

---

---

## Pengaruh Promosi terhadap Peningkatan Penjualan Motor pada Dealer Raja Jaya Motor Maumere

Maria Rande<sup>1</sup>, Nurdin H Abd Rahman S<sup>2</sup>, Nur Chotimah<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Ekonomi, IKIP Muhammadiyah Maumere  
e-mail: mariarande1995@gmail.com

<sup>2</sup> Ekonomi, IKIP Muhammadiyah Maumere  
e-mail: nurdinrahman811@gmail.com

<sup>3</sup> Ekonomi, IKIP Muhammadiyah Maumere  
e-mail: nur.chotimah@gmail.com

### **Abstract**

*This study aims to find the effect of promotion on increasing motorcycle sales at the Raja Jaya Motor Maumere dealer. This research was conducted at the raja jaya motor Maumere motorcycle dealer from to march 2022. The population in this study were consumers at the raja jaya Maumere motorcycle dealer in february 2021, totaling 100 people. I with a sample of 50 people and using random sampling technique. The data analysis technique used is simple linear regreesionanalysis. Testing the data using the normality test and the coefficient of determination test using SPSS version 23. The results of this study show that promotion has a positive and significant effect on increasing honda motorcycle sales at the raja jaya motor Maumere dealership by 43,5% and the remaining 56,5% influenced by other factors not investiated in this study.*

**Keywords:** Promotion, Sales Increase

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan pengaruh antara promosi terhadap peningkatan penjualan motor pada dealer raja jaya motor Maumere. Penelitian ini dilakukan di dealer motor raja jaya Maumere pada bulan februari sampai bulan maret tahun 2022. Populasi dalaam penelitian ini merupakan kosumen pada dealer raja jaya motor Maumere pada bulan februari Tahun 2021 yang berjumlah 100 orang. dengan jumlah sampel 50 orang dan menggunakan teknik random sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana. Pengujian data menggunakan uji normalitas dan uji koefisin determinasi menggunakan SPSS versi 23. Hasil penelitian ini menunjukkan promosi berpengaruh positif dan signifikasi terhadap peningkatan penjualan motor honda pada dealer raja jaya motor Maumere sebesar 43,5% dan sisanya 56,5%. Dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diselidiki dalam penelitian ini.

**Kata kunci :** Promosi, Peningkatan Penjualan

## PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi mendorong perkembangan bisnis otomotif yang semakin pesat. Hal ini ditandai dengan banyaknya dealer-dealer motor baru yang muncul di Indonesia. Adanya impor motor, di Indonesia juga merupakan salah satu bentuk perkembangan bisnis otomotif sehingga menuntut perusahaan untuk melakukan persaingan yang sangat ketat. Maka dari itu dituntut perusahaan melakukan kegiatan bauran strategi pemasaran dengan benar.

Tugas pengusaha adalah menggaet pelanggan sebanyak mungkin, baik pelanggan yang baru atau pelanggan dari produk lain (Kasmir, 2011: 279). Disinilah tugas dari manajemen yaitu untuk meningkatkan volume penjualan, karena manajemen beranggapan bahwa perusahaan perlu mengadakan kegiatan penjualan dan promosi yang gencar. Tujuannya adalah agar perusahaan mengetahui keunggulan pesaing dalam bidang serta di mana letak kelemahan pesaing, perusahaan dapat dengan mudah melakukan berbagai serangan terhadap kelemahan pesaing dan berusaha untuk bertahan jika suatu waktu terjadi serangan balik (Kasmir, 2011 : 279).

Kebutuhan untuk memformulasikan strategi biasanya muncul sebagai respons terhadap ancaman yang diterima (misalnya, serangan dari pesaing, pergeseran selera konsumen, atau peraturan pemerintah yang baru) atau berbagai kesempatan lainnya. Selanjutnya perusahaan hendaknya menyadari bahwa dengan adanya persaingan sangat sulit bagi perusahaan untuk lebih unggul serta membangun kepercayaan kepada konsumen untuk mencapai produknya, demikian pula sebaliknya sangat mudah untuk kehilangan kepercayaan perusahaan tersebut. Sebuah perusahaan harus terus-menerus memantau strategi pesaing. samping itu, perusahaan harus mampu mengomunikasikan keberadaan dan kelebihan produk dibandingkan dengan produk lainnya dari pesaing. Perusahaan harus pandai menarik minat dan merayu konsumen untuk membeli dan mengkomsumsi produk yang ditawarkan melalui berbagai strategi pemasaran yang baik (Kasmir, 2011 : 278).

---

Strategi pemasaran merupakan ujung tombak untuk meraih konsumen sebanyak- banyaknya. Dalam sebuah perusahaan harus terdapat sumber daya manusia yang berkualitas dan memadai. Karena sumber daya manusia yang baik dapat menentukan kearah mana tujuan dari sebuah perusahaan harus dijalankan, dan akan bisa menentukan kebijakan-kebijakan yang akan digunakan dalam mencapai target perusahaan. strategi yang tepat, seluruh sumber daya perusahaan dikerahkan menjadi kekuatan yang luar biasa besarnya untuk diarahkan kepada pencapaian visi perusahaan sehingga menjadikan ketercapaian visi. Di samping itu, tujuan strategi pemasaran juga digunakan untuk menjatuhkan lawan, atau menghadapi serangan pesaing yang ada dan yang akan masuk di pasar (Kasmir, 2011 : 186).

kegiatan ini disetiap perusahaan berusaha mempromosikan produk atau jasa yang dimilikinya, baik langsung maupun tidak langsung. Mengingat betapa pentingnya citra produk yang baik dan bermutu dimata konsumen, promosi merupakan kegiatan yang tidak dapat ditawar lagi. Perlu dilakukan promosi secara rutin, terencana, gencar, baik berskala lokal, regional, maupun internasional. Untuk itu promosi merupakan sarana paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Setidaknya ada empat sarana promosi yang dapat digunakan pengusaha dalam mempromosikan produk maupun jasanya (Saefullah, 2011 : 246-247). Raja Jaya Motor Maumere merupakan salah satu usaha yang berbentuk dealer motor yang berusaha merebut hati konsumennya demi mencapai tujuan perusahaan, sehingga dapat mencapai target penjualan yang telah ditetapkan oleh perusahaan dealer raja jaya motor Maumere. Dealer raja jaya motor Maumere adalah dealer resmi yang melayani penjualan motor saja. Besarnya volume penjualan perusahaan merupakan faktor penentu keberhasilan atau ketidak berhasilan perusahaan. Adanya persaingan membuat dealer Raja Jaya Motor Maumere kalah saing, dibandingkan dengan pilih dealer Raja Jaya Motor Maumere karena omset penjualannya yang menurun, dan dealer yang dipilih adalah dealer

---

Raja Jaya Motor Maumere karena dealer ini yang paling besar yang ada di Maumere.

Dealer Raja Jaya Motor Maumere menjual berbagai jenis motor di antaranya berbagai jenis motor di antaranya *Motor New Beat CBS, Revo FIT FI, New Beat CBS ISS, New Beat CBS ISS Deluxe, Scoopy Sporty MMC, Scoopy Fashion MMC, Scoopy Prestige MMC, Scoopy Stylish MMC, Vario 125 CBS, Vario 125 CBS ISS, dan Vario 150*. Dari semua jenis motor tersebut memiliki kelebihan masing-masing, fungsi dan kegunaan yang berbeda, sehingga dapat di sesuaikan dengan kebutuhan konsumen. hasil wawancara yang dilakukan bersama manajer dealer Raja Jaya Motor Maumere dapat disimpulkan bahwa promosi yang dilakukan masih belum maksimal, seperti belum melakukan penyebaran brosur, mensponsori acara amal, memasang iklan di surat kabar dll, sehingga memiliki dampak pada penjualan motor tersebut karena adanya produk pesaing dengan model terbaru, berinovasi dan harganya sangat bersaing. Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau pengguna produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Konsep penjualan menyatakan bahwa konsumen akan membeli produk jika perusahaan melakukan promosi dan penjualan yang menonjol (Rivai, 2013 : 212).

Buchari Alma (2014 : 200) di dalam pemasaran, yang diibaratkan sebagai suatu medan tempur bagi para produsen, dan para pedagang, maka perlu sekali ditetapkan strategi, bagaimana memenangkan peperangan. Banyak lawan dihadapi dalam medan pasar, namun lawan-lawan dalam medan pasar ini, tidak boleh dimatikan, sebagaimana halnya musuh dalam perang militer. Dari kutipan diatas dapat dilihat bahwa sebuah strategi dalam pemasaran itu sangatlah penting, apalagi dalam sebuah pemasaran yang diibaratkan sebagai sebuah medan tempur, yang banyak musuh atau pesaingnya. Sehingga untuk menang dalam pertempuran

tersebut atau menang dalam menghadapi saingan bagi sebuah perusahaan atau pasar perlu penggunaan strategi yang tepat. promosi merupakan salah satu strategi yang dapat melakukan untuk meningkatkan penjualan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif, digunakan untuk menguji populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data dengan menggunakan alat penelitian, data analitik bersifat kuantitatif atau statistik, untuk tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan, secara deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, kusioner (angket) Penyebaran kusioner digunakan untuk mendapatkan informasi kuantitatif yang terdiri dari faktor otonom dan faktor penentu. Mengenai strategi estimasi yang menggunakan skala Likert, Sampel berjumlah 50 responden, penulis mengambil sampel secara random sampling. Pada penelitian ini, dalam menentukan jumlah sampel minimal yang diambil menggunakan pendekatan slovin. Objek penelitian ini adalah dealer raja jaya motor Maumere, dan subjeknya yaitu konsumen pada dealer raja jaya motor Maumere pada bulan februari tahun 2021 yang berjumlah 100 orang.

## Kerangka Pikir Penelitian



**Gambar 1** : Kerangka Berpikir

## Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang dimaksud untuk menjawab permasalahan yang ada.

Hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah:

$H_0$  : Promosi tidak berpengaruh terhadap peningkatan penjualan

$H_1$  : Promosi berpengaruh terhadap peningkatan penjualan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Persyaratan Analisis

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas data variabel menggunakan program *SPSS for windows* seri 23 dengan rumus *kolmogrov-smirnov* dengan kriteria pengujian jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka data berdistribusi normal, sedangkan jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka data berdistribusi tidak normal. Berikut adalah tabel uji normalitas:

**Tabel 1 : Uji Normalitas**

Signifikasi	Keterangan
0,150	Normal

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan menggunakan *SPSS Statistic* 23.0 nilai signifikansi sebesar  $0,150 > 0,05$  maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normal *kolmogrov-smirnov* di atas dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

#### 2. Uji Linieritas

Uji linieritas ini berbantuan program *SPSS for windows* seri 23. kriteria pengujian linieritasnya yaitu apabila harga signifikansi  $< 0,05$  maka kedua variabel (independent dan dependent) mempunyai hubungan yang linear. Sebaliknya apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  maka kedua variabel (independent dan dependent) tersebut tidak linear. Berikut tabel hasil uji linearitas :

**Tabel 2 : Uji Linieritas**

Variabel	Signifikasi	Keterangan
Promosi	0,000	linear

Berdasarkan tabel diatas nilai signifikan untuk variabel berdasarkan promosi dengan peningkatan penjualan yaitu  $0,000 < 0,05$ . maka disimpulkan bahwa ada hubungan linier secara signifikan antara variabel promosi (X) dengan peningkatan penjualan (Y).

### 3. Uji Homogenitas

Tabel 3 : Uji Homogenitas

Signifikan	Keterangan
0,103	Homogen

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah beberapa varian populasi adalah sama atau tidak. Berdasarkan pengujian menggunakan software SPSS versi 23.0, hasil uji homogenitas nilai signifikan adalah 0,103 Karena nilai sig. 0,103 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel promosi dan peningkatan penjualan adalah Homogen.

#### Analisis Data

##### 1. Regresi linier sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menguji sifat hubungan sebab akibat /pengaruh antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan analisis linier sederhana dengan bantuan program *IBM SPSS Statistics 23.0* pengaruh promosi terhadap peningkatan penjualan motor pada dealer jaya jaya motor Maumere dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4 : Analisis Regresi Linear Sederhana

Variabel	Konstanta	Koefisien
Promosi	11,024	0,558

Sumber: *Output IBM SPSS Statistics 23.0*

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan program *IBM SPSS Statistics 23.0*, diketahui nilai konstant ( $\alpha$ ) sebesar 11,024 sedangkan nilai promosi ( $\beta$ /koefisien regresi) sebesar 0,558, sehingga persamaan regresinya dapat ditulis :

$$Y = \alpha + \beta X$$

$$Y = 11,024 + 0,558X$$

$$\text{Peningkatan Penjualan} = 11,024 + 0,558 (\text{Promosi})$$

Berdasarkan persamaan regresi sederhana di atas konstanta sebesar 11.024 yang berarti bahwa nilai koefisien variabel peningkatan penjualan (Y) motor honda ialah sebesar 11,024. Koefisien regresi promosi (X) sebesar 0,558 menyatakan bahwa setiap peningkatan pada promosi (X) motor honda sebesar satau satuan, maka peningkatan penjualan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,558. Koefisien regresi sederhana bernilai positif, sehingga dapat diartikan bahwa arah pengaruh variabel promosi (X) terhadap variabel peningkatan penjualan (Y) merupakan positif yang artinya mempunyai pengaruh searah yang bermakna, semakin baik kualitas promosi yang dilakukan maka semakin meningkat penjualan motor di dealer raja jaya motor Maumere.

## 2. Uji Signifikan (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial berpengaruh atau tidak terhadap variabel dependen. Derajat signifikansi yang digunakan adalah 0,05. Uji t (*coefficient*) akan dapat menunjukkan pengaruh masing-masing variabel independen (secara parsial) terhadap variabel.

Hipotesis yang digunakan ialah:

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh promosi (X) terhadap peningkatan penjualan (Y) motor honda pada dealer motor Maumere.

$H_1$  : Terdapat pengaruh antara promosi (X) terhadap peningkatan penjualan (Y) motor honda pada dealer motor Maumere.

Hasil dari uji t dapat dilihat dari *output SPSS 23.0* pada Tabel koefisien regresi seperti yang ditunjukkan pada Tabel 4.15 berikut:

**Tabel 5 : Uji t**

Variabel	Koefisien	R	R <sup>2</sup>	t <sub>hitung</sub>	t <sub>tabel</sub>	Sig	Keterangan
Promosi	0,660	0,558	0,092	6,083	2,491	0,000	Terdapat Pengaruh

Berdasarkan hasil uji pariasial (uji t) denagn menggunakan program *IBM SPSS Statistic 23.0* diperoleh nilai t<sub>hitung</sub> promosi (X) sebesar dengan nilai pobabilitas (sig) = 0,000. Nilai t<sub>hitung</sub> (6,083) > t<sub>tabel</sub> ( 2,491), dan nilai sig. < dari nilai probabilitas 0,05. nilai 0,000 < 0,05, artinya bahwa promosi (X) berpengaruh positif terhadap peningkatan pejualan motor pada dealer raja jaya Maumere, jadi kesimpulannya H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima.

### 3. Koefisien Determinasi

Perhitungan koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar atau kuatnya pengaruh dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Perhitungan Koefisien determinasi dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 23.0 dengan melihat besarnya R square. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 4.16 dibawah ini:

**Tabel 6 : Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Variabel	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
Promosi	0,670 <sup>a</sup>	0,435	0,423	2,151

Sumber : output SPSS 23.0

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diatas diperoleh besarnya koefisien determinasi (*R Square*) yang diperoleh sebesar 0,435. Ini berarti besarnya nilai koefisien determinasi dari variabel independen yaitu promosi (X) sebesar 43,5% promosi dipengaruhi oleh peningkatan penjualan (Y). sedangkan sisanya yaitu 56,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil perhitungan uji T, diperoleh nilai koefisien regresi bernilai positif dan nilai signifikansi untuk promosi adalah  $\alpha=0,00 < 0,05$  menandakan bahwa promosi (X) mempunyai pengaruh signifikansi terhadap peningkatan penjualan (Y). Hasil uji t dari hasil uji hipotesis diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $6,083 > t_{tabel} 2,491$  dan nilai signifikansi sebesar 0,000 pada tingkat signifikansi 0,05 sehingga  $0,000 < 0,05$  maka  $h_0$  ditolak dan  $h_1$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikansi dari promosi (X) terhadap peningkatan penjualan (Y) motor honda pada dealer motor Maumere. Sedangkan, berdasarkan uji koefisien determinasi promosi (X) berpengaruh signifikansi terhadap peningkatan penjualan (Y). motor honda pada dealer motor Maumere besar pengaruh promosi (X) adalah sebesar 43,3%.

## DAFTAR RUJUKAN

- Alma, Buchari. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabet
- Kasmir, (2011). *Kewirausahaan*. Jakarta : Raja Wali Pers
- Rivai, Veithzal (2013). *Islamic Marketing*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama
- Saefullah Asep, Sudaryono, Sunarya Abas (2011). *Kewirausahaan*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Saputra, Susilo (2013). *Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Sepeda Motor Merek Yamaha pada PD Panca Motor Palembang*.
- Sugiono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung Alfabeta
- Sugiono.(2004). *Metode Penelitian Bisnis (Cetakan ketujuh)* .Alfabeta: Bandung.
- Sunyoto. Danang (2012). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Yogyakarta: caps.