

PENGARUH TINGKAT BUNGA (*Interest Rate*) TERHADAP PERTUMBUHAN PENJUALAN (*Net Sales Growth*) MOTOR MERK YAMAHA VIXION PADA CV THAMRIN BROTHERS CABANG CURUP

Paddery¹
Feri²
Inez Ramadani³

Politeknik Raflesia
paddery@gmail.com
feri@gmail.com
inezramadani@gmail.com

Abstract– The purpose of this study was to determine the effect of interest rate on sales growth (Net Sales Growth) of Yamaha Vixion Brand Motorcycle at CV Thamrin Brothers, Curup Branch. The analysis used in this study was quantitative analysis method and qualitative analysis. The estimation in regression analysis shows that there is a negative influence between the Interest Rate on Sales Growth (Net Sales Growth) for Yamaha Vixion Brand Motorcycles at CV Thamrin Brothers, Curup Branch, meaning that if the interest rate increases it will be followed by a decrease in sales volume growth. The results of hypothesis testing indicate that there is a significant influence between the Interest Rate on Net Sales Growth for Yamaha Vixion Brand Motorcycles at CV Thamrin Brothers, Curup Branch, this is indicated by the t-count value which is greater than t-table and the hypothesis research is acceptable.

Keywords: Interest Rate, Sales

1. PENDAHULUAN

Persaingan bisnis yang semakin ketat saat ini menuntut setiap perusahaan untuk selalu bersaing dalam menarik konsumen. Para pengusaha sebagai produsen harus saling berlomba untuk mencari faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih suatu produk dan menyusun strategi pemasaran yang tepat sehingga dapat mendominasi pasar yang ada. Salah satu tujuan kegiatan pemasaran adalah berusaha mempengaruhi konsumen agar membeli produk yang ditawarkan, artinya pemahaman terhadap perilaku konsumen merupakan salah satu faktor yang diperlukan untuk menyusun strategi pemasaran. Keberhasilan pemasaran ditentukan oleh bagaimana pemasar memahami keadaan pasar dan merumuskan strategi pemasaran yang harus ditetapkan.

Strategi disini berupa strategi optimal dari unsur-unsur bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu produk, harga, promosi, dan di distribusi. Salah satu komponen dari bauran pemasaran yang digunakan adalah promosi, dimana salah satu tujuan dari bauran pemasaran yang digunakan adalah promosi, dimana salah satu tujuan promosi adalah untuk menjembatani komunikasi antara produsen dan konsumen, diantaranya mengenai permintaan dan penawaran (Swasta. 2001:48).

Promosi adalah sarana pemikat konsumen dalam melakukan kegiatan pembelian produk diharapkan dapat mendorong permintaan konsumen. Menurut Kotler (2009 : 648) bahwa salah satu alat utama adalah bauran promosi yaitu *advertising, personal selling,*

publicity dan *sales promotion*. *Advertising* (periklanan) merupakan salah satu alat promosi yang digunakan perusahaan untuk mengarahkan komunikasi persuasif pada konsumen potensial dan masyarakat. Iklan harus dirancang dengan baik untuk memenuhi fungsi utamanya, yaitu penyampaian informasi dan mempengaruhi sifat audiens sasaran, suatu pesan iklan dianggap efektif jika dapat menarik perhatian, mempertahankan ketertarikan, membangkitkan dan menggerakkan tindakan.

Kepemilikan kendaraan bermotor saat ini sudah menjadi kebutuhan masyarakat untuk membuat efisiensi dalam pembelanjaan mereka. Kenaikan harga bahan bakar minyak (BBM) setiap saat membuat biaya transportasi juga semakin meningkat. Semakin meningkatnya biaya transportasi menyebabkan harga-harga kebutuhan lainnya juga meningkat. Salah satu cara untuk dapat menekan biaya transportasi adalah dengan memiliki kendaraan sendiri terutama kendaraan bermotor. Namun kepemilikan kendaraan bermotor tidaklah mudah, mengingat harga kendaraan yang tinggi. Oleh karena itu kehadiran lembaga keuangan bank maupun non bank dapat membantu mengatasi masalah tersebut. Banyaknya kehadiran lembaga keuangan pada setiap Dealer sepeda motor yang menawarkan pembelian secara kredit untuk kendaraan bermotor membuat konsumen menjadi sulit untuk menentukan pilihan.. Persaingan diantara lembaga keuangan tersebut semakin ketat dengan menawarkan berbagai program promosi yang menawarkan pembelian secara kredit dengan tingkat bunga tertentu, yang tentu saja juga semakin memanjakan konsumen dengan fasilitas yang diberikan oleh lembaga tersebut yang pada akhirnya menciptakan penjualan yang bervariasi pada setiap Dealer penjualan kendaraan bermotor.

Salah satu perusahaan yang bergerak pada bidang Dealer sepeda motor khususnya penjualan motor merek Yamaha adalah CV. Thamrin Brothers Cabang Curup. Aktivitas pada CV. Thamrin Brothers Cabang Curup meliputi pemasaran, penjualan, service dan pembiayaan sepeda motor khususnya sepeda motor merek Yamaha dan salah satu produk unggulan dan sangat diminati oleh konsumen khususnya untuk wilayah Kota Curup dan Kabupaten Rejang Lebong pada umumnya adalah sepeda motor merek Yamaha Vixion. Ketatnya persaingan pada motor sejenis dengan merek lain yang mempunyai kualitas dan harga yang tidak jauh berbeda menuntut penerapan berbagai strategi dalam menarik minat konsumen. Salah satu strategi dalam meningkatkan jumlah konsumen maka CV. Thamrin Brothers Cabang Curup melakukan strategi khususnya pada penjualan kredit dengan cara memberikan pilihan bunga terhadap pembelian sepeda motor, khusus untuk sepeda motor Jenis Yamaha Vixion melalui berbagai perusahaan pembiayaan (*leasing*) yang terdapat di Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong seperti *Summit Oto Finance, Wom Finance, Bussan Auto Finance* dan perusahaan pembiayaan sepeda motor lainnya. Berikut data Penjualan Yamaha Vixion pada CV. Thamrin Brothers Cabang Curup dari Bulan Maret 2021 sampai dengan Bulan Desember 2021 :

Tabel 1.1. CV. Thamrin Brothers Cabang Curup Data Penjualan Motor Vixion Bulan Maret 2019 – Desember 2019

Bulan	Penjualan (Rp)	Kenaikan/Penurunan (%)
Maret	1,298,190,000	
April	1,947,830,000	33.4
Mei	1,421,360,000	-37.0
Juni	2,133,130,000	33.4
Juli	1,628,460,000	-31.0
Agustus	2,443,780,000	33.4
September	1,855,180,000	-31.7
Oktober	2,783,860,000	33.4
November	2,185,450,000	-27.4
Desember	3,278,720,000	33.3

Sumber : CV. Thamrin Brothers Cabang Curup Tahun 2021

Berdasarkan data pada tabel di atas terlihat bahwa selama Bulan Maret sampai dengan Bulan Desember Tahun 2019, terlihat bahwa tingkat penjualan mengalami fluktuasi atau kenaikan dan penurunan, salah satu penyebabnya adalah tingkat bunga kredit yang diterapkan oleh perusahaan, disamping faktor lain seperti faktor musiman, harga dan produk substitusi.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian survey. Jenis data yang akan terkumpul dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan data ordinal. Sejalan dengan tujuan penelitian ini, yaitu untuk mengetahui pengaruh advertisting terhadap penjualan motor Honda secara kredit pada PT. FIF POS Curup serta tanggapan konsumen terhadap advertisting yang telah dilakukan oleh PT. FIF POS Curup, dengan bantuan statistic untuk mengolah data yang terkumpul. Data hasil tabulasi ditearapkan pada pendekatan penelitian yang digunakan sesuai dengan tujuan peneliti. Adapun alat analisis yang digunakan adalah software for windows SPSS 16.

Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang digunakan melalui perhitungan analisis regresi untuk kedua variabel tersebut. Analisis regresi digunakan untuk mengetahui jenis hubungan antar variabel-variabel yang diteliti sedangkan analisis korelasi digunakan untuk mengetahui derajat hubungan antar variabel yang diteliti (Sugiono, 2006:149).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 4.1 Regresi Sederhana

n	JML PELANGGAN AKTIF (X)	PENJUALAN (Y)	Nilai Residual (e)	X ²	XY	Y ²
1	468	1191	(733)	219,024	557,388	1,418,481
2	872	1787	(137)	760,384	1,558,264	3,193,369
3	582	1304	(620)	338,724	758,928	1,700,416
4	872	1957	33	760,384	1,706,504	3,826,849
5	772	1494	(430)	595,984	1,153,368	2,232,036
6	1157	2242	318	1,338,649	2,593,994	5,026,564
7	980	1702	(222)	980,400	1,667,960	2,896,804
8	1469	2554	630	2,157,524	3,751,826	6,522,916
9	1282	2005	81	1,643,524	2,570,410	4,020,025
10	1924	3008	1,084	3,701,776	5,787,392	9,048,064
S	10,378	19,244	-	12,476,810	22,106,034	39,888,524
Rata-rata	1,924					

Sumber: Data Terolah,2021

1. Regresi Sederhana

$$\begin{aligned}
 Y &= a + bX \\
 b &= \frac{nXY - X.Y}{nX^2 - (X)^2} \\
 &= 10 \frac{(22,106,034) - (10,378)(19,244)}{(12,476,810) - (10,378)^2} \\
 &= \frac{221,060,40 - 19,714,232}{21,346,108} \\
 &= \frac{124,768,100 - 1,310,12}{21,346,108} \\
 &= \frac{17,065,216}{17,065,216} \\
 &= 1,2509
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 a &= \frac{Y - bX}{n} \\
 &= \frac{12,981,37}{6.262,63} \\
 &= 626,2628488
 \end{aligned}$$

Dengan demikian persamaan regresi yang di dapat adalah
 $Y = 1,2509 - 626,2628488$

2. Uji t

Menggunakan t hitung

$$t_0 = \frac{b}{S_b}$$

$$\text{Standar error} = \sqrt{\frac{1}{n-2} \left(\sum y^2 - b^2 \sum x^2 \right)}$$

$$S_b = \frac{\text{standar error}}{\sqrt{\sum x^2}}$$

sebelumnya dicari dahulu nilai x^2 , b dan y^2 dengan menggunakan rumus

$$\sum \frac{x^2}{N} = \frac{(\sum X^2) - (\sum X)^2}{N}$$

$$\begin{aligned} &= 12,476,810 - 107702,884/10 \\ &= 24.348.952.053 - 10770288,4 \\ &= 1,706,522 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \sum y^2 &= \left(\sum Y^2 \right) - \frac{(\sum Y)^2}{N} \\ &= 39,888,524 - \frac{370,331,536}{10} \\ &= 39,888,524 - 37,033,153.6 \\ &= 2,855,370 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \sum xy &= \sum XY - \frac{\sum X \sum Y}{N} \\ &= 22,106,034 - 199,714,232/10 \\ &= 22,106,034 - 19,971,423.2 \\ &= 2,134,611 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} b &= \frac{\sum XY}{\sum X^2} \\ &= \frac{2,134,611}{1,706,522} \\ &= 1,2509 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} t \text{ tabel} &= \frac{\alpha}{2} df (n-2) \\ &= \frac{0,1}{2} df (6-2) \\ &= 0,05 df(4) \\ &= \mathbf{2.132} \end{aligned}$$

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka kesimpulan yang dapat dirumuskan adalah Dari hasil olah data yang telah dilakukan dengan menggunakan teknis analisis regresi sederhana, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 626,2628488 + 1,2509 + x$. Persamaan di atas menunjukkan bahwa pelanggan aktif berpengaruh terhadap penjualan sepeda motor honda secara kredit pada PT. FIF Pos Curup

Dalam rangka untuk meningkatkan terlaksananya system order manajemen pada PT FIF maka penulis menyarankan agar lebih sering di ada kan nya, pelatihan-pelatihan kepada semua karyawan yg berpengaruh pada kelancaran order manajemen, sehingga karyawan

benar-benar mengerti tentang apa yang menjadi tugas dan tanggung jawab nya dan paham bagaimana case flow proses order manajemen, dan dapat meningkatkan service PT FIF kepada konsumennya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. (2010). Kamus besar Bahasa Indonesia. Balai Pustaka
- Hongren T Charles. (2013). *Akuntansi Biaya dengan penekanan Manajerial*. Jakarta : Salemba Empat
- Hansen, Mowen. (2012). *Management Accounting*. Jakarta : Salemba Empat.
- Harahap, Syafri, Sofyan. (2010). *Teori Akuntansi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Simamora, Henry. (2012). *Akuntansi Bisnis Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Salemba Empat
- Tjiptono, Fandy. (2010). *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta : Andi