

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT PENJUALAN OXYGEN STUDI KASUS PADA CV BAYU OXYGEN

Oleh:

Oktavianus Umbu Sogara, Tama Krisnahadi, Yayang Erry Wulandari

Program Studi Manajemen, Universitas Pendidikan Mandalika.

Abstrak: Demikian halnya dengan CV. Bayu Bangun Oxygen di Kabupaten Lombok Barat yang merupakan salah satu perusahaan penyalur oxygen yang tengah berupaya merebut serta memenangkan persaingan pasar dengan terus melakukan inovasi-inovasi terbaru untuk oksigen. CV. Bayu Bangun Oxygen di Kabupaten Lombok barat merupakan PT resmi penyalur oxygen. Dalam melakukan penjualan oxygen, CV. Bayu Bangun Oxygen di Kabupaten Lombok Barat menghadapi pesaing yang cukup banyak yang juga bergerak dibidang jual beli oxygen. Jenis penelitian yang digunakan penulis pada penelitian ini adalah tipe kuantitatif. Penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data, mengklasifikasikan, menganalisa dan merumuskan masalah. Tujuan penggunaan tipe ini adalah untuk mengetahui secara jelas dan konkret tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan oxygen. Perusahaan ini melayani penjualan satu jenis ukuran tabung gas yaitu : oxygen. Selain melayani penjualan tunai perusahaan CV Bayu Bangun Oxygen juga melayani penjualan kredit. Perusahaan CV Bayu Bangun Oxygen mempunyai supplier tunggal yaitu PT Sentra Multigas Utama, dan mempunyai banyak customer baik didalam kota maupun di luar kota.

Kata Kunci : Analisis faktor-faktor internal dan eksternal.

PENDAHULUAN

Dalam sebuah perusahaan tentu mempunyai tujuan untuk didirikannya. Tujuan tersebut adalah untuk dapat tumbuh dan berkembang dengan baik. Dan tujuan ini hanya dapat dicapai melalui usaha mencari keuntungan atau laba perusahaan semaksimal mungkin dengan usaha dan pengorbanan tertentu. Hal ini dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan kemampuan perusahaan baik dalam menghadapi persaingan maupun dalam usaha mengefesienkan usaha. Salah satu yang dapat dilakukan adalah meningkatkan penjualan melalui usaha mencari, membina serta menguasai pasar.

Dalam perkembangan sekarang ini para pengusaha dituntut agar dapat mengikuti trend dan harus peka terhadap terhadap masalah-masalah dalam hal pemasaran, hal ini harus diperhatikan karena akan berdampak pada usaha dijalankan, untuk mengatasi hal tersebut diperlukan manajemen yang handal dan memiliki tenaga pemasaran yang dapat dijadikan ujung tombak dalam melakukan segala aktivitasnya. Pemasaran harus dirancang dengan serius agar dapat meningkatkan volume penjualan. Kegiatan pemasaran tersebut harus dapat menarik calon konsumen untuk melakukan pembelian secara maksimal dan dengan demikian laba yang akan dicapai dapat maksimal pula. Aktivitas pemasaran merupakan upaya suatu perusahaan untuk berkomunikasi dengan masyarakat yang pada akhirnya dapat menarik calon pembeli untuk membeli produk yang ditawarkan. Secara ringkas

dapat dikatakan bahwa komunikasi pemasaran memudahkan atau membantu pembeli dan penjual dengan (Swastha, 2002)

1. Menciptakan hubungan pertukaran.
2. Mempertahankan arus informasi yang memungkinkan terjadinya pertukaran.
3. Menciptakan kesadaran serta memberitahu pembeli dan penjual agar mereka dapat melakukan pertukaran secara lebih memuaskan.
4. Memperbaiki pengambilan keputusan di bidang pemasaran sehingga seluruh proses pertukaran menjadi lebih efektif dan efisien.

Harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya (Swastha, 2008). Penetapan harga itu sebenarnya cukup kompleks dan sulit. Kita akan melihat bahwa kekompleksan dan pentingnya penetapan harga ini memerlukan suatu pendekatan yang sistematis, yang melibatkan penetapan tujuan dan mengembangkan suatu struktur penetapan harga yang tepat.

Mengingat banyaknya perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan elpiji, maka sudah tentu perusahaan mengalami kesulitan dan hambatan dalam memasarkan produknya. Perusahaan harus pintar dalam meramu strategi yang jitu untuk menguasai pangsa pasar sebanyak-banyaknya. Upaya ini pada dasarnya dimaksudkan untuk tetap menjaga tingkat loyalitas konsumen agar konsumen tidak pindah ke produk yang lain.

Dengan adanya inovasi-inovasi baru diharapkan bahwa tingkat penjualan oxygen dapat terjaga dengan baik.

Demikian halnya dengan CV. Bayu Bangun Oxygen di Kabupaten Lombok Barat yang merupakan salah satu perusahaan penyalur oxygen yang tengah berupaya merebut serta memenangkan persaingan pasar dengan terus melakukan inovasi-inovasi terbaru untuk oksigen. CV. Bayu Bangun Oxygen di Kabupaten Lombok barat merupakan PT resmi penyalur oxygen. Dalam melakukan penjualan oxygen, CV. Bayu Bangun Oxygen di Kabupaten Lombok Barat menghadapi pesaing yang cukup banyak yang juga bergerak dibidang jual beli oxygen.

Semua perusahaan pasti akan menghadapi berbagai kendala dalam meningkatkan penjualan. Banyak perusahaan yang berusaha menargetkan penjualan namun sesungguhnya perusahaan kurang membekali dengan pengetahuan dan keterampilan menjual yang mengakibatkan menurunnya performa dan hasil yang dicapai. Hal ini tentunya akan membawa dampak bagi perusahaan sehingga perusahaan tidak memperoleh profit maksimal.

Dalam penelitian ini yang akan menjadi rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi penjualan oxygen di CV. Bayu Bangun Oxygen di Kabupaten Lombok barat?
2. Apakah Faktor Internal dan Eksternal perusahaan memiliki pengaruh terhadap peningkatan volume penjualan oxygen di CV. Bayu Bangun Oxygen di Kabupaten Lombok barat?

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan penulis pada penelitian ini adalah tipe kuantitatif. Penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data, mengklasifikasikan, menganalisa dan merumuskan masalah. Tujuan penggunaan tipe ini adalah untuk mengetahui secara jelas dan konkret tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan oxygen.

Menurut Sugiyono (2005:90) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Yang menjadi sampel adalah seluruh pelanggan pada CV. Bayu Bangun Oxygen. Dimana populasi ini merupakan jumlah konsumen yang mana merupakan pelanggan CV. Bayu Bangun Oxygen. Sedangkan manager sebagai sumber informasi

guna memperjelas informasi yang telah penulis dapatkan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dan data dari pihak-pihak yang terkait dengan penelitian.

Menurut sugiyono (2012:61) variable penelitian ini adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya.

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Penjualan Oxygen (Y)
2. Faktor Internal (X1)
3. Faktor Eksternal (X2)

Adapun skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert merupakan ukuran gabungan yang didasarkan pada suatu cara yang lebih sistematis untuk memberikan skor pada indeks skala likert (Singarimbun, 1989) Skala likert digunakan oleh para peneliti guna mengukur persepsi atau sikap seseorang. Skala ini menilai sikap atau tingkah laku yang diinginkan oleh para peneliti dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan kepada responden. Kemudian responden diminta memberikan pilihan jawaban atau respon terhadap skala ukur yang disediakan.

Data adalah informasi yang direkam media, kemudian dianalisis dengan program tertentu. Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis sehingga memperoleh data yang diperlukan untuk mengumpulkan data penelitian, penulis menggunakan metode-metode pengumpulan data seperti metode observasi, metode angket, dan teknik analisis data.

Berdasarkan observasi yang penulis lakukan penulis melihat penjualan yang diidentifikasi berdasarkan indikator- indikator adalah sebagai berikut:

- 1 Indikator Kondisi dan Kemampuan Penjual pada kategori cukup baik.
Dikarenakan kondisi dan kemampuan penjual seperti lokasi, suasana toko, cara pembayaran dan promosi di Indrako Swalayan sudah cukup baik sehingga mempengaruhi konsumen dalam berbelanja.
- 2 Indikator Kondisi Pasar pada kategori cukup baik. Disebabkan oleh kondisi pasar yang sudah cukup baik seperti jenis dan karakteristik barang, harga produk, dan kelengkapan barang di indrako Swalayan sudah cukup baik sehingga mempengaruhi konsumen dalam berbelanja.

- 3 Indikator Modal pada kategori baik. Disebabkan oleh modal yang dimiliki Indrako Swalayan baik seperti fasilitas dan persediaanya baik sehingga mempengaruhi konsumen dalam berbelanja.
- 4 Indikator Kondisi Organisasi Perusahaan pada kategori cukup baik. Disebabkan oleh kondisi organisasi Indrako Swalayan ini cukup baik seperti jumlah tenaga kejanya yang sudah memadai dan pelayanan yang dilakukan sudah cukup baik sehingga mempengaruhi konsumen dalam berbelanja.

Perhitungan statistik untuk mengetahui pengaruh antar variabel terikat digunakan rumus Regresi Linier Berganda yaitu untuk mengetahui erat tidaknya pengaruh antara dua atau lebih variabel yang dihitung dengan menggunakan alat bantu komputer program SPSS (*Statistic Programme for Social Science*).

Analisis Regresi Linier Berganda

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y_i = Volume Penjualan

X_1 = Produk

X_2 = Harga (Rupiah)

X_3 = Distribusi (Jumlah Agen)

E = Perkiraan kesalahan pengganggu (galat)

β_0 = Konstanta

$\beta_{1,2,3}$ = Koefisien Regresi Variabel

N = Pengamatan ke- i sampai ke- n

Dalam penelitian ini uji reliabilitas data yaitu dengan menggunakan metode *internal consistency reliability* yang menggunakan uji *Cronbach Alpha* untuk mengidentifikasi seberapa baik item-item dalam kuesioner berhubungan antara satu dengan yang lainnya. Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,70 (Ghozali, 2011)

Kriteria yang ditetapkan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu item pernyataan variabel adalah r hitung lebih besar dari r -tabel pada taraf signifikan 5% atau 0,05. Bila r -hitung lebih besar dari r -tabel maka alat ukur tersebut tidak memenuhi kriteria valid (Ghozali, 2011).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

a. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

CV. Bayu bangun oxygen merupakan sebuah perusahaan home industry yang berdiri sejak tahun 2005 yang didirikan oleh Bapak Ir. Dewa Made Suparta SH.,M.Sc. Lokasi perusahaan CV Bayu Bangun Oxygen berada di jalan tanjung karang jalan lingkar selatan no. 09 kelurahan tanjung karang kecamatan sekarbela.

Perusahaan ini melayani penjualan satu jenis ukuran tabung gas yaitu : oxygen. Selain melayani penjualan tunai perusahaan CV Bayu Bangun Oxygen juga melayani penjualan kredit. Perusahaan CV Bayu Bangun Oxygen mempunyai supplier tunggal yaitu PT Sentra Multigas Utama, dan mempunyai banyak customer baik didalam kota maupun di luar kota.

b. Diskripsi Responden

Pada sub bab ini dilakukan pemaparan terhadap data-data yang telah dikumpulkan melalui daftar pertanyaan. Dalam penelitian ini diambil sampel sebanyak 40 orang responden. Berikut data dari responden :

1. Usia

Data tentang usia dari responden disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 1. Tingkat Usia Responden

No	Kelompok usia	Jumlah	Prosentase
1	45 Tahun	11 Orang	6%
2	30 Tahun	10 Orang	11%
3	28 Tahun	8 Orang	10%
4	25 Tahun	6 Orang	8%
5	22 Tahun	5 Orang	5%
6	Jumlah	40	40%

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2019

Dari data pada tabel diatas dapat diketahui bahwa responden terbesar berusia 45 tahun yaitu sebanyak 11 orang atau 11% dari keseluruhan responden. Sedangkan responden yang jumlahnya paling sedikit adalah yang berusia 22 tahun yaitu sebanyak 5 orang.

2. Pendidikan

Pendidikan adalah jenjang pendidikan formal yang pernah ditempuh responden. Hasil pendataan tentang pendidikan responden dapat diketahui melalui tabel berikut ini :

Tabel 2. Tingkat Pendidikan Responden

No	Pendidikan Responden	Jumlah	Prosen tase
1	SLTA	8	8%
2	Akademi atau Diploma	20	20%
3	Sarjana	12	12%
4	Jumlah	40	40%

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2019

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa responden rata-rata berpendidikan SLTA. Responden yang berpendidikan SLTA menduduki posisi paling sedikit yaitu sebanyak 8 orang atau 8% kemudian responden yang berpendidikan Akademik atau diploma menduduki posisi yang

paling banyak 20 orang atau 20% dan responden yang berpendidikan Sarjana menduduki posisi kurang lebih sebanyak 12 orang atau 12%.

3. Pengalaman Usaha

Pengalaman usaha adalah satuan waktu yang menunjukkan lamanya usaha bagi pengusaha dalam menjalankan usahanya semenjak mereka mulai sampai dilakukan penelitian ini. Data tentang lama usaha dapat dilihat dalam Tabel IV. 5.

Tabel 3. Tingkat pengalaman Usaha Responden

No	Pengalaman Kerja	Jumlah	Prosentase
1	2 Tahun	7	7%
2	4 Tahun	8	8%
3	5 Tahun	10	10%
4	6 Tahun	15	15%
5	Jumlah	40	40%

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2019

Dari data di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden mempunyai pengalaman kerja antara 2 – 6 tahun, yaitu sebanyak 15 orang atau 15% dari jumlah keseluruhan responden.

4. Insentif Berdasarkan Tingkat Penjualan

Untuk daftar pertanyaan yang diberikan kepada responden dapat diketahui tentang upah karyawan bagi usaha mereka sebagai berikut :

Tabel 4. Insentif Tingkat Penjualan

No	Upah	Jumlah Terjual	Prosentase
1	≤ Rp. 1.800.000	6	6%
2	Rp. 2.500.000 – Rp. 4.000.000	20	20%
3	≥ Rp. 4.000.000	14	14%
4	Jumlah	40	40%

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2019

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa responden yang mempunyai upah karyawan tiap bulannya antara Rp. 2.500.000,00 – Rp. 4.000.000,00 merupakan jumlah terbesar yaitu sebanyak 20 orang atau 20% sedangkan responden yang mempunyai upah karyawan tiap bulan kurang dari Rp. 1.800.000,00 adalah merupakan jumlah terkecil yaitu sebanyak 6 orang atau 6%.

c. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat penjualan di CV Bayu Bangun Oxygen

Peneliti menganalisis beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat Volume penjualan yaitu : Faktor Internal dan Eksternal. Dengan demikian, berdasarkan hasil penelitian penulis akan mengemukakan hasil analisis data sebagai berikut :

1. Faktor Internal

a) Kondisi dan Kemampuan Penjual

Kondisi dan kemampuan penjual terdiri dari pemahaman atas beberapa masalah penting yang berkaitan dengan produk yaitu lokasi, suasana toko, cara pembayaran, dan promosi. Untuk melihat indikator kondisi dan kemampuan penjual, peneliti mengajukan empat pertanyaan kepada 40 orang responden. Dapat dilihat melalui tabel berikut ini:

Tabel 5. Tanggapan Responden Terhadap Indikator Kondisi dan Kemampuan Penjual.

No	Item Yang Dinilai	Frekuensi Tanggapan Responden			Total Skor
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Lokasi	5	33	2	83
2	Suasana took	11	23	6	85
3	Cara pembayaran	5	25	10	75
4	Promosi	7	28	4	81
Total Skor		324			
Rentang Skor		267-374			
Kategori		Cukup baik			

Sumber: Data Olahan ,2019

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa sub indikator lokasi dari 40 responden sebanyak 5 orang mengatakan baik mereka beralasan bahwa lokasi CV Bayu Bangun Oxygen ini baik karena mudah di jangkau tempatnya yang strategis. Kemudian responden yang mengatakan lokasi cukup baik yaitu sebanyak 33 orang mereka beralasan lokasi CV Bayu Bangun Oxygen cukup baik karena mudah dijangkau tetapi lahan parkirnya masih terbatas dan untuk alat transportasi menuju kesana masih kurang. Selanjutnya yang mengatakan lokasi CV Bayu Bangun Oxygen kurang baik sebanyak 2 orang mereka beralasan karena lokasi CV Bayu Bangun Oxygen ini jauh dari tempat tinggal mereka. Untuk sub indikator suasana Kantor sebanyak 11 orang mengatakan baik mereka beralasan ruangan tertata rapi dan mudah mencari barangnya. Kemudian responden yang mengatakan cukup baik yaitu sebanyak 23 orang mereka beralasan suasana Kantor ini sudah cukup baik karena barangnya yang sudah tersusun cukup rapi. Selanjutnya yang mengatakan suasana Kantor ini kurang baik sebanyak 6 orang mereka beralasan bahwa suasana Kantor ini kurang baik karena susunan barangnya tidak rapi dan tiap lorong penempatan barangnya sempit. Untuk sub

indikator cara pembayaran sebanyak 5 orang mengatakan baik mereka beralasan cara pembayaran di Kantor CV Bayu Bangun Oxigen ini sudah baik karena bisa menggunakan kartu kredit dan mendapat potongan harga bagi anggota member. Kemudian responden yang mengatakan cukup baik yaitu sebanyak 25 orang mereka beralasan cara pembayaran sudah cukup baik karena pembyaran di Kantor CV Bayu Bangun ini sudah dipermudahkan dengan bisa melakukan pembayaran memakai kartu ATM, tetapi pada waktu ramai konsumen dalam berbelanja sering terjadi antrian pembayaran. Selanjutnya yang mengatakan cara pembayaran ini kurang baik yaitu sebanyak 10 orang mereka beralasan karena kasir kurang baik dalam melayani pembayaran sehingga sering terjadi antrian pembayaran. Untuk sub indikator promosi sebanyak 7 orang mengatakan baik mereka beralasan karena kantor sering melakukan promosi dibazar-bazar yang diadakan pemeintah, melalui media dan ada pematangan harga tiap akhir bulan dan hari-hari besar. Kemudian responden yang mengatakan cukup baik yaitu sebanyak 28 orang mereka beralasan CV Bayu Bangun Oxygen sudah cukup baik melakukan promosi karena mereka sering melakukan promosi melalui media, potongan harga tiap bulanya tetapi masyarakat masi banyak kurang tahu atas potongan tersebut karena kurangnya Kantor melakukan penyebran brosur pematongan harga kekampung-kampung. Selanjutnya yang mengatakan promosi ini kurang baik yaitu sebanyak 4 orang mereka beralasan mereka sering terlambat mengetahui potongan harga yang dilakukan oleh Kantor CV Bayu Bangun Oxygen dan ada yang tidak tau kapan pematangan harga yang dilakukan Kantor tersebut. berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan pada tanggal 25 November 2019 dengan Ir. Dewa Made Suparta SH.,M.Sc., selaku pemilik CV Bayu Bangun Oxygen mengenai Kondisi dan Kemampuan Penjual. Ir. Dewa Made Suparta SH.,M.Sc., ini menjelaskan bahwa pihak CV Bayu Bangun Oxygen ini telah memberikan kemudahan dan kenyamanan kepada konsumen dalam berbelanja.

b) Modal

Modal adalah hak atau bagian yang dimiliki oleh pemilik perusahaan pos modal, keuntungan atau laba yang ditahan atau kelebihan aktiva yang dimiliki perusahaan terhadap utangnya. Pada indikator ini peneliti mengajukan dua pertanyaan kepada 40 orang

responden. Dapat dilihat melalui tabel berikut ini:

Tabel 6. Tanggapan Responden Terhadap Indikator Modal

No	Item Yang Dinilai	Frekuensi Tanggapan Responden			Total Skor
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1.	Fasilitas	25	10	5	100
2.	Persediaan	17	15	8	89
Total Skor		189			
Rentang Skor		187-240			
Kategori		Baik			

Sumber : Data Olahan, 2019

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa sub indikator fasilitas dari 40 orang responden yang menjawab baik yaitu sebanyak 25 orang mereka beralasan bahwa fasilitas yang tersedia di CV Bayu Bangun Oxygen sudah lengkap dari pesaing dan memudahkan saat berbelanja. Kemudian yang menjawab cukup baik yaitu sebanyak 10 orang mereka beralasan bahwa fasilitas yang tersedia di CV Bayu Bangun sudah lengkap tetapi tempat masi kurang luas dan masi ada fasilitas pendukung dalam berbelanja yang hendaknya ditambah. Selanjutnya yang menjawab kurang baik yaitu sebanyak 5 orang mereka beralasan bahwa fasilitas di CV Bayu Bangun Oxygen belum selengkap pesaingnya. Untuk sub indikator persediaan sebanyak 17 orang menjawab baik mereka beralasan bahwa persediaan di CV Bayu Bangun Oxygen ini banyak karena apabila konsumen membutuhkan banyak tabung oxygen pihak CV Bayu Bangun Oxygen ini dapat memenuhinya. Kemudian yang menjawab cukup baik yaitu sebanyak 15 orang mereka beralasan bahwa persediaan di Kantor ini banyak tetapi masi kurang banyak persdiaanya. Selanjutnya yang menjawab tidak baik yaitu sebanyak 8 orang mereka beralasan bahawa persediaan di CV Bayu Bangun Oxygen kurang banyak mereka sering kehabisan stok saat mau membeli banyak tabung oxygen. Kemudian untuk hasil wawancara yang penulis lakukan pada tanggal 25 september 2019 dengan Ir. Dewa Made Suparta SH.,M.Sc.,selaku Pemilik CV Bayu Bangun Oxygen mengenai modal Ir. Dewa Made Suparta SH.,M.Sc., ini menjelaskan bahwa modal yang dimiliki sudah baik, sehingga mereka bisa memberikan fasilitas yang baik untuk membantuh dan memudahkan konsumen dalam berbelanja.

- c) Kondisi Organisasi Perusahaan
 Pada dasarnya perusahaan besar akan melakukan pembagian fungsi-fungsi tersendiri dalam operasional usaha yang dilakukan, dengan kata lain setiap bagian akan ditangani oleh orang yang ahli dibidang penjualan. Hal ini dilakukan untuk memudahkan pengawasan operasional usahanya. Pada indikator ini peneliti mengajukan dua pertanyaan kepada 40 orang responden. Dapat dilihat melalui tabel berikut ini:

Tabel 7. Tanggapan Responden Terhadap Indikator Kondisi Organisasi Perusahaan.

No	Item Yang Dinilai	Frekuensi Tanggapan Responden			Total Skor
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1.	Jumlah Tenaga Kerja	11	15	14	77
2.	Pelayanan	10	22	8	82
Total Skor		159			
Rentang Skor		134-187			
Kategori		Cukup Baik			

Sumber : Data Olahan, 2019

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa sub indikator jumlah tenaga kerja dari 40 orang responden yang menjawab baik yaitu sebanyak 11 orang mereka beralasan bahwa jumlah tenaga kerja di Kantor CV Bayu Bangun Oxygen sudah banyak sehingga konsumen dalam berbelanja terlayani dengan baik. Kemudian yang menjawab cukup baik yaitu sebanyak 15 orang mereka beralasan jumlah tenaga kerja karyawan di Kantor CV Bayu Bangun Oxygen sudah lumayan banyak tetapi diantara mereka masi ada yang kurang ramah melayani konsumen.Selanjutnya yang menjawab kurang baik yaitu sebanyak 14 orang mereka beralasan bahwa jumlah tenaga kerja di Kantor CV Bayu Bangun Oxygen kurang banyak karena tidak sesuai dengan CV Bayu Bangun Oxygen yang besar sehingga masi banyak konsumen tidak terlayani dengan baik . Untuk sub indikator pelayanan yang menjawab baik yaitu sebanyak 10 orang mereka beralasan bahwa pelayanan yang diberikan oleh CV Bayu Bangun Oxygen sudah ramah dan baik sehingga konsumen merasa dilayani dengan baik. Kemudian yang menjawab cukup baik yaitu sebanyak 22 orang mereka beralasan bahwa pelayanan yang di berikan oleh CV Bayu Bangun Oxygen sudah cukup ramah dan baik tetapi masih ada pelayanan yang

kurang ramah yang diberikan oleh sebagian karyawan CV Bayu Bangun Oxygen. Selanjutnya yang menjawab kurang baik yaitu sebanyak 8 orang mereka beralasan bahwa pelayan yang diberikan oleh CV Bayu Bangun Oxygen kurang baik karna banyak karyawannya yang kurang ramah dan tanggap terhadap konsumen. Kemudian untuk hasil wawancara yang penulis lakukan pada tanggal 25 november 2019 dengan Ir. Dewa Made Suparta SH.,M.Sc., selaku pemilik CV Bayu Bangun Oxygen tentang Kondisi Organisasi perusahaan sudah berjalan dengan maksimal. Ir. Dewa Made Suparta SH.,M.Sc., ini menjelaskan bahwa karyawan-karyawannya telah memberikan pelayanan yang baik dan ramah kepada setiap konsumen yang berbelanja.

Tabel 8. Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Semua Responden

No	Indikator	Item Pertanyaan	Kategori			JML	Skor	Total Skor	Kategori
			Baik	Cukup Baik	Kurang Baik				
1	Kondisi dan kemampuan penjualan	1	5	33	2	22	83	324	Cukup baik
		2	11	23	6	22	85		
		3	5	25	10	22	75		
		4	7	28	4	22	81		
2	Kondisi pasar	1	13	19	8	22	85	243	Cukup baik
		2	7	23	10	22	77		
		3	10	21	9	22	81		
3	Modal	1	25	10	5	22	100	189	Baik
		2	17	15	8	22	89		
4	Kondisi organisasi perusahaan	1	11	15	14	22	77	159	Cukup baik
		2	10	22	8	22	82		
Total Skor					915				
Interval					732-1052				

Sumber: Data Olahan, 2019

Dari tabel 12 dapat disimpulkan bahwa untuk indikator Kondisi dan Kemampuan Penjual terkategori cukup baik dengan total skor 324 dari 40 orang responden.Untuk indikator Kondisi Pasar terkategori cukup baik dengan total skor 243 dari 40 orang responden.Kemudian untuk indikator Modal terkategori baik dengan total skor 189 dari 40 orang responden.Dan terakhir untuk indikator Kondisi Organisasi Perusahaan terkategori kurang baik dengan total skor 159 dari 40 orang responden. Dari data dan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan di CV Bayu Bangun Oxygen cukup baik artinya masi perlu diperhatikan lagi dan diperbaiki

kondisi dan kemampuan penjual, kondisi pasar, modal, dan kondisi organisasi perusahaan. Agar untuk kedepannya dapat berjalan dengan baik lagi sehingga target yang ingin di raih tercapai. Berdasarkan observasi yang penulis lakukan penulis melihat penjualan di CV Bayu Bangun Oxygen ini cukup baik, karena melihat konsumen yang berbelanja di Kantor CV Bayu Bangun Oxygen sudah lumayan ramai. Kemudian hasil dari wawancara yang dilakukan penulis pada tanggal 25 november 2019 dengan Ir. Dewa Made Suparta SH.,M.Sc., selaku pemilik CV Bayu Bangun Oxygen Ir. Dewa Made Suparta SH.,M.Sc., ini menjelaskan bahwa dengan selalu mengutamakan kepuasan konsumen, menyediakan produk yang dibutuhkan dengan harga yang signifikan, pelayanan yang baik, proses penjualan yang baik, semua itu akan selalu diterapkan demi tercapai target penjualan yang diinginkan. Selain itu pihak Kantor CV Bayu Bangun Oxygen terus berupaya menjadi yang terkemuka dan terlengkap di Kabupaten Lombok Barat dan sekitarnya.

d) Promosi

Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan tersebut. Ujung tombak dari sebuah perusahaan adalah penjualan, untuk melakukan penjualan tentu diperlukan adanya promosi untuk mengenalkan atau memberitahu produk perusahaan kepada calon konsumen. CV Bayu Bangun Oxygen melakukan kegiatan promosi melalui media sosial serta media iklan, seperti penjualan melalui facebook, instagram, whatsapp, iklan di media cetak (koran), dan kartu nama. Setiap karyawan di haruskan untuk posting iklan di medsos setaip hari, dan untuk pemasangan iklan di media cetak setiap 1 minggu 2 kali di Koran.

2. Faktor Ekstenal

a) Kondisi Pasar

Pasar adalah tempat terjadinya transaksi jual beli, atau dengan kata lain tempat transaksi antara pihak penjual dan pihak pembeli, sebagai tempat tujuan utama pihak penjual untuk menawarkan produknya ke pihak pembeli. Pada indikator ini peneliti mengajukan tiga pertanyaan kepada 40 orang responden. Dapat dilihat melalui tabel berikut ini:

Tabel 9. Tanggapan Responden Terhadap Indikator Kondisi Pasar

No	Item Yang Dinilai	Frekuensi Tanggapan Responden			Total Skor
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1.	Jenis dan Karakteristik Barang	13	19	8	85
2.	Harga Produk	7	23	10	77
3.	Kelengkapan Barang	10	21	9	81
Total Skor		243			
Rentang Skor		200-279			
Kategori		Cukup Baik			

Sumber : Data Olahan Lapangan, 2019

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa untuk sub indikator jenis dan karakteristik barang dari 40 orang responden 13 orang konsumen menjawab baik mereka beralasan jenis dan jumlah barang di Kantor CV Bayu Bangun Oxygen lebih bervariasi. Kemudian 19 orang responden menjawab cukup baik mereka beralasan jenis dan karakteristik barang di Kantor CV Bayu Bangun Oxygen sudah cukup bervariasi dan memiliki dua jenis tabung Oxygen yaitu ada yang besar dan ada yang kecil. Selanjutnya ada yang menjawab kurang baik yaitu sebanyak 8 orang responden mereka beralasan jenis dan karakteristik barang di Kantor CV Bayu Bangun Oxygen kurang bervariasi. Untuk sub indikator harga produk sebanyak 7 orang menjawab baik mereka beralasan bahwa harga produk di Kantor CV Bayu Bangun Oxygen sudah lumayan murah dan bersaing dengan harga tabung lain. Kemudian yang menjawab cukup baik yaitu sebanyak 23 orang mereka beralasan bahwa harga produk di Kantor CV Bayu Bangun Oxygen sudah lumayan murah dan bersaing dengan harga tabung oxygen pesaing tetapi masi ada beberapa produk yang cenderung lebih mahal. Selanjutnya yang menjawab kurang baik yaitu sebanyak 10 orang mereka beralasan bahwa harga produk di Kantor CV Bayu Bangun Oxygen kebanyakan cenderung lebih mahal dari pada pesaingnya. Untuk sub indikator kelengkapan barang sebanyak 10 orang menjawab baik mereka beralasan bahwa barang di Kantor CV Bayu Bangun Oxygen sudah lumayan lengkap. Kemudian yang menjawab cukup baik yaitu sebanyak 21 orang mereka beralasan bahwa barang di Kantor CV Bayu Bangun Oxygen sudah lumayan lengkap. Selanjutnya menjawab kurang baik yaitu sebanyak 12 orang mereka

beralasan bahwa barang di Kantor CV Bayu Bangun Oxygen belum lengkap di kantor pesaingnya. Kemudian hasil wawancara yang penulis lakukan pada tanggal 25 november 2019 dengan Ir. Dewa Made Suparta SH.,M.Sc., selaku pemilik CV Bayu Bangun Oxygen mengenai Kondisi Pasar. Ir. Dewa Made Suparta SH.,M.Sc., ini menjelaskan bahwa pihak CV Bayu Bangun Oxygen ini sudah mencoba melengkapi produk produk yang dibutuhkan oleh konsumen dan memberikan harga yang relatif lebih murah dari tempat lain (pesaing).

b) Faktor Lain

Faktor-faktor lain yang meliputi bazar tabung oxygen serta bergabung dengan komunitas pengusaha lain. Namun untuk melaksanakannya, diperlukan sejumlah dana yang tidak sedikit. Bagi perusahaan yang bermodal kuat, kegiatan ini secara turin dapat dilakukan. Sedangkan bagi perusahaan kecil yang mempunyai modal relatif kecil, 70 kegiatan ini lebih jarang dilakukan. Ada pengusaha yang berpegangan pada suatu prinsip bahwa “paling penting membuat barang yang baik”. Bilamana prinsip tersebut dilaksanakan, maka diharapkan pembeli akan kembali lagi barang yang sama. Dalam hal ini CV Bayu Bangun Oxyen bergabung dengan PT Sentra Multigas Utama dan sering mengadakan bazar tabung gas oxygen.

d. Analisis Penelitian Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Tabung Oxygen di CV Bayu Bangun Oxygen

1. Analisis Regresi Berganda

Untuk mengetahui besarnya pengaruh perubahan variabel independen atau bebas secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau tak bebas. Seperti yang dikemukakan pada bab pendahuluan bahwa yang digunakan adalah 5 variabel independen dan satu variabel dependen atau tak bebas. Dimana yang termasuk variabel independen atau tak bebas adalah usia, jenjang pendidikan, pangalaman kerja, insentif berdasarkan tingkat penjualan dan jumlah karyawan, sedangkan yang dimaksud dengan variabel tidak bebas adalah variabel volume penjualan.

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e_1$$

Dimana

Y = Volume penjualan produk tabung oxygen

a = Konstanta

b₁ = Koefisien regresi usia responden

b₂ = Koefisien regresi jenjang pendidikan responden

b₃ = Koefisien regresi pengalaman kerja responden

b₄ = Koefisien regresi upah karyawan

b₅ = Koefisien regresi jumlah karyawan

X₁ = Usia responden

X₂ = Jenjang pendidikan responden

X₃ = Pengalaman kerja responden

X₄ = Upah Karyawan

X₅ = Jumlah karyawan

e₁ = Variabel gangguan

Dari perolehan data hasil pengolahan dengan bantuan komputer (program SPSS 11.00) analisis regresi dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 10. Hasil Pengolahan Data Komputer

No	Variabel Independen	No tasi	Koefisien Regresi	Standar Error	T-Hitung	Probabilitas
1	Usia	X ₁	3477,722	752,371	4,622	0,000
2	Pendidikan	X ₂	4300,112	1678,466	2,562	0,004
3	Pengalaman Usaha	X ₃	4567,620	1557,978	2,932	0,004
4	Upah Karyawan	X ₄	0,0233	0,018	13,164	0,000
5	Jumlah Karyawan	X ₅	7548,701	3843,5341	1,964	0,004
6	Konstanta	A	91386,508	30722,555		0,004
7	Variabel Dependen : Volume Penjualan					
8	Standar Error of Estimasi : 38845,881					
9	Adjusted R Square : 0,913					
10	R Square : 0,918					
11	Multiple R : 0,958					
12	F-Ratio : 209,189					
13	F-Probabilitas : 0,000					

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2019

Dengan demikian persamaan regresi linier bergandanya sebagai berikut :

$$Y = 91386,508 + 3477,722X_1 + 4300,112X_2 + 4567,620X_3 + 0,233X_4 + 7548,701X_5$$

Dari persamaan regresi di atas kita dapat mengetahui persamaan regresi dari variabel-variabel independen terhadap variabel dependen sehingga dapat diketahui sebagai berikut :

Besarnya : a = 91386,508

b₁ = 3477,722

b₂ = 4300,112

b₃ = 4567,620

b₄ = 0,233

b₅ = 7548,701

a) Nilai a adalah 91386,508 ini berarti apabila X₁, X₂, X₃, X₄ dan X₅ dianggap nol maka penjualan produk masih ada sebesar 91386,508 unit tabung oxygen. Artinya meskipun usia, pendidikan, pengalaman usaha, upah karyawan dan jumlah karyawan tidak ada maka masih terdapat penjualan produk sebesar 91386,508 unit.

b) Variabel usia pengusaha (X₁) mempunyai koefisien regresi 3477,722. Artinya apabila variabel usia pengusaha bertambah satu tahun maka volume penjualan produk tabung

- oxygen akan bertambah sebesar 3477,722 unit, dengan asumsi variabel yang lain konstan.
- c) Variabel pendidikan pengusaha (X_2) mempunyai koefisien regresi sebesar 4300,112. Artinya apabila variabel pendidikan pengusaha (X_2) meningkat satu tahun tingkatan pendidikan maka volume penjualan produk tabung oxygen akan bertambah sebesar 4300,112 unit, dengan asumsi variabel yang lain konstan dan sebaliknya.
- d) Variabel pengalaman usaha (X_3) mempunyai koefisien regresi sebesar 4567,620. Artinya apabila variabel pengalaman usaha (X_3) bertambah satu tahun maka volume penjualan produk tabung oxygen akan bertambah sebesar 4567,620 unit, dengan asumsi variabel yang lain konstan.
- e) Variabel upah karyawan (X_4) mempunyai koefisien regresi sebesar 0,233. Artinya apabila variabel upah karyawan pengusaha (X_4) bertambah satu satuan maka volume penjualan produk tabung oxygen akan bertambah sebesar 0,233 unit, dengan asumsi variabel yang lain konstan.
- f) Variabel jumlah karyawan (X_5) mempunyai koefisien regresi sebesar 7548,701. Artinya apabila variabel jumlah karyawan (X_5) bertambah satu satuan maka volume penjualan produk tabung oxygen akan bertambah sebesar 7548,701 unit, dengan asumsi variabel yang lain konstan.

e. Uji-t

Uji ini digunakan untuk menguji koefisien masing-masing variabel bebas yaitu apakah variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel tak bebas. Langkah-langkah uji parsial sebagai berikut :

- Menentukan formulasi H_0 dan H_a :
 $H_0 ; b = 0$, Yang berarti nilai uji tidak mempengaruhi besarnya tingkat volume penjualan tabung oxygen.
 $H_a ; b \neq 0$, Yang berarti nilai uji mempengaruhi besarnya tingkat volume penjualan tabung oxygen
- Menentukan taraf signifikansi
 $t\text{-tabel} (\alpha ; 0,05) = \pm 1,96$
- Kriteria pengujian
 H_0 diterima apabila : $- t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$
 H_0 ditolak apabila : $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $- t \text{ tabel} > t \text{ hitung}$

- Perhitungan nilai t Rumus :

$$t = \frac{\beta_i}{Se(\beta_i)}$$

Di mana :

β_i = koefisien regresi

$Se(\beta_i)$ = Standart error koefisien regresi.

Pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel tak bebas

- Pengaruh Variabel Usia Terhadap Variabel Volume Penjualan
 - Menentukan formulasi H_0 dan H_a :
 $H_0 ; b_1 = 0$, Yang berarti usia pengusaha tidak mempengaruhi besarnya tingkat volume penjualan tabung oxygen.
 $H_a ; b_1 \neq 0$, Yang berarti usia pengusaha mempengaruhi besarnya tingkat volume penjualan genteng.
 - Menentukan taraf signifikansi
 $t\text{-tabel} = \pm 1,96$
 - Perhitungan nilai t -hitung
 $t\text{-hitung} = 4,622$, Variabel usia mempunyai t -hitung 4,622 dan jika dibandingkan dengan t -tabel dengan taraf signifikansi 0,05 adalah $\pm 1,96$ ($t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$). Jadi hipotesa nihil ditolak dan hipotesa alternatif diterima. Dengan anggapan variabel lain dianggap konstan sehingga hipotesis yang diajukan peneliti yaitu diduga bahwa usia pengusaha kecil berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan produk tabung oxygen terbukti kebenarannya.
- Pengaruh Variabel Pendidikan Terhadap Variabel Volume Penjualan
 - Menentukan formulasi H_0 dan H_a :
 $H_0 ; b_2 = 0$, Yang berarti pendidikan pengusaha tidak mempengaruhi besarnya tingkat volume penjualan tabung oxygen.
 $H_a ; b_2 \neq 0$, Yang berarti pendidikan pengusaha mempengaruhi besarnya tingkat volume penjualan tabung oxygen.
 - Menentukan taraf signifikansi $t\text{-tabel} = \pm 1,96$
 - Perhitungan nilai t -hitung $t\text{-hitung} = 2,562$ variabel pendidikan mempunyai t -hitung 2,562 dan jika dibandingkan dengan t -tabel dengan taraf signifikansi 0,05 adalah $\pm 1,96$ ($t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$). Jadi hipotesa nihil ditolak dan hipotesa alternatif diterima. Dengan anggapan variabel lain dianggap konstan sehingga hipotesis yang diajukan peneliti yaitu diduga bahwa pendidikan pengusaha kecil berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan produk tabung oxygen terbukti kebenarannya.

7. Pengaruh Variabel Pengalaman Usaha Terhadap Variabel Volume Penjualan

a) Menentukan formulasi H_0 dan H_a :

$H_0; b_3 = 0$, Yang berarti bahwa pengalaman usaha pengusaha tidak mempengaruhi besarnya tingkat volume penjualan tabung oxygen.

$H_0; b_3 \neq 0$, Yang berarti pengalaman usaha pengusaha mempengaruhi besarnya tingkat volume penjualan tabung oxygen.

b) Menentukan taraf signifikansi

$t\text{-tabel} = \pm 1,96$

c) Perhitungan nilai $t\text{-hitung}$

$t\text{-hitung} = 2,932$

Variabel pengalaman usaha mempunyai $t\text{-hitung}$ 2,932 dan jika dibandingkan dengan $t\text{-tabel}$ dengan taraf signifikansi 0,05 adalah $\pm 1,96$ ($t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$). Jadi hipotesa nihil ditolak dan hipotesa alternatif diterima. Dengan anggapan variabel lain dianggap konstan sehingga hipotesis yang diajukan peneliti yaitu diduga bahwa pengalaman usaha pengusaha kecil berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan produk tabung oxygen terbukti kebenarannya.

8. Pengaruh Variabel Upah Karyawan Terhadap Variabel Volume Penjualan

a) Menentukan formulasi H_0 dan H_a :

$H_0; b_4 = 0$, Yang berarti upah karyawan tidak mempengaruhi besarnya tingkat volume penjualan tabung oxygen.

$H_0; b_4 \neq 0$, Yang berarti upah karyawan mempengaruhi besarnya tingkat volume penjualan tabung oxygen.

b) Menentukan taraf signifikansi

$t\text{-tabel} = \pm 1,96$

c) Perhitungan nilai $t\text{-hitung}$

$t\text{-hitung} = 0,233$

Variabel upah karyawan mempunyai $t\text{-hitung}$ 0,233 dan jika dibandingkan dengan $t\text{-tabel}$ dengan taraf signifikansi 0,05 adalah $\pm 1,96$ ($t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$). Jadi hipotesa nihil diterima dan hipotesa alternatif ditolak. Dengan anggapan variabel lain dianggap konstan sehingga hipotesis yang diajukan peneliti yaitu diduga bahwa upah karyawan pengusaha kecil tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap volume penjualan produk tabung oxygen tidak terbukti.

9. Pengaruh Variabel Jumlah Karyawan Terhadap Variabel Volume Penjualan

a) Menentukan formulasi H_0 dan H_a :

$H_0; b_5 = 0$, Yang berarti jumlah karyawan tidak mempengaruhi besarnya tingkat volume penjualan tabung oxygen.

$H_0; b_5 \neq 0$, Yang berarti jumlah karyawan mempengaruhi besarnya tingkat volume penjualan tabung oxygen.

b) Menentukan taraf signifikansi- $t\text{-tabel} = \pm 1,96$

c) Perhitungan nilai $t\text{-hitung}$ $t\text{-hitung} = 1,964$

Variabel jumlah karyawan mempunyai $t\text{-hitung}$ 1,964 dan jika dibandingkan dengan $t\text{-tabel}$ dengan taraf signifikansi 0,05 adalah $\pm 1,96$ ($t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$). Jadi hipotesa nihil ditolak dan hipotesa alternatif diterima. Dengan anggapan variabel lain dianggap konstan sehingga hipotesis yang diajukan peneliti yaitu diduga bahwa jumlah karyawan pengusaha kecil berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan produk tabung oxygen terbukti kebenarannya.

10. Faktor Yang Paling Dominan Dalam Mempengaruhi Volume Penjualan Produk tabung oxygen.

Faktor yang paling dominan atau paling besar pengaruhnya dapat dilihat dari variabel yang mempunyai nilai koefisien regresi yang distandarkan diantara variabel yang diteliti. Dari hasil yang diperoleh dapat dilihat bahwa koefisien regresi dari variabel upah karyawan adalah 1,103 atau merupakan nilai yang paling besar. Bila dilihat dari $t\text{-hitung}$ maka nilai $t\text{-hitung}$ variabel upah karyawan adalah 13,164 atau merupakan nilai $t\text{-hitung}$ paling besar. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa diantara variabel-variabel yang paling dominan berpengaruh dalam mempengaruhi volume penjualan adalah variabel upah karyawan.

f. Uji-F

Setelah mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen yang dalam hal ini adalah volume penjualan produk, maka untuk selanjutnya akan dilakukan pengujian untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap volume penjualan produk genteng menggunakan uji statistik yaitu uji-F.

g. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien ini berguna untuk mengetahui sejauh mana variabel-variabel independen (dalam penelitian ini) seberapa jauh variabel Usia, Pendidikan, Pengalaman Usaha, Upah Karyawan dan Jumlah Karyawan dapat mempengaruhi variabel volume penjualan produk.

Dari perhitungan diketahui bahwa R^2 sebesar 0,913 ini berarti besarnya sumbangan atau

kontribusi perubahan pada tingkat volume penjualan produk yang betul-betul disebabkan oleh perubahan faktor-faktor usia, pendidikan, pengalaman usaha, upah karyawan dan jumlah karyawan secara bersama-sama adalah 91,3% dan sisanya 8,7% adalah oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model.

h. Interpretasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Produk Tabung Oxygen di CV Bayu Bangun Oxygen.

1. Pengaruh Usia Pengusaha Terhadap Volume Penjualan.

Antara usia pengusaha dan volume penjualan produk tabung oxygen berdasarkan hasil perhitungan regresi menunjukkan adanya pengaruh positif. Pengaruh yang positif berarti antara usia pengusaha dan volume penjualan produk mempunyai hubungan yang positif dimana kenaikan usia pengusaha akan berakibat pada kenaikan volume penjualan produk tabung oxygen. Variabel usia pengusaha mempunyai koefisien regresi sebesar 3477,722 artinya apabila variabel usia pengusaha bertambah satu tahun maka volume penjualan produk tabung oxygen akan bertambah sebesar 3477,722 unit, dengan asumsi variabel yang lain konstan. Adanya pengaruh ini disebabkan bertambahnya usia seorang pengusaha akan menambah kepekaan seseorang sehingga akan menumbuhkan rasa percaya diri dengan kepercayaan diri yang tinggi, seorang pengusaha industri kecil akan menguasai segala persoalan yang datang baik dari dalam maupun dari luar perusahaannya. Adapun pengaruh usia pengusaha industri terhadap volume penjualan produk tabung oxygen cukup kuat sebagaimana ditunjukkan dengan tingkat probabilitas dari usia pengusaha kecil sebesar 0,000 yang berarti pada tingkat signifikansi 5% usia pengusaha secara signifikan berpengaruh terhadap volume penjualan produk tabung oxygen.

2. Pengaruh Pendidikan Pengusaha Terhadap Volume Penjualan.

Antara pendidikan pengusaha dan volume penjualan produk tabung oxygen berdasarkan hasil perhitungan regresi menunjukkan adanya pengaruh positif. Pengaruh yang positif berarti antara pendidikan pengusaha dan volume penjualan produk mempunyai hubungan yang positif dimana kenaikan pendidikan pengusaha akan berakibat pada kenaikan volume penjualan produk tabung oxygen. Variabel pendidikan pengusaha mempunyai koefisien regresi sebesar 4300,112 artinya apabila variabel pendidikan pengusaha meningkat satu tahun pendidikan maka volume penjualan produk tabung oxygen akan bertambah sebesar 4300,112 unit, dengan asumsi

variabel yang lain konstan. Adanya pengaruh ini disebabkan bertambahnya pendidikan seorang pengusaha akan menambah cakrawala berpikir sehingga akan menumbuhkan ide-ide baru yang akan menjadikan seorang pengusaha industri kecil akan menguasai segala persoalan yang datang baik dari dalam maupun dari luar perusahaannya. Adapun pengaruh pendidikan pengusaha industri terhadap volume penjualan produk tabung oxygen cukup kuat sebagaimana ditunjukkan dengan tingkat probabilitas dari pendidikan pengusaha kecil sebesar 0,004 yang berarti pada tingkat signifikansi 5% pendidikan pengusaha secara signifikan berpengaruh terhadap volume penjualan produk tabung oxygen.

3. Pengaruh Pengalaman Usaha Pengusaha Terhadap Volume Penjualan.

Antara pengalaman usaha pengusaha dan volume penjualan produk tabung oxygen berdasarkan hasil perhitungan regresi menunjukkan adanya pengaruh positif. Pengaruh yang positif berarti antara pengalaman usaha pengusaha dan volume penjualan produk mempunyai hubungan yang positif dimana kenaikan pengalaman usaha pengusaha akan berakibat pada kenaikan volume penjualan produk tabung oxygen. Variabel pengalaman usaha pengusaha mempunyai koefisien regresi sebesar 4567,620 artinya apabila variabel pengalaman usaha pengusaha bertambah satu tahun maka volume penjualan produk tabung oxygen akan bertambah sebesar 4567,620 unit, dengan asumsi variabel yang lain konstan. Adanya pengaruh ini disebabkan bertambahnya pengalaman usaha seorang pengusaha dalam bidang yang sama akan semakin pula banyak hal-hal baru yang telah diketahui oleh seseorang pengusaha. Baik hal-hal berupa permasalahan maupun keuntungan dirasakan dan diambil manfaatnya sehingga seorang pengusaha kecil akan mudah memecahkan masalah-masalah yang akan dihadapi dan muncul. Adapun pengaruh pengalaman usaha pengusaha industri terhadap volume penjualan produk tabung oxygen cukup kuat sebagaimana ditunjukkan dengan tingkat probabilitas dari pengalaman usaha pengusaha kecil sebesar 0,004 yang berarti pada tingkat signifikansi 5% pendidikan pengusaha secara signifikan berpengaruh terhadap volume penjualan produk tabung oxygen.

4. Pengaruh Upah Karyawan Pengusaha Terhadap Volume Penjualan.

Antara upah karyawan dan volume penjualan produk tabung oxygen berdasarkan hasil perhitungan regresi menunjukkan adanya pengaruh positif. Pengaruh yang positif berarti antara upah karyawan dan volume penjualan produk mempunyai hubungan yang positif dimana kenaikan upah karyawan akan berakibat pada

kenaikan volume penjualan produk tabung oxygen. Variabel upah karyawan pengusaha mempunyai koefisien regresi sebesar 0,233 artinya apabila variabel upah karyawan pengusaha bertambah satu rupiah maka volume penjualan produk tabung oxygen akan bertambah sebesar 0,233 unit, dengan asumsi variabel yang lain konstan. Adanya pengaruh ini disebabkan bertambahnya upah karyawan akan mendorong seorang karyawan lebih giat dalam bekerja, sehingga produksinya akan meningkat yang akhirnya akan meningkatkan volume penjualan tabung oxygen. Adapun pengaruh upah karyawan terhadap volume penjualan produk tabung oxygen cukup kuat sebagaimana ditunjukkan dengan tingkat probabilitas dari upah karyawan kecil sebesar 0,000 yang berarti pada tingkat signifikansi 5% upah karyawan secara signifikan berpengaruh terhadap volume penjualan produk tabung oxygen.

5. Pengaruh Jumlah Karyawan Pengusaha Terhadap Volume Penjualan.

Antara jumlah karyawan pengusaha dan volume penjualan produk tabung oxygen berdasarkan hasil perhitungan regresi menunjukkan adanya pengaruh positif. Pengaruh yang positif berarti antara jumlah karyawan dan volume penjualan produk mempunyai hubungan yang positif dimana kenaikan jumlah karyawan akan berakibat pada kenaikan volume penjualan produk tabung oxygen. Variabel jumlah karyawan mempunyai koefisien regresi sebesar 7548,701 artinya apabila variabel jumlah karyawan bertambah satu orang maka volume penjualan produk tabung oxygen akan bertambah sebesar 7548,701 unit, dengan asumsi variabel yang lain konstan. Adanya pengaruh ini disebabkan bertambahnya jumlah karyawan maka secara langsung produk yang dihasilkan akan bertambah banyak secara otomatis akan meningkatkan volume penjualan. Adapun pengaruh jumlah karyawan terhadap volume penjualan produk tabung oxygen cukup kuat sebagaimana ditunjukkan dengan tingkat probabilitas dari jumlah karyawan sebesar 0,004 131 yang berarti pada tingkat signifikansi 5% jumlah karyawan secara signifikan berpengaruh terhadap volume penjualan produk tabung oxygen.

PENUTUP

a. Simpulan

- 1 Terdapat 2 faktor yang mempengaruhi volume penjualan tabung oxygen di CV Bayu Bangun Oxygen yaitu Faktor Internal dan Faktor Eksternal perusahaan antara lain:
Faktor Internal :
a) Kondisi dan Kemampuan Penjual

- b) Modal
- c) Kondisi Organisasi Perusahaan
- d) promosi

Faktor Eksternal :

- a) Kondisi Pasar
- b) Faktor lain yang meliputi bazar tabung oxygen serta bergabung dengan komunitas pengusaha lain.

- 2 Berdasarkan hasil analisis dari data yang didapat bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan volume penjualan tabung gas oxygen di CV Bayu Bangun Oxygen..

b. Saran

Dari hasil pembahasan dari kesimpulan yang dikemukakan sebelumnya maka penulis dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut :

- 1 Tabung gas oxygen di CV Bayu Bangun Oxygen perlu memperhatikan dan peka terhadap perubahan-perubahan yang terjadi di lingkungan baik perubahan permintaan dari konsumen maupun ancaman dari pesaing sehingga tabung gas oxygen bisa menetapkan rencana-rencana untuk meningkatkan volume penjualan. Selain itu juga harus terus berinovasi dalam pemasaran demi tercapainya volume penjualan yang maksimal.
- 2 Tabung gas oxygen di CV Bayu Bangun Oxygen harus tetap mempertahankan kegiatan jual beli yang sesuai yaitu menjunjung nilai-nilai kejujuran, serta keterbukaan terhadap calon pembeli, selain itu tabung gas oxygen juga dalam proses penjualan harus sesuai dengan prinsip dan nilai-nilai ekonomi hal ini akan menunjang keberlangsungan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- , 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Libert.
- , 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Anoraga, Pandji. 2004. *Manajemen Bisnis*. Cetakan Ke 3. Penerbit Rineka Cipta. Jakarta.
- Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Basu, swastha. 2002. *Manajemen Penjualan*, cetakan kelima. BFSE : Yogyakarta
- Benyamin Molan, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua belas, Jilid 1, PT. Indeks.

- Hariyanto, Bambang. 2003. Sistem Operasi Lanjut. Edisi Pertama. Bandung :Informatika
- Kotler, Philip. 2001. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol. Jakarta: PT. Prehallindo
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Ma'arif, Samsul, 2013. Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Bandarjo Ungaran Kabupaten Semarang. Economics
- McCarthy, Perreault dan Canno, 2008:8. Pemasaran Dasar : Pendekatan Manajerial Global. Edisi Keenam Belas. Salemba Empat .Jakarta
- Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung:Alfabeta.
- Sutisna,"Prilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran".Bandung : Remaja Rosdakarya