

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Obyek Penelitian**

##### **4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan**

PT Suryaputra Sarana merupakan salah satu perusahaan swasta yang berbadan hukum berbentuk perseroan terbatas. Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang distributor mobil, PT Suryaputra Sarana telah banyak mengalami perkembangan dalam usahanya. Pada awalnya PT Suryaputra Sarana adalah sebuah perusahaan dagang yang bernama PD Surya Motor, yang beralamat di Jalan Pesantren Wetan no 7 Bandung, yang didirikan pada tanggal 1 April 1980. Kemudian pada Bulan February 1986 PD Surya Motor menempati lokasi di Jalan Sudirman no. 776-778, dengan status *show room*.

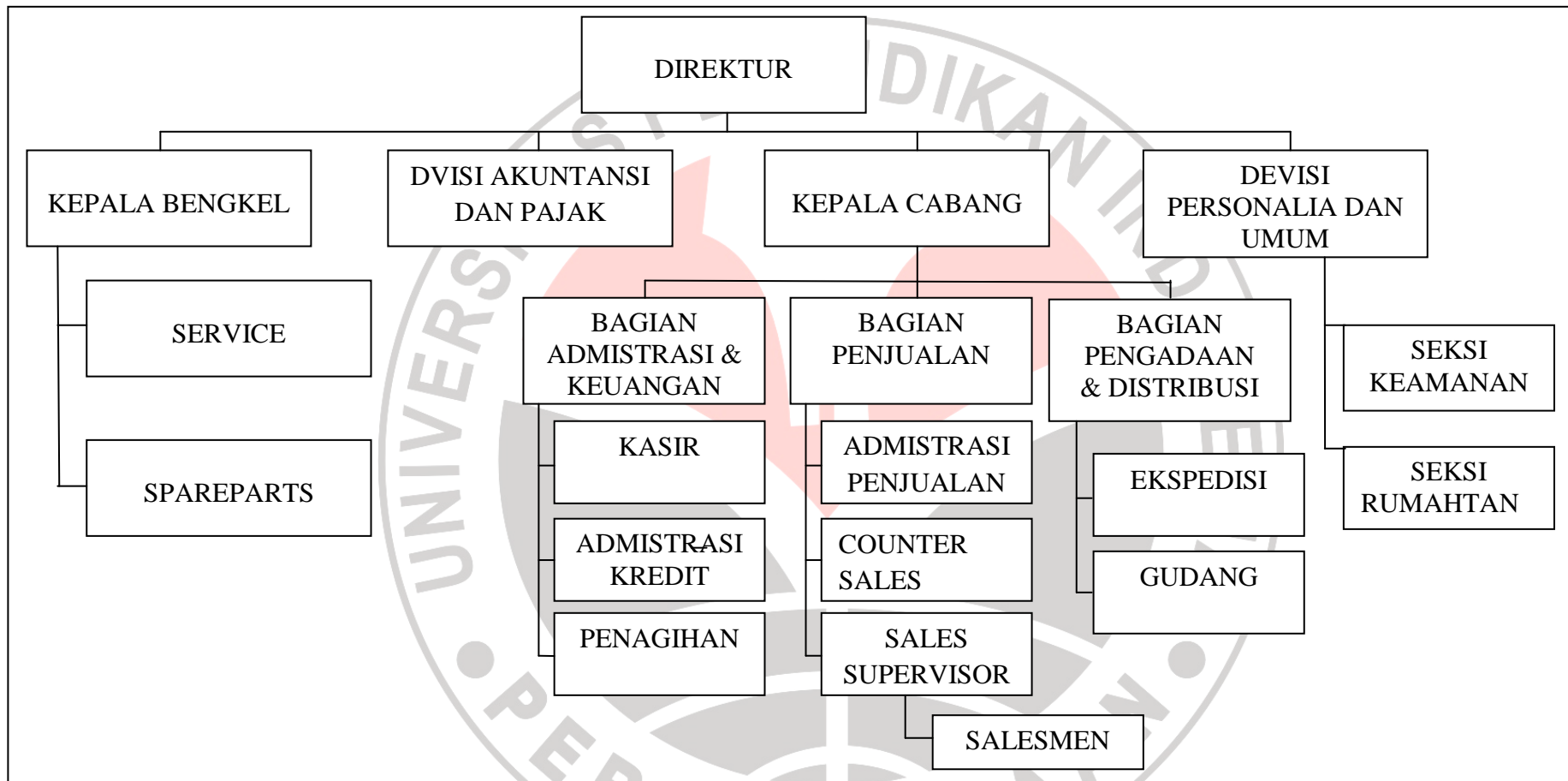
Dalam usaha meningkatkan pelayanan terutama bagi pemilik kendaraan Mitsubishi, maka pada tanggal 13 April 1990, pemilik PD Surya Motor Ny Teten Herawati mendirikan Perseroan terbatas (PT) dengan mengganti nama menjadi PT Suyaputra Sarana (Mitsubishi Motor) di Jalan Abdul Rachman Saleh no. 4 Bandung, dan Ny. Teten Herawati sebagai pemilik serta merangkap sebagai direktur pada perusahaan tersebut. Perubahan tersebut membuat PT Suryaputra Sarana yang awalnya hanya menjual mobil, menjadi bengkel. Saat ini PT Suryaputra Sarana telah memiliki lima kantor cabang yang terdapat di kota Bandung.

#### 4.1.2 Kegiatan Usaha Perusahaan

PT Suryaputra Sarana adalah sebuah perusahaan otomotif yang bergerak dalam bidang penjualan produk dan penjualan jasa. Bidang penjualan produk merupakan *dealer* kendaraan bermotor merek Mitsubishi Motor di kota Bandung, yang kegiatannya melakukan penjualan kendaraan bermotor seperti mobil sedan, mini bus, truk kecil, truk besar. Sedangkan dalam bidang penjualan jasa, kegiatannya yakni menyediakan pelayanan perbaikan dan perawatan untuk kendaraan Mitsubishi. Usaha ini dilakukan PT Suryaputra Sarana untuk meningkatkan pelayanan bagi konsumen yang membeli kendaraan Mitsubishi di PT Suryaputra Sarana. Pada penelitian ini, penulis hanya meneliti pada bagian penjualan saja.

#### 4.1.3 Struktur Organisasi

Setiap perusahaan memiliki struktur organisasi yang berbeda-beda tergantung pada tujuan dan operasi perusahaan. Dengan demikian tujuan dari perusahaan dapat disusun suatu struktur organisasi perusahaan. Struktur organisasi perusahaan tersebut akan memberikan kejelasan pada orang-orang yang ada didalam suatu perusahaan untuk melaksanakan pekerjaan sesuai dengan tugas dan tanggung jawab yang diberikan perusahaan. Sistem dan struktur organisasi PT Suryaputra Sarana menggunakan organisasi lurus/lini, maksudnya pada bentuk ini kekuasaan dari pucuk pimpinan organisasi dilangsungkan kepada para pejabat (kepala seksi) yang memimpin kesatuan-kesatuan dalam organisasi tersebut. Adapun struktur organisasi PT Suryaputra Sarana adalah berikut:



**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi**  
**PT Suryaputra Sarana**

#### 4.1.4 Deskripsi Jabatan

Dari struktur organisasi PT Suryaputra Sarana dapat dijelaskan mengenai deskripsi jabatan masing-masing bagian, adalah berikut:

1. Pimpinan/Direktur, membawahi:

- a. Kepala cabang
- b. Devisi akuntansi dan pajak
- c. Bagian operasi
- d. Devisi personalia dan umum

Ikhtisar pekerjaan: Bertanggung jawab terhadap manajemen perusahaan.

2. Kepala cabang membawahi:

- a. Bagian administrasi keuangan.
- b. Bagian penjualan
- c. Bagian pengadaan distribusi

Ikhtisar Pekerjaan: Memimpin dealer mobil dan menangani masalah penjualan mobil Mitsubishi.

3. Kepala bengkel, membawahi:

- a. Bagian *service*
- b. Bagian *spare parts*

Ikhtisar pekerjaan: Memimpin bengkel mobil serta menangani masalah *service* dan penjualan *spare parts* mobil Mitsubishi

4. Devisi akuntansi dan pajak

Ikhtisar pekerjaan: Menangani laporan akuntansi perusahaan dan masalah pajak perusahaan.

5. Devisi Personalia dan umum, membawahi:

- a. Admistrasi personalia
- b. Seksi keamanan
- c. Seksi rumah tangga

Ikhtisar pekerjaan: Menangani masalah tenaga kerja, keamanan serta kebutuhan rumah tangga perusahaan.

#### 4.1.5 Produk yang ditawarkan Perusahaan

PT Suryaputra Sarana adalah sebuah perusahaan otomotif yang bergerak dalam bidang penjualan produk dan penjualan jasa. Bidang penjualan produk yaitu kegiatannya melakukan penjualan kendaraan bermotor merek Mitsubishi, yang biasanya disebut sebagai dealer kendaraan bermotor merek Mitsubishi Motor. Adapun jenis mobil yang dijual PT Suryaputra Sarana adalah berikut:

- a) Mitsubishi T120 SS Minibus
- b) Mitsubishi T120 SS Pick-up
- c) Mitsubishi FE 104
- d) Mitsubishi FE 114
- e) Mitsubishi FM 17 Fuso
- f) Mitsubishi L300 DB
- g) Mitsubishi L300 DP
- h) Mitsubishi Lancer
- i) Mitsubishi FE 119
- j) Mitsubishi FE 449E

- k) Mitsubishi Kuda bensin
- l) Mitsubishi Kuda diesel
- m) Mitsubishi L200 4WD

#### 4.1.6 Pelaksanaan Kegiatan Promosi PT Suryaputra Sarana

Dalam menghadapi persaingan yang ketat terhadap produk-produk sejenis dari para pesaingnya, baik pesaing lokal maupun asing, PT Suryaputra Sarana melaksanakan kegiatan promosi sebagai usaha untuk mempertahankan produknya di pasaran. Pada PT Suryaputra Sarana, hal tersebut dilakukan dengan cara melaksanakan kebijakan dasar promosi yang telah ditetapkan oleh bagian penjualan. Adapun kegiatan promosi yang dilakukan PT Suryaputra Sarana adalah berikut:

1. Periklanan merupakan salah satu alat *marketing* yang bertugas untuk memberikan informasi kepada kelompok orang dan meninggikan nilai barang atau jasa yang diiklankan. Iklan yang dilakukan PT Suryaputra Sarana terdiri dari iklan cetak, iklan radio/tv, pemesanan sistem pos, katalog film, majalah, brosur, poster, web yang digunakan untuk membangun citra jangka panjang pada suatu produksi selain itu sebagai pemicu penjualan yang cepat.
2. Promosi penjualan, adalah kegiatan yang dilakukan dalam rangka mendorong penjualan suatu produk atau jasa dalam bentuk sampel, pameran perdagangan, dan demonstrasi promosi penjualan, yang dapat digunakan untuk menaikkan penjualan yang sedang menurun.

3. Hubungan masyarakat merupakan kegiatan untuk menjamin perhatian publik terhadap pesan-pesan yang ditanamkan. Adapun hubungan masyarakat yang dilakukan PT Suryaputra Sarana terdiri sumbangan sponsor, teks dan media, identitas yang dirancang untuk memperbaiki, mempertahankan maupun melindungi suatu citra perusahaan maupun produk.
4. Penjualan personal, adalah kegiatan yang dilakukankan penjual secara langsung berbicara kepada pembeli untuk mengenalkan produknya. Adapun penjualan personal yang dilakukan PT Suryaputra Sarana terdiri pertemuan penjual, pemasaran jarak jauh (e-mail, telepon), dan pameran perdagangan. Tujuannya adalah untuk melakukan penjualan dengan cara membangun, frekuensi, keyakinan dan tindakan pembeli.

## **4.2 Deskripsi Data Variabel Penelitian**

### **4.2.1 Biaya Promosi**

Untuk melengkapi data penelitian, penulis sajikan analisis kuantitatif biaya promosi per bulan yang dilakukan oleh PT Suryaputra Sarana selama tiga tahun yaitu tahun 2005 sampai dengan 2007. Analisis ini diperlukan untuk mengetahui seberapa besar biaya promosi yang telah dikeluarkan oleh PT Suryaputra Sarana selama 3 tahun terakhir. Biaya promosi yang dikeluarkan oleh PT Suryaputra Sarana sangat variatif, hal ini dapat dilihat dari laporan biaya promosi pada bulan Januari 2005 sampai dengan bulan Desember 2005 yang tampak pada tabel berikut:

**Tabel 4.1**  
**PT Suryaputra Sarana**  
**Biaya Promosi Periode 2005-2007**

Tahun	No	Bulan	Biaya Promosi	Kenaikan/Penurunan Dari Bulan sebelumnya
2005	1	Januari	Rp 10.735.000	- %
	2	Februari	Rp 26.754.350	149 %
	3	Maret	Rp 54.481.781	104 %
	4	April	Rp 27.883.240	-49 %
	5	Mei	Rp 106.300.245	281 %
	6	Juni	Rp 48.875.990	-54 %
	7	Juli	Rp 40.154.020	-18 %
	8	Agustus	Rp 54.978.140	37 %
	9	September	Rp 55.259.640	1 %
	10	Oktober	Rp 31.957.970	-42 %
	11	November	Rp 18.006.818	-44 %
	12	Desember	Rp 47.818.610	166 %
2006	13	Januari	Rp 88.851.130	86 %
	14	Februari	Rp 40.334.290	-55 %
	15	Maret	Rp 19.000.990	-53 %
	16	April	Rp 14.750.000	-22 %
	17	Mei	Rp 36.818.360	150 %
	18	Juni	Rp 52.723.000	43 %
	19	Juli	Rp 21.158.620	-60 %
	20	Agustus	Rp 35.675.110	69 %
	21	September	Rp 5.825.000	-84 %
	22	Oktober	Rp 50.151.810	761 %
	23	November	Rp 28.631.490	-43 %
	24	Desember	Rp 6.033.620	-79 %
2007	25	Januari	Rp 32.064.423	431 %
	26	Februari	Rp 27.939.793	-13 %
	27	Maret	Rp 19.834.610	-29 %
	28	April	Rp 39.912.655	101 %
	29	Mei	Rp 14.729.320	-63 %
	30	Juni	Rp 54.409.690	269 %
	31	Juli	Rp 29.211.330	-46 %
	32	Agustus	Rp 56.644.994	94 %



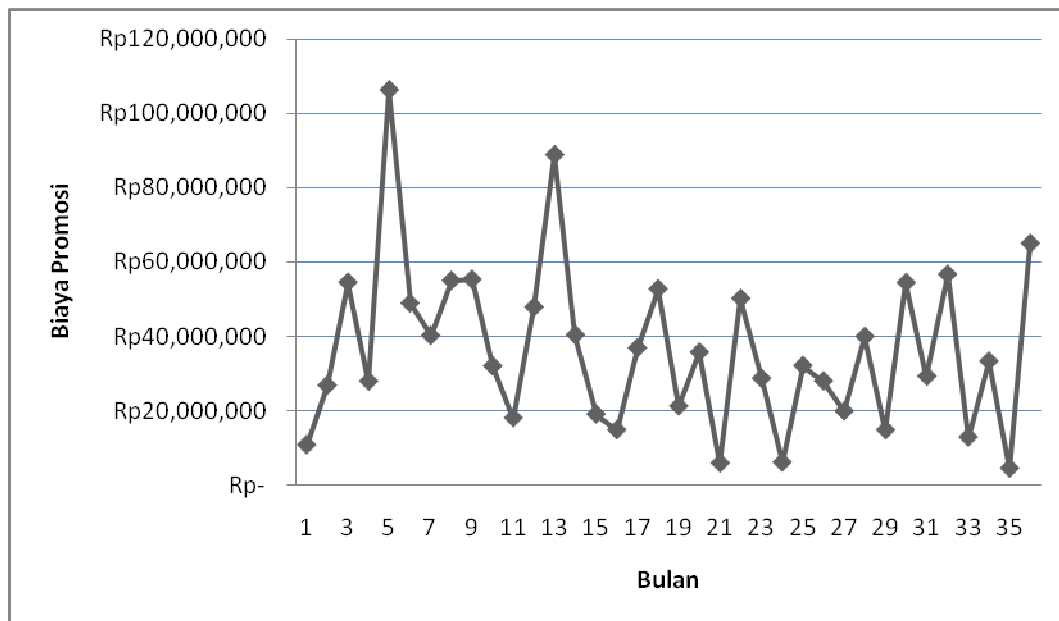
	33	September	Rp	12.800.860	-77 %
	34	Oktober	Rp	33.241.751	160 %
	35	November	Rp	4.428.580	-87 %
	36	Desember	Rp	64.969.797	1367 %

Sumber: PT Suryaputra Sarana tahun 2008, data diolah

Keterangan: Rata-rata biaya promosi : Rp 36.481.860,00  
Rata-rata perubahan biaya promosi : 93%

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa biaya promosi yang dikeluarkan PT Suryaputra Sarana secara umum mengalami fluktuatif, namun secara keseluruhan dari tahun ketahun biaya promosi yang dikeluarkan perusahaan cenderung menurun. Pengeluaran biaya promosi yang paling rendah terjadi pada bulan November tahun 2007 sebesar Rp 4.428.580,00. Hal ini disebabkan perusahaan sering kali menahan kegiatan promosi di bulan november untuk dilakukan di akhir tahun, sehingga biaya yang dikeluarkannya untuk kegiatan promosi juga kecil. Sedangkan biaya promosi tertinggi terjadi pada bulan Mei tahun 2005 sebesar Rp 106.300.245,00. Hal ini terjadi karena perusahaan mengeluarkan produk baru di tahun 2005 dan melakukan kegiatan promosi besar-besaran, sehingga diikuti dengan kenaikan biaya promosi. Rata-rata biaya promosi perbulan yang terjadi dari tahun 2005-2007 adalah sebesar Rp 36.481.860,00.

Untuk lebih jelasnya fluktuasi biaya promosi pada tahun 2005 sampai dengan tahun 2007 dapat dilihat pada gambar berikut:



**Gambar 4.2**  
**Grafik Biaya Promosi PT Suryaputra Sarana Tahun 2005-2007**

#### 4.2.2 Pendapatan Penjualan

Penjualan merupakan aktivitas perusahaan yang paling penting karena penjualan tersebut merupakan sumber pendapatan bagi perusahaan. Laba akan timbul jika pendapatan dari penjualan produk melebihi biaya-biaya yang telah dikeluarkan oleh perusahaan, sehingga faktor utama yang menentukan besar kecilnya laba yang diperoleh adalah pendapatan penjualan dan biaya.

Untuk memudahkan dalam melakukan analisa tentang perkembangan perolehan pendapatan penjualan pada PT Suryaputra Sarana maka berikut ini disajikan tabel perkembangan perolehan pendapatan penjualan sesuai dengan yang terdapat di dalam laporan keuangan terutama di dalam laporan laba rugi Suryaputra Sarana selama 36 bulan terhitung dari bulan Januari tahun 2005 sampai dengan bulan Desember 2007 adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Pendapatan Penjualan**  
**PT Suryaputra Sarana Periode 2005-2007**

Tahun	No	Bulan	Pendapatan Penjualan	Kenaikan/Penurunan dari bulan sebelumnya
2005	1	Januari	Rp 14.409.040.936	- %
	2	Februari	Rp 12.731.181.818	-12 %
	3	Maret	Rp 18.449.840.908	45 %
	4	April	Rp 20.678.500.000	12 %
	5	Mei	Rp 20.663.227.247	0 %
	6	Juni	Rp 17.505.227.255	-15 %
	7	Juli	Rp 20.592.818.178	18 %
	8	Agustus	Rp 20.628.772.709	0 %
	9	September	Rp 17.219.590.893	-17 %
	10	Oktober	Rp 8.336.590.896	-52 %
	11	November	Rp 5.462.909.103	-34 %
	12	Desember	Rp 10.400.863.642	90 %
2006	13	Januari	Rp 4.495.727.264	-57 %
	14	Februari	Rp 5.463.999.990	22 %
	15	Maret	Rp 5.745.281.904	5 %
	16	April	Rp 10.183.999.981	77 %
	17	Mei	Rp 3.175.727.269	-69 %
	18	Juni	Rp 4.895.909.091	54 %
	19	Juli	Rp 7.061.681.837	44 %
	20	Agustus	Rp 3.952.000.009	-44 %
	21	September	Rp 6.417.045.466	62 %
	22	Oktober	Rp 12.013.427.306	87 %
	23	November	Rp 4.734.818.186	-61 %
	24	Desember	Rp 14.196.181.816	200 %
2007	25	Januari	Rp 6.759.454.582	-52 %
	26	Februari	Rp 7.109.090.949	5 %
	27	Maret	Rp 9.348.909.131	32 %
	28	April	Rp 12.616.454.592	35 %
	29	Mei	Rp 13.629.681.876	8 %
	30	Juni	Rp 13.445.568.238	-1 %
	31	Juli	Rp 10.683.590.955	-21 %
	32	Agustus	Rp 15.689.318.250	47 %

	33	September	Rp	11.061.545.502	-29 %
	34	Oktober	Rp	9.675.204.585	-13 %
	35	November	Rp	17.854.445.540	85 %
	36	Desember	Rp	15.751.620.527	-12 %

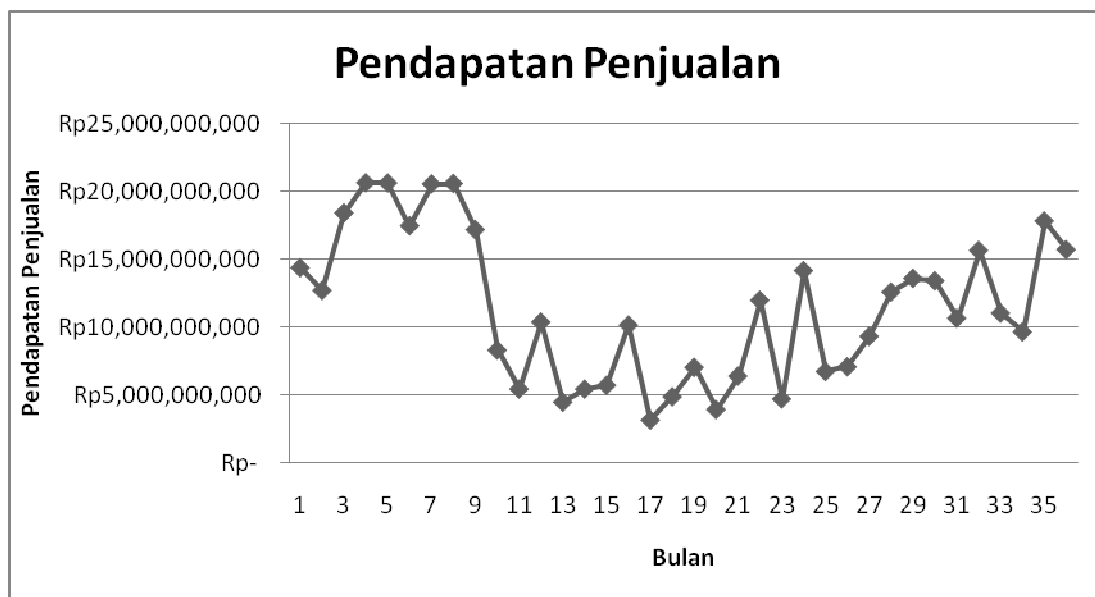
Sumber: PT Suryaputra Sarana tahun 2008, data diolah

Keterangan : Rata-rata pendapatan penjualan = Rp 11.473.312.456,42,00

Rata-rata perubahan pendapatan penjualan = 12%

Berdasarkan tabel tersebut dapat terlihat bahwa kondisi pendapatan dari penjualan mobil Mitsubishi dari bulan ke bulan mengalami fluktuasi. Rata-rata pendapatan penjualan dari tahun 2005 sampai tahun 2007 adalah sebesar Rp 11.473.312.456,42, dengan tingkat pendapatan penjualan tertinggi sebesar Rp 20.678.500.000,00 yang terjadi pada bulan April 2005, pada bulan berikutnya sampai dengan bulan Desember tahun 2007 pendapatan penjualan tidak pernah melebihi penjualan bulan April tahun 2005. Pendapatan penjualan terkecil terjadi pada bulan Januari tahun 2006 sebesar Rp 4.495.727.264,00, hal ini disebabkan konsumen cenderung telah membelanjakan uangnya ketika di akhir tahun, karena di akhir tahun sering kali banyak kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan, sehingga di awal tahun konsumen malas untuk membeli mobil baru.

Untuk memudahkan melihat bagaimana perkembangan perolehan pendapatan penjualan yang dicapai perusahaan, maka berikut ini disajikan grafik yang dapat memberikan gambaran tentang perkembangan perolehan pendapatan penjualan dari tahun 2005 hingga 2007.



**Gambar 4.3**  
**Grafik Pendapatan Penjualan PT Suryaputra Sarana Tahun 2005-2007**

### 4.3 Uji Hipotesis

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah “Biaya promosi berpengaruh positif terhadap pendapatan penjualan”. Agar dapat memperoleh gambaran yang jelas mengenai pengaruh biaya promosi terhadap pendapatan penjualan, maka dalam skripsi ini dituangkan perhitungan statistik dengan menggunakan data variabel-variabel yang telah dikemukakan di atas.. Perhitungan statistik ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana variabel-variabel yang diteliti berhubungan dan seberapa besar variabel yang satu mempengaruhi variabel lainnya. Untuk mengetahui hal tersebut, penulis mengolah data yang diperoleh dengan menggunakan metode Korelasi Product Moment dan Koefisien Determinasi. Untuk mempermudah perhitungan korelasi product moment tersebut, maka disajikan tabel perhitungan sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**PT Suryaputra Sarana**  
**Perhitungan Koefesien korelasi Variabel X dan Variabel Y**

No	Biaya Promosi x	Pendapatan Penjualan Y	X <sup>2</sup>	Y <sup>2</sup>	XY
	Rp	Rp	Rp	Rp	Rp
1	10.735.000	14.409.040.936	115.240.225.000.000	207.620.460.695.324.000.000	154.681.054.447.960.000
2	26.754.350	12.731.181.818	715.795.243.922.500	162.082.990.482.974.000.000	340.614.494.272.408.000
3	54.481.781	18.449.840.908	2.968.264.460.931.960	340.396.629.530.510.000.000	1.005.180.191.834.500.000
4	27.883.240	20.678.500.000	777.475.072.897.600	427.600.362.250.000.000.000	576.583.578.340.000.000
5	106.300.245	20.663.227.247	11.299.742.087.060.000	426.968.960.261.163.000.000	2.196.506.118.846.780.000
6	48.875.990	17.505.227.255	2.388.862.398.480.100	306.432.981.249.195.000.000	855.585.312.263.107.000
7	40.154.020	20.592.818.178	1.612.345.322.160.400	424.064.160.512.167.000.000	826.884.432.975.776.000
8	54.978.140	20.628.772.709	3.022.595.877.859.600	425.546.263.479.583.000.000	1.134.131.554.023.580.000
9	55.259.640	17.219.590.893	3.053.627.812.929.600	296.514.310.522.289.000.000	951.548.393.694.458.000
10	31.957.970	8.336.590.896	1.021.311.846.520.900	69.498.747.767.270.100.000	266.420.521.756.641.000
11	18.006.818	5.462.909.103	324.245.494.485.124	29.843.375.867.640.300.000	98.369.609.968.264.300
12	47.818.610	10.400.863.642	2.286.619.462.332.100	108.177.964.499.478.000.000	497.354.842.159.978.000
13	88.851.130	4.495.727.264	7.894.523.302.276.900	20.211.563.632.272.900.000	399.450.447.578.208.000
14	40.334.290	5.463.999.990	1.626.854.949.804.100	29.855.295.890.720.000.000	220.386.560.156.657.000
15	19.000.990	5.745.281.904	361.037.620.980.100	33.008.264.156.429.900.000	109.166.044.005.085.000
16	14.750.000	10.183.999.981	217.562.500.000.000	103.713.855.613.008.000.000	150.213.999.719.750.000
17	36.818.360	3.175.727.269	1.355.591.633.089.600	10.085.243.687.070.200.000	116.925.069.851.859.000
18	52.723.000	4.895.909.091	2.779.714.729.000.000	23.969.925.827.336.400.000	258.127.015.004.793.000

19	21.158.620	7.061.681.837	447.687.200.304.400	49.867.350.367.015.700.000	149.415.442.549.985.000
20	35.675.110	3.952.000.009	1.272.713.473.512.100	15.618.304.071.136.000.000	140.988.035.041.076.000
21	5.825.000	6.417.045.466	33.930.625.000.000	41.178.472.512.711.200.000	37.379.289.839.450.000
22	50.151.810	12.013.427.306	2.515.204.046.276.100	144.322.435.636.546.000.000	602.495.123.699.324.000
23	28.631.490	4.734.818.186	819.762.219.620.100	22.418.503.254.476.300.000	135.564.899.544.277.000
24	6.033.620	14.196.181.816	36.404.570.304.400	201.531.578.152.929.000.000	85.654.366.528.653.900
25	32.064.423	6.759.454.582	1.028.127.222.322.930	45.690.226.246.120.800.000	216.738.010.966.536.000
26	27.939.793	7.109.090.949	780.632.032.882.849	50.539.174.121.153.700.000	198.626.529.533.234.000
27	19.834.610	9.348.909.131	393.411.753.852.100	87.402.101.939.695.200.000	185.431.966.538.824.000
28	39.912.655	12.616.454.592	1.593.020.029.149.020	159.174.926.471.998.000.000	503.556.199.453.662.000
29	14.729.320	13.629.681.876	216.952.867.662.400	185.768.228.040.963.000.000	200.755.945.849.804.000
30	54.409.690	13.445.568.238	2.960.414.365.896.100	180.783.305.242.714.000.000	731.569.199.703.426.000
31	29.211.330	10.683.590.955	853.301.800.368.900	114.139.115.693.758.000.000	312.081.900.971.520.000
32	56.644.994	15.689.318.250	3.208.655.345.260.040	246.154.707.149.783.000.000	888.721.338.135.341.000
33	12.800.860	11.061.545.502	163.862.016.739.600	122.357.788.892.816.000.000	141.597.295.354.732.000
34	33.241.751	9.675.204.585	1.105.014.009.546.000	93.609.583.761.605.000.000	321.620.741.688.628.000
35	4.428.580	17.854.445.540	19.612.320.816.400	318.781.225.540.826.000.000	79.069.840.429.533.200
36	64.969.797	15.751.620.527	4.221.074.522.221.210	248.113.549.226.608.000.000	1.023.379.588.060.220.000
Σ	1.275.857.677	385.899.025.677	65.491.190.461.465.200	5.773.041.932.247.280.000.000	16.112.774.954.788.000.000

### 4.3.1 Analisis Korelasi Product Moment

Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui derajat hubungan antara variabel X dengan variabel Y yang dinyatakan dengan  $r_{xy}$ . Berdasarkan perhitungan dari tabel di atas, maka dapat diketahui nilai-nilai berikut ini:

$$\sum X = 1.313.347.027$$

$$\sum Y = 413.039.248.431$$

$$\sum X^2 = 65.491.190.461.465.200$$

$$\sum Y^2 = 5.773.041.932.247.280.000.000$$

$$\sum XY = 16.112.774.954.788.000.000$$

$$(\sum X)^2 = 1.724.880.413.329.740.000$$

$$(\sum Y)^2 = 170.601.420.744.445.000.000.000$$

Dari nilai-nilai tersebut dapat diketahui nilai koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum XiYi - (\sum Xi)(\sum Yi)}{\sqrt{(n(\sum Xi^2) - (\sum Xi)^2) \times (n(\sum Yi^2) - (\sum Yi)^2)}}$$

$$r_{xy} = \frac{36 \times 1,6112774954788 \cdot E19 - (1,313.347.027 \times 413.039.248.431)}{\sqrt{[(36 \times 65.491.190.461.465.200) - (1,72488041332974 \cdot E18)] \times [(36 \times 5,773.0419322472 \cdot E21) - 1,70601420744445 \cdot E23]}}$$

$$r_{xy} = \frac{580.059.898.372.369.000.000 - 542.463.868.961.168.000.000}{\sqrt{632.802.443.283.010.000 \times 37.228.088.816.456.900.000.000}}$$

$$r_{xy} = \frac{37.596.029.411.200.900.000}{\sqrt{23.558.025.561.810.800.000.000.000.000.000.000.000.000}}$$

$$r_{xy} = 0,244947232$$



$$r_{xy} = 0,245 \text{ (digenapkan)}$$

Nilai  $r$  sebesar 0,245 menunjukkan adanya korelasi yang rendah artinya biaya promosi mempunyai pengaruh positif terhadap pendapatan penjualan dengan tingkat hubungan yang rendah, karena berada pada daerah 0,20–0,39. Nilai positif menunjukkan adanya korelasi positif artinya setiap kenaikan jumlah biaya promosi (variabel X) akan diikuti dengan kenaikan pendapatan penjualan (variabel Y)

#### 4.3.1 Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh biaya promosi terhadap pendapatan penjualan, maka digunakan rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

$$\begin{aligned} Kd &= r^2 \times 100\% \\ &= (0,245)^2 \times 100\% \\ &= 0,60025 \times 100\% \\ &= 6,0025\% \\ &= 6\% \text{ (digenapkan)} \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan di atas menunjukkan bahwa besarnya Kd adalah 6% yang berarti bahwa perubahan pada variabel Y sebesar 6% dipengaruhi oleh perubahan pada variabel X. Dengan kata lain pendapatan penjualan dipengaruhi oleh biaya promosi sebesar 6%. Sedangkan sisanya 94% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Dengan demikian penelitian yang telah dilakukan penulis dengan hipotesis yang menyatakan bahwa "biaya promosi berpengaruh positif terhadap pendapatan penjualan" dapat diterima.

#### 4.4 Pembahasan

PT Suryaputra Sarana telah mengeluarkan biaya promosi yang berbeda-beda setiap Bulannya untuk meningkatkan penjualan. Akan tetapi apabila dibandingkan antara tabel biaya promosi dan pendapatan penjualan, kenaikan biaya promosi yang dikeluarkan PT Suryaputra Sarana sering kali tidak diikuti oleh kenaikan pendapatan penjualan. Sebaliknya penurunan biaya promosi yang dikeluarkan PT Suryaputra Sarana sering kali tidak diikuti oleh penurunan pendapatan penjualan. Hal ini menunjukkan ketidaksesuaian antara tujuan dari dikeluarkan biaya promosi.

Pengeluaran biaya promosi PT Suryaputra Sarana setiap bulannya selalu mengalami perubahan, adapun rata-rata perubahan biaya promosi yang dikeluarkan perusahaan selama 36 bulan adalah sebesar 93%. Hal ini tidak diimbangi dengan rata-rata perubahan pendapatan penjualan yang hanya meningkat sebesar 12% selama 36 bulan. Besarnya perbedaan rata-rata perubahan antara biaya promosi dan pendapatan penjualan menunjukkan bahwa biaya promosi yang dikeluarkan perusahaan masih kurang efektif. Berdasarkan hal tersebut, dapat diketahui bahwa biaya promosi berpengaruh amat kecil terhadap pendapatan penjualan. Oleh karena itu, perusahaan sebaiknya menekan biaya promosi agar

biaya promosi yang dikeluarkan perusahaan tidak membebankan perusahaan, melainkan meningkatkan laba.

Berdasarkan hasil perhitungan dan pengujian hipotesis menunjukkan bahwa biaya promosi berkorelasi positif terhadap Pendapatan penjualan pada PT Suryaputra Sarana. Hal tersebut terbukti dengan nilai koefisien korelasi ( $r$ ) sebesar 0,245. Nilai  $r$  tersebut menunjukkan tingkat hubungan antara biaya promosi dengan pendapatan penjualan adalah rendah. Nilai positif menunjukkan adanya korelasi positif dan searah artinya setiap kenaikan jumlah biaya promosi akan menyebabkan kenaikan pendapatan penjualan. Sebaliknya, penurunan biaya promosi akan menyebabkan penurunan pendapatan penjualan.

Besarnya pengaruh biaya promosi terhadap pendapatan penjualan ditunjukkan oleh koefisien determinasi sebesar 6%. Hal ini berarti varian yang terjadi pada variabel pendapatan penjualan sebesar 6% ditentukan oleh varian yang terjadi pada variabel biaya promosi, atau dapat juga berarti pendapatan penjualan yang dicapai pada PT Suryaputra Sarana dipengaruhi oleh biaya promosi sebesar 6% sedangkan sisanya sebesar 94% pendapatan penjualan mobil Mitsubishi PT Suryaputra Sarana ditentukan faktor lain, seperti persaingan antar perusahaan penjual produk sejenis, kualitas pelayanan, selera konsumen, dan perekonomian.

Berdasarkan hasil wawancara, perolehan pendapatan penjualan yang paling banyak berasal dari jenis FE 119 (mobil truk). Umumnya konsumen mobil truk dari kalangan pengusaha, dimana konsumen membeli mobil truk dengan

tujuan untuk dijadikan sebagai fasilitas pendukung kegiatan usahanya. Oleh karena itu, tanpa dilakukan promosi yang besar, konsumen tetap membeli mobil truk karena sifatnya sudah menjadi kebutuhan yang harus dipenuhi oleh konsumen. Oleh sebab itu, Rendahnya pengaruh biaya promosi terhadap pendapatan penjualan bisa jadi karena hal tersebut.

Di lain pihak, biaya promosi yang dikeluarkan oleh perusahaan tidak begitu besar dibandingkan dengan biaya pemasaran lainnya. PT Suryaputra Sarana tampaknya tidak terlalu mengutamakan promosi sebagai salah satu aktivitas untuk meningkatkan pendapatan penjualan. Hal tersebut dikarenakan perusahaan ini sudah merasa memiliki pelanggan yang cukup.

