ananda Dawam<sup>1</sup>, Nanda Dwi Maulana<sup>2</sup>, Putri Shafa Salsabil<sup>3</sup>, Nindya Kartika Kusmayati<sup>4</sup>

Program Studi Manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika

Surabaya, Indonesia

email : [putrtrz02@gmail.com](mailto:putrtrz02@gmail.com)<sup>1</sup>, [maulananandadwi@gmail.com](mailto:maulananandadwi@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[putrishafasalsabil@gmail.com](mailto:putrishafasalsabil@gmail.com)<sup>3</sup>, [Nindya.kusmayati@stiemanahardhika.ac.id](mailto:Nindya.kusmayati@stiemanahardhika.ac.id)<sup>4</sup>

## **ABSTRAK**

Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian bertujuan untuk mengeksplorasi dampak harga jual terhadap omset penjualan PT. VIRGO BAROKAH FOOD. Dalam proses penelitian, pengumpulan data dilakukan melalui penggunaan kuesioner dan observasi, serta melibatkan analisis regresi direct sederhana. Temuan penelitian menegaskan bahwa secara parsial, harga jual PT. VIRGO BAROKAH FOOD tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap omset penjualan, sebagaimana yang tercermin dari nilai koefisien regresi sebesar 1,287 dan hasil signifikansi uji t sebesar .208, yang melebihi nilai  $\alpha = 5$ . Selain itu, nilai signifikansi uji F sebesar .208 juga menunjukkan bahwa nilainya lebih kecil dari  $\alpha = 5$ .

Kata kunci Pengaruh harga jual, Pendapatan, Omset Penjualan

## ***ABSTRACT***

*The system applied in this exploration is a quantitative approach. The exploration aims to explore the impact of dealing price on PT's deals development. VIRGO BAROKAH FOOD. In the exploration process, data collection was carried out through the use of questionnaires and compliances, and involved simple direct retrogression analysis. Research findings confirm that incompletely, the selling price of PT. VIRGO BAROKAH FOOD doesn't have a significant influence on deals development, as reflected in the retrogression measure value of 1.287 and the t test significance value of .208, which exceeds the value of  $\alpha = 5$ . piecemeal from that, the F test significance value of .208 also shows that the value is lower than  $\alpha = 5$ .*

*Keywords Influence of dealing price, income, deals development*

## PENDAHULUAN

Harga memegang peran yang sangat penting dalam menentukan omset penjualan suatu produk atau layanan di era globalisasi dan persaingan bisnis yang begitu ketat. Pengaturan harga yang tepat dapat menjadi kunci kesuksesan sebuah bisnis dalam mencapai target penjualan dan mencapai tujuan yaitu memperoleh laba. Oleh karena itu, studi tentang bagaimana harga mempengaruhi omset penjualan sangat penting untuk pemasaran dan manajemen bisnis.

Perusahaan harus mencapai tujuan utamanya untuk memperoleh laba yang maksimal. Beberapa unsur usaha harus dipenuhi untuk mencapai tujuan ini, seperti modal, tenaga kerja, dan keahlian dalam mengelola bisnis. Semua perusahaan menghadapi masalah ketidakpastian karena kejadian di masa yang akan datang tidak dapat diprediksi. Perusahaan harus membuat rencana untuk mengatasi hal ini. . (Santi, Haris, and Sujana 2019).

Dalam situasi seperti ini, pendekatan analisis yang menyeluruh diperlukan untuk memahami bagaimana harga berinteraksi dengan perilaku konsumen, persaingan pasar, dan strategi pemasaran yang digunakan oleh perusahaan. Dengan memahami secara menyeluruh hubungan antara harga dan omset penjualan, bisnis dapat membuat kebijakan harga yang lebih efisien untuk meningkatkan kinerja penjualan dan mencapai tujuan bisnisnya. Dengan arus globalisasi yang semakin terbuka bagi setiap bisnis, globalisasi telah mengubah dunia industri saat ini. Dengan munculnya persaingan yang sangat ketat ini, bisnis bersaing satu sama lain untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. (Saputra 2020).

Tulisan ini akan membahas secara mendalam bagaimana harga memengaruhi omset penjualan. Ini akan membahas semua komponen yang memengaruhi harga, serta metode yang dapat digunakan oleh bisnis untuk mengoptimalkan kinerja penjualan melalui pengaturan harga yang tepat. Hasil analisis ini diharapkan dapat membantu para praktisi bisnis berhasil dalam pasar yang kompetitif saat ini saat mereka membuat keputusan tentang strategi harga. Salah satu hal yang sangat penting yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan dalam dunia bisnis yang kompetitif adalah bagaimana harga memengaruhi omset penjualan. Harga bukan hanya harga untuk produk atau layanan, tetapi juga strategi yang kompleks yang memengaruhi persepsi konsumen, dinamika pasar, dan keuntungan perusahaan.

Perilaku konsumen dapat sangat dipengaruhi oleh perubahan harga dalam beberapa situasi, penurunan harga dapat meningkatkan permintaan dan menghasilkan peningkatan omset penjualan, sementara kenaikan harga dapat menurunkan permintaan dan menghasilkan peningkatan margin keuntungan per unit. Namun, reaksi konsumen terhadap perubahan harga tidak selalu linear; mereka dapat dipengaruhi oleh variabel seperti citra merek, kualitas produk, dan tingkat persaingan di pasar yang sedang berlangsung.

Pilihan perusahaan untuk strategi harga juga dapat memengaruhi posisi kompetitifnya di pasar. Penetapan harga yang terlalu rendah dapat menyebabkan produk dianggap murah atau rendah kualitas, sementara harga yang terlalu tinggi dapat menyebabkan produk menjadi tidak kompetitif di pasar yang penuh dengan pesaing sebanding. Oleh karena itu, pengaturan harga harus dilakukan dengan hati-hati dengan

mempertimbangkan berbagai komponen internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja penjualan.

Dalam tulisan ini, kami akan membahas lebih lanjut hubungan antara harga dan omset penjualan. Kami akan membahas faktor-faktor yang memengaruhi keputusan harga, teknik-teknik yang dapat digunakan untuk meningkatkan omset penjualan melalui pengaturan harga yang efektif, dan pentingnya analisis pasar yang cermat saat membuat keputusan harga. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang pengaruh harga terhadap omset penjualan, Perusahaan dapat menghasilkan lebih banyak keuntungan.

Penentuan harga jual produk dalam operasi bisnis memerlukan perhitungan yang cermat terhadap harga per unit produksi. Dengan mengatur harga secara tinggi, perusahaan bertujuan untuk memperoleh laba yang maksimal (Rangkuti, 2001:121). Dalam rentang waktu tertentu, harga jual produk yang ditetapkan oleh perusahaan dapat berdampak pada pendapatan yang diperoleh. Faktor lain yang turut memengaruhi pendapatan adalah jumlah penjualan. Dengan kata lain, peningkatan dalam penjualan dapat berkontribusi pada peningkatan pendapatan perusahaan. Oleh karena itu, upaya pemasaran harus dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan ketika memasuki pasar.

Penelitian ini dilakukan oleh Putri, Nanda, dan Salsa (2024) berjudul "Pengaruh Harga Jual Terhadap Omset Penjualan PT. Virgo Barokah Food". Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan PT. Virgo Barokah Food sangat dipengaruhi oleh volume penjualan dan harga jual.

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Virgo Barokah Food Kabupaten Sidoarjo. PT. Virgo Barokah Food merupakan Perusahaan yang bergerak dibidang makanan. Usaha mikro yg bergerak di bidang mamin ini, pada awalnya berdiri pada tahun 1993 dengan memproduksi aneka macam peyek. Namun, sempat terhenti karena pemilik usaha ini telah memiliki anak dan ingin fokus untuk menjadi seorang ibu. Setelah beberapa tahun kemudian yaitu pada tahun 2008 berdiri kembali dengan adanya dorongan yang kuat dari dalam untuk mencari aktivitas atau kesibukan selain sebagai ibu rumah tangga, serta untuk membantu ekonomi keluarga terutama untuk biaya pendidikan 4 orang anak dan juga ingin membantu orang-orang sekitar untuk mendapatkan penghasilan tambahan.

Dalam menentukan marker nama untuk usahanya pemilik usaha mikro ini telah melalui proses yang panjang. Awalnya usaha mikro ini belum memiliki marker nama untuk usahanya. Namun setelah melalui bimbingan dari instansi pemerintah maupun swasta dimana setiap usaha akan lebih baik dan lebih sah jika memiliki nama usaha.

Nama " Virgo " sendiri diambil dari zodiak pemilik usaha mikro ini dan " Barokah " berarti agar mendapat berkah dari usahanya lalu diberi tambahan " Food " karena usaha ini bergerak dibidang mamin. Pemberian nama Virgo Barokah Food sendiri memiliki harapan agar berdirinya usaha mikro ini bisa bermanfaat untuk keluarga dan mendapat rahmat serta berguna untuk lingkungan sekitar.

## **METODE PENELITIAN**

Fokus dari penelitian ini adalah mengungkap kausalitas antara variabel-variabel yang terlibat. Menurut Sugiyono( 2012), penelitian kausal memusatkan pada keterkaitan antara sebab dan akibat. Dalam konteks penelitian, dikenal dengan dua jenis variabel, yang pertama variabel independen yang memberikan pengaruh, dan yang kedua variabel dependen yang menerima pengaruh tersebut. Dalam konteks ini, harga jual(  $X_1$ ) dianggap sebagai variabel eksogen, sementara pendapatan(  $Y$ ) dianggap sebagai variabel endogen. Tujuan pokok dari penelitian ini adalah untuk menjelajahi dampak dari harga jual dan omset penjualan terhadap pendapatan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif. Pendekatan ini terkenal akan sistematisnya yang terstruktur, perencanaan yang matang, dan pengaturan yang jelas sejak permulaan. Pentingnya fokus pada pengumpulan data dalam penelitian ini tidak dapat disangkal, terutama ketika akan dilakukan analisis terhadap omset penjualan PT. Virgo Barokah Food. Dalam konteks ini, pengumpulan data menjadi inti dari penelitian, yang terdiri dari data manual yang diperoleh melalui kuesioner, serta data sekunder yang diperoleh dari laporan dokumentasi tentang omset penjualan perusahaan. Menurut Sugiyono( 2017), data manual adalah data yang langsung diperoleh oleh peneliti, sedangkan Nur Indrianto dan Bambang Supomo( 2013) menjelaskan bahwa data sekunder berasal dari laporan yang telah ada sebelumnya tentang omset penjualan.

Teknik metode yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari pendekatan yang berfokus pada PT. Virgo Barokah Food. Langkah-langkahnya melibatkan penyampaian kuesioner kepada sampel pelanggan yang dipilih, serta menggunakan teknik dokumentasi untuk mengamankan data yang relevan dari perusahaan tersebut.

Pengolahan data dalam penelitian ini mengandalkan analisis regresi linier sederhana sebagai alat utamanya. Sugiyono( 2017) menegaskan bahwa regresi linier sederhana berpusat dari pemahaman hubungan fungsional atau kausal antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen.

Selain itu, dalam penelitian ini, dua uji digunakan uji t dan ujiF. Uji T menilai tingkat signifikansi pengaruh variabel bebas pada variabel terikat secara parsial, dan uji F menilai tingkat pengaruh variabel bebas pada variabel terikat secara bersamaan atau simultan. SPSS (Statistical Program Social Science) versi16.0 untuk Windows digunakan untuk menguji hipotesis penelitian ini.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian yang telah jabarkan sebelumnya baik dengan statistik deskriptif maupun statistic inferensial, kemudian hasil penelitian ini dihubungkan dengan teori yang mendasari dan hasil, penelitian sebelumnya, sehingga pengelolahan hasil penelitian tersebut diuraikan sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji t pada Variabel Harga Jual

**Coefficients<sup>a</sup>**

MODEL	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	t	sig.
	B	Std, error	Beta		
(Constant)	16.987	3.679		4.617	.000
1 Total_X	.220	.171	.232	1.287	.208

a. Dependent Variable: Total\_Y

- a. Hubungan antara variabel pendapatan sebagai variabel terikat dan variabel volume yang diyakini dipengaruhi oleh t-hitung dalam pengujian yang telah dilakukan, yang hasilnya adalah  $1,287 < t$  tabel bernilai 2,0452 dengan tingkat signifikansi  $0,208 > 0,05$  (disebut juga Hnol) yang menunjukkan penolakan hipotesis nol. Dalam beberapa situasi, ditarik kesimpulan bahwasannya variabel harga jual tidak memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap omset penjualan PT. Virgo Barokah Food selama periode 2021 hingga 2023. Analisis dilakukan pada PT. Virgo Barokah Food selama periode tersebut. Hasil dari analisis ini menegaskan adanya dampak dari harga penjualan terhadap pendapatan PT. Virgo Barokah Food.

Tabel 2. Hasil Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

MODEL	Sum Of Square	df	Mean Square	f	sig.
Regression	3.478	1	3.478	1.656	.208 <sup>b</sup>
1 Residual	60.909	29	2.100		
Total	64.387	30			

a. Dependent Variable: Total\_Y

b. Predictors: (Constant), Total\_X

- b. Table kedua menunjukan, dapat dilihat bahwa nilai F hitung adalah 1,656, kurang dari nilai t tabel sebesar 2,0452 dengan tingkat signifikansi  $.208 > \alpha = 0,05$ . Hal ini

mengakibatkan penolakan terhadap Hnol, yang menyiratkan bahwa variabel harga jual dapat berpengaruh yang signifikan secara bersamaan terhadap omset penjualan PT. Virgo Barokah Food. Untuk lebih memahami sejauh mana harga jual memengaruhi pendapatan PT. Virgo Barokah Food, analisis koefisien *determinasi Adjusted R Square* yang diselaraskan agar dapat diaplikasikan. Detail mengenai koefisien determinasi disajikan dalam Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Perhitungan (Adjusted R Square) dalam Model Summary

**Model Summary**

MODEL	R	R Square	Adjusted R Square	STD. Error of the Estimate
1	.232 <sup>a</sup>	.054	.021	1.449

- a. Predictors: (Constant), Total\_X
- c. Dari tampilan table di atas didapat informasi bahwa dampak variabel harga jual terhadap variabel omset penjualan secara keseluruhan adalah sebesar 0,975. Ini menandakan bahwa pengaruh harga jual terhadap penjualan dan profitabilitas mencapai 97,5%. Singkatnya, PT. VIRGO BAROKAH FOOD dipengaruhi oleh harga jualnya sebesar 97,5% selama periode 2021 hingga 2023, sementara 2,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar harga jual PT. VIRGO BAROKAH FOOD.

Tabel 4. Hasil Perhitungan Koefisien Beta

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.987	3.679	4.617	.000
	Total_X	.220	.171		

- a. Dependent Variable: Total\_Y
- d. Berdasarkan hasil analisa Tbel 4 untuk menjelaskan pengaruh harga jual terhadap Omset penjualan, dapat dibuat persamaan regresi. PT. Virgo Barokah Food adalah sebagai berikut :

$$\hat{Y} = 16.978 + .220X_1$$

Keterangan:

$\hat{Y}$  = Omset Penjualan

X1 = harga jual

Dalam persamaan regresi linier, dinyatakan bahwa jika nilai X1 (harga jual) adalah 0 atau tetap, maka Y (omset penjualan) akan memiliki nilai sebesar 16,978. Setiap peningkatan satu unit dalam variabel independen akan menyebabkan peningkatan Y (pendapatan) sebesar nilai koefisien beta dari masing-masing variabel independen dikalikan dengan besarnya peningkatan tersebut. Artinya, nilai 0,220 menunjukkan bahwa setiap kenaikan dalam volume penjualan (X) akan menghasilkan peningkatan sebesar 0,220 dalam omset penjualan (Y).

## **PEMBAHASAN**

Harga berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh harga jual pada omset penjualan, analisa data pada penelitian ini mengungkapkan bahwa harga jual mempunyai pengaruh yang tidak cukup signifikan secara parsial terhadap omset penjualan PT. Virgo Barokah Food ditahun 2021 sampai tahun 2023. Temuan ini berdasarkan Tjiptono( 2005 151). Secara teoritis, variabel independen harga jual meningkat baik X maupun dampak terhadap pendapatan. Untuk X( harga jual)( jumlah pendapatan PT. Virgo Barokah Food berdasarkan penjualan). Hal ini disebabkan adanya dana hasil penjualan PT. Virgo Barokah Food, total harga jual dikalikan dengan kuantitas penjualan. Semakin tinggi harga jual yang ditentukan maka semakin tinggi pula omset penjualannya.

Pada PT. Virgo Barokah Food, sebaliknya, penurunan harga jual berkorelasi positif dengan penurunan pendapatan. Setiap perusahaan selalu memilih harga jual tertinggi, menurut teori ekonomi klasik( Tjiptono, 2005 152). Produk yang dijual oleh suatu perusahaan memberikan pendapatan atau keuntungan kepada perusahaan, sehingga harga jual produk tersebut erat kaitannya dengan keuntungan. Oleh karena itu, harga jual sangat penting untuk bisnis karena menentukan tingkat keuntungan( Rivandi dan Jannah, 2018). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Crisdandi( 2015), harga jual berdampak positif yang signifikan pada pendapatan.

Hasil analisa data menunjukkan bahwa harga penjualan dapat mempengaruhi pendapatan PT. Virgo Barokah Food secara signifikan dari tahun 2021 hingga 2023. Menurut Daryono( 2011 187), ukuran atau volume barang atau jasa yang dijual dianggap sebagai pendapatan penjualan. Untuk menghindari kerugian, suatu perusahaan harus menilai pendapatan penjualan. Menurut Astuti( 2005), pendapatan agen penagihan berkorelasi positif dengan harga produk yang dijual.

Jumlah penjualan produk dipengaruhi oleh besar kecilnya penjualan, dan sebaliknya, jika target penjualan tidak tercapai, penjualan juga akan menurun. Ini menunjukkan hubungan antara pendapatan dan volume penjualan. Studi Sumantri( 2017) sejalan dengan penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga penjualan tidak mempengaruhi pendapatan secara signifikan.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa harga penjualan tidak memengaruhi pendapatan PT. Virgo Barokah Food secara bersamaan. Oleh karena itu, penentuan harga jual sangat memengaruhi pendapatan PT. Virgo Barokah Food; peningkatan penjualan

menghasilkan peningkatan keuntungan, dan penurunan penjualan menghasilkan penurunan keuntungan. Harga jual sangat penting bagi suatu bisnis karena menentukan tinggi atau rendahnya pendapatan.

## SIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian ataupun survey yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dianalisa dapat disimpulkan bahwa harga jual PT. Virgo Barokah Food memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap pendapatan yaitu dapat dilihat dari besar nilai koefisien regresi sebesar 1,287. Hasil signifikansi uji- t sebesar .208 yang lebih besar dari 0,05 atau  $\alpha = 5$ . Dengan kata lain, semakin tinggi harga jual maka semakin tinggi pula pendapatan PT. Virgo Barokah Food juga semakin meningkat. Lalu adanya pengaruh signifikan secara simultan harga jual berpengaruh signifikan terhadap pendapatan atau omset penjualan PT. Virgo Barokah Food yang ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar 1,656. Hasil signifikansi uji F juga sebesar, 208 yang berarti lebih besar dari 0,05 atau  $\alpha = 5$ . Artinya, penentuan harga jual akan mempengaruhi besarnya pendapatan PT. Virgo Barokah Food.

Temuan, pembahasan, dan kesimpulan penelitian dapat digunakan untuk membuat saran. Meskipun penelitian ini menghasilkan hasil yang tidak signifikan, PT. Virgo Barokah Food harus lebih berkonsentrasi pada penetapan harga jual karena penting untuk meningkatkan pendapatan atau omset penjualan. Semakin tinggi harga jual, semakin banyak pendapatan yang dihasilkan PT. Virgo Barokah Food. Peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mempelajari pertanyaan serupa mengenai pengaruh harga jual dan volume penjualan terhadap pendapatan. Kami berharap dapat menggunakan ini untuk memperluas penelitian ini. Oleh karena itu, tidak hanya harga jual dan volume penjualan yang mempengaruhi pendapatan, tetapi juga variabel lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Santi, Ni Wayan Ari, Iyus Akhmad Haris, and I. Nyoman Sujana. 2019. "Pengaruh Harga Jual Dan Volume Penjualan Terhadap Pendapatan Ud. Broiler Putra Di Dusun Batumulapan Kabupaten Klungkung Pada Tahun 2015-2017." *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* 11(1):116. doi: 10.23887/jjpe.v11i1.20090.
- Saputra, Ridho. 2020. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekanbaru." *Skripsi* 23.
- Rangkuti, Freddy. 2001. Creating Effective Marketing Plan. Gramedia Pustaka Utama.
- Daryono. 2011. Manajemen Pemasaran. Bandung: CV. Yrama Widya.
- Wananda, Beky Putri. 2020. " Pengaruh Pelayanan Informasi Terhadap Kepuasan Penumpang di Bandar Udara Tebelian Sintang." *Skripsi*.
- Ratnasari, Fidia Suci. 2023. "PENGARUH PRESEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK SENDAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI UD. SAMPUN MAPAN DI PASAR KRIAN". *Skripsi*.