BAB IV

ANALISIS HASIL PENELITIAN

4.1. Analisa Koefisien Korelasi

Tujuan analisa ini adalah untuk mengetahui seberapa jauh hubungan antara variabel X (Biaya Promosi) dengan variabel Y (Nilai Penjualan). Hal ini dapat di jelaskan oleh analisa koefisien korelasi yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

Rumus Koefisien Korelasi :

$$r = \frac{n.\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{n.\sum X^2 - \left(\sum X\right)^2}.\sqrt{n.\sum Y^2 - \left(\sum Y\right)^2}}$$

Dalam menganalisa penulis menggunakan rumus korelasi guna mengetahui atau melihat kuat atau tidaknya hubungan antara kedua variabel tersebut (Biaya promosi dengan nilai penjualan) yaitu dengan adanya biaya promosi dapat mempengaruhi atau meingkatkan nilai penjualan. Kuat tidaknya hubungan tersebut dapat diukur dengan koefisien korelasi dengan simbol " r ", dimana koefisien ini paling sedikit –1 dan paling besar 1 yang berarti $-1 < r < 1$.

Jika r = 1 hubungan keduanya sempurna dan positif atau mendekati 1, maksudnya kalau ada kenaikan biaya promosi akan mempengaruhi atau mengakibatkan naiknya nilai penjualan. Sebaliknya apabila ada penurunan biaya promosi, maka nilai penjualan akan menurun. Jadi hubungan keduanya searah. Kemudian jika r = -1 hubungan keduanya sempurna dan negatif atau

mendekati –1 hubungannya sangat kuat maksudnya kalau ada kenaikan biaya promosi justru sebaliknya akan menurunkan nilai penjualan. Akan tetapi apabila r = 0 hubungan keduanya sama sekali atau tidak ada hubungannya maksudnya kenaikan biaya promosi tidak diikuti oleh kenaikan atau penurunan nilai penjualan.

Tabel. 4.3.
Perhitungan Korelasi Antara Biaya Antara
Biaya Promosi Penjualan dengan Nilai Penjualan
PT. HERO Pasar Swalayan
Tahun 1992-1996
(dalam milyar rupiah)

Tahun	X	Y	X^2	Y^2	XY
1992	3,080	452,92	9.486.400	205.136,52	1.394.993,60
1993	4,529	560,84	20.511.841	314.541,50	2.540.044,36
1994	5,608	638,29	31.449,92	407.414,12	3.579.530,32
1995	6,382	787,08	40.729.924	619.494,92	5.023.144,56
1996	7,870	904,63	61.936.900	818.355,43	7.199.438,1
	27,469	3.343,76	164.114.729	2.364.924,49	19.657.150,94

Sumber : PT. HERO Pasar Swalayan

Untuk mengetahui besarnya r dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{n.\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{n.\sum X^2 - \left(\sum X\right)^2}.\sqrt{n.\sum Y^2 - \left(\sum Y\right)^2}}$$

$$= \frac{5(19.657.150,94) - (27.469)(3.343,76)}{\sqrt{5(164.114.729) - (27.469)^2}\sqrt{5(2.364.924,49) - (3.343,76)^2}}$$

$$= \frac{98.285.754,7 - 91.849.743,44}{\sqrt{820.573.645 - 754.545.961}\sqrt{11.824.622,45 - 11.180.730,93}}$$

$$= \frac{6.436.011,26}{\sqrt{66.027.684}\sqrt{643.891,52}}$$

$$= \frac{6.436.011,26}{6.520.327,124}$$

$= 0,98$

$Kp = r^2 = (0,98)^2 = 0,9604$

Dari hasil Perhitungan tersebut diatas nilai koefisien korelasi r = 0,98 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hubungan antara promosi penjualan dengan nilai penjualan adalah kuat dan positif.

4.2. Pengujian Hipotesis

Untuk lebih meyakinkan hasil yang diperoleh, bahwa terdapat hubungan yang positif antara promosi penjualan dengan nilai penjualan, maka dilakukan pengujian hipotesis. Dimana rumus pengujian hipotesis adalah sebagai berikut :

1. Rumuskan bentuk hipotesanya dengan membuat hipotesa nol dan hipotesa alternatif sebagai berikut :
   a. Hipotesa nol adalah H_o:P=0, berarti X dan Y tidak berhubungan
   b. Hipotesa alternatif yang digunakan : alternatif 2, H_a:P>0, berarti X dan Y mempunyai hubungan yang positif.
2. Tentukan besarnya nilai kesalahan jenis pertama (= $_{oc}$), yaitu besarnya kesalahan yang masih diterima, dan apabila kita menolak H_o padahal H_o benar. Setelah $_{oc}$ diketahui, kemudian dicari nilai t_{oc} atau $t_{oc}/2$ dari tabel.

3. Hitung t_o, yaitu nilai observasi :

$t_o = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r^2)}}$, t_o mengikuti fungsi t dengan derajat kebebasan

d.f = n-2

4. Penerimaan dan penolakan H_o diatur :

- alternatif 2, H_a:P>0, kalau $t_o > t_{\alpha}$ H_o ditolak

  kalau $t_o < t_{\alpha}$ H_o diterima

  kalau H_o ditolak, maka H_a diterima

  kalau H_o diterima, maka H_a ditolak

  kalau Ho diterima, Ha ditolak berarti tidak ada hubungan antara variabel X dan Y, sehingga tidak perlu melanjutkan analisa regresi.

  Kalau Ho ditolak, Ha diterima berarti ada hubungan antara variabel X dan Y sehingga dapat melanjutkan ke analisa regresi.

  Ho : B = O

  Ho : B > O

  Kalau t_o > t a, Ho ditolak

  Kalau t_o < ta, Ho diterima

Dengan tingkat keyakinan 95%, a = 0,05

$t_o = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r^2)}}$ to mengikuti fungsi t dengan derajat kebebasan df=n-2

5 – 2 = 3

$to = \frac{0{,}98\sqrt{5-2}}{\sqrt{1-0{,}96}}$

$$= \frac{0,98.1,73}{0,2}$$

$$= \frac{1,69}{0,2}$$

$$= 8,48$$

to dibanding nilai teoritis t a (n-2) = t 0,05 (3) = 2,353 , berdasarkan perhitungan tersebut ternyata to > t a (n-2) = 8,48 > 2,353 maka Ho ditolak.

Setelah diadakannya pengujian hipotesa tersebut diatas, maka dapat disimpulkan bahwa antara biaya promosi dengan promosi penjualan terdapat suatu hubungan yang positif dengan kata lain pengaruh yang disebabkan oleh biaya promosi penjualan terhadap tingkat penjualan sangat berpengaruh atau berperan. Pengujian hipotesa dengan derajat kebebasan sebesar n-2 dengan hasil pengujian diatas terlihat :

Ho : P > 0 = berarti biaya promosi penjualan berpengaruh terhadap tingkat Penjualan.

Ho : P < 0 = berarti tidak ada pengaruh antara biaya promosi penjualan dengan Hasil penjualan.

Dari hasil perhitungan dapat ditarik kesimpulan bahwa $t_o > t_t$ H_o ditolak dan H_a diterima.

4.3. Analisa Regresi

Untuk menduga dan menganalisa hubungan kedua variabel tersebut, yaitu hubungan antara promosi penjualan dengan nilai penjualan yang dicapai, yang kadang-kadang susah ditarik garis pemisahnya dapat digunakan analisa

regresi. Analisa regresi yang dipergunakan dalam pembahasan ini adalah analisa regresi linier sederhana. Untuk lebih jelasnya dalam menguraikan persoalan tersebut diatas maka dapat dilihat pada perhitungan berikut ini :

$$b = \frac{n.\sum XY - \sum X.\sum Y}{n.\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$= \frac{5(19.657.150,94) - (27.469)(3.343,76)}{5(164.114.729)^2 - (27.469)^2}$$

$$= \frac{98.285.754,7 - 91.849.743,44}{820.573.645 - 754.545.961}$$

$$= \frac{6.436.011,26}{66.027,684}$$

$b = 97,47$

$$= \frac{27.469}{5} = 5.493,8$$

$$y = \frac{3.343,76}{5} = 668,752$$

$a = 668,752 - 97,47(5.493,8)$

$= 668,752\text{-}535,480$

$a = 133,272$

Dengan demikian bentuk persamaannya adalah :

$Y = a + bX$

$= 133,272 + 97,47\ X$

Artinya jika biaya promosi ditambah sebesar Rp1 maka penjualan akan bertambah sebesar Rp. 97,47

Apabila biaya promosi penjualan ditetapkan 7,8 milyar, maka penjualan diharapkan mencapai :

Y = 133,272 + 97,47 (7,8)

= 133,272 + 760,266

= 893,538 milyar

Sebagai kesimpulan adalah bahwa biaya promosi penjualan yang dikeluarkan mempunyai hubungan yang sangat kuat terhadap peningkatan nilai penjualan. Dengan kata lain biaya promosi penjualan selalu diikuti oleh penjualan, sehingga kegiatan promosi penjualan sangat berperan dalam meningkatkan nilai penjualan pada PT. HERO Pasar Swalayan.

4.4. Masalah Yang Dihadapi Dalam Melaksanakan Promosi Penjualan

Didalam suatu perusahaan baik perusahaan yang berskala besar maupun kecil mempunyai berbagai macam masalah . Masalah itu bisa datang dari dalam maupun dari luar perusahaan.

PT. HERO pasar swalayan didalam melaksanakan kegiatan promosi penjualannya berperan untuk meningkatkan nilai penjualan sesuai target yang ingin dicapai. Namun perusahaan menghadapi masalah yang mana permasalahan tersebut tidak terlepas dari masalah yang berkenaan dengan promosi penjualan. Masalah yang dihadapi perusahaan meliputi :

1. Belum tersedianya dana yang cukup untuk melaksanakan promosi penjualan. Perlu diketahui biaya dalam hal ini adalah biaya promosi penjualan yang tinggi. Biaya yang tinggi ini menyebabkan berkurangnya sisi pendapatan

dalam kas. Jika saldo atau pendapatan yang ada pada perusahaan berkurang, maka secara otomatis akan mempengaruhi permintaan dan penawaran. Karena jika biaya promosi yang tinggi dilaksanakan atau digunakan, maka perusahaan akan menaikkan harga yang tinggi terhadap suatu barang, dan akibatnya konsumen akan mempertimbangkan untuk membeli barang tersebut. Dalam hal ini biaya yang disediakan PT. HERO pasar swalayan kurang memadai sehingga menyebabkan terjadinya ketidaktepatan dalam pelaksanaan promosi penjualan.

2. Kurangnya kemampuan manajemen dari tenaga pelaksanaan, khususnya tenaga pemasaran dalam melaksanakan promosi penjualan.

Kemampuan manajemen yang baik tidak terlepas dari sumber daya manusia atau tenaga kerja yang protesional. Hal ini sangat diperlukan perusahaan untuk keberhasilan usahanya dalam mencapai tujuan perusahaan pada PT. HERO Pasar Swalayan terdapat kekurangan- kekurangan dari segi tenaga pelaksana, khususnya tenaga pemasaran. Terutama dalam mengaplikasikan konsep promosi penjualan. Hal ini karena perusahaan tidak menyediakan pendidikan dan pelatihan keterampilan untuk mengembangkan sumber daya manusia menjadi tenaga kerja yang profesional.