



<http://jurnal.usahid.ac.id/index.php/accounting>

Pengaruh Keterampilan Menjual dan Kelengkapan Produk terhadap Omzet Penjualan Tanaman Hias

Dedy Wahyudi¹, Arry Rahayunianto², Farida Farida³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara keterampilan menjual dan kelengkapan produk terhadap omzet penjualan pada pedagang tanaman hias di Jalan Cipayung Raya Depok. Sampel penelitian sebanyak 32 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah total sampling. Data dikumpulkan menggunakan metode survei melalui angket yang diisi oleh responden. Hasil penelitian dengan menggunakan uji t diketahui bahwa keterampilan menjual dan kelengkapan produk berpengaruh secara signifikan terhadap omzet penjualan, sedangkan keterampilan menjual menunjukkan variabel yang dominan dalam mempengaruhi omzet penjualan. Adapun variabel keterampilan menjual dan kelengkapan produk berpengaruh secara simultan terhadap omzet penjualan.

Kata kunci: keterampilan menjual, kelengkapan produk, omzet penjualan.

Abstract

This study aims to determine the effect of selling skills and product completeness on sales turnover at ornamental plant traders on Jalan Cipayung Raya Depok. The research sample was 32 respondents. The sampling technique used is total sampling. Data was collected using a survey method through a questionnaire filled out by the respondents. The results of the study using the t-test showed that selling skills and product completeness had a significant effect on sales turnover, while selling skills showed the dominant variables in influencing sales turnover. While the variables of selling skills and product completeness have a simultaneous influence on sales turnover.

Keywords: selling skills, product completeness, sales turnover.

^{1,3}Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Sahid
dedy4r@yahoo.com

²Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Sahid

PENDAHULUAN

Usaha tanaman hias merupakan usaha yang tetap eksis, bahkan semakin berkembang di masa pandemi ini, hal tersebut dikarenakan tanaman hias memiliki nilai manfaat bagi manusia, yaitu nilai estetika dan eksotika, ini merupakan nilai yang tidak ada habisnya. Kejenuhan akibat keterbatasan aktivitas di masa pandemi membuat masyarakat beralih pada kegiatan merawat tanaman hias. Tren yang semakin berkembang membuat harga dari tanaman hias pun ikut melonjak tajam. Tren seperti inilah yang perlu dipahami bagi para pelaku bisnis tanaman hias. Tanaman hias adalah tanaman segala jenis baik itu tanaman semak, tanaman merambat, tanaman perdu, tanaman ternak ataupun pohon besar. Dengan catatan tanaman tersebut sengaja dapat ditanam manusia untuk kebutuhan tertentu. Untuk koleksi tanaman hias yang banyak diminati masyarakat saat pandemi Covid-19 antara lain: Kaktus Mini, Aglonema, Calathea Ornata, Daun Bahagia, Bunga Walisongo (Mantrasukabumi.com, 2021)

Mencermati fenomena tersebut maka banyak para pengusaha tanaman hias saat ini khususnya di Jalan Raya Cipayung kota Depok bermunculan dan menjamur serta memiliki prospek yang baik untuk dikembangkan penjualan serta pemasarannya yang dapat menjadi sumber pendapatan utama bagi para pedagang tanaman hias tersebut.

Dalam penelitian ini dilakukan survei awal terhadap lima pedagang tanaman hias yang terletak di Jalan Raya Cipayung Kota Depok, pilihan lima pedagang tanaman hias tersebut dikarenakan informasi yang diperoleh melalui observasi lapangan sudah menekuni bidang usaha perdagangan selama tiga tahun lebih (Artaman, 2015) yang membuktikan lama usaha memiliki pengaruh besar terhadap pendapatan pedagang. Semakin lama menekuni bidang usaha perdagangan akan makin meningkatkan pengetahuan tentang selera ataupun perilaku konsumen. Lama usaha secara teoritik menunjukkan pengaruh yang positif terhadap peningkatan pendapatan.

Hasil survei awal pada bulan Juli 2021 atas omzet penjualan para pedagang tanaman hias di Jalan Raya Cipayung Kota Depok dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 1. Omzet Penjualan Pedagang Tanaman Hias

No	Nama Toko	Nama Pemilik	Total Omzet Penjualan
1	Anas Flower	Bpk Anas	Rp 4.200.000
2	Heri Flower	Bpk Heri	Rp 4.000.000
3	Lukman Flower	Bpk Lukman	Rp 3.500.000
4	Efendi Flower	Bpk Efendi	Rp 2.000.000
5	Nurfatma Flower	Ibu Nurfatma Hediati	Rp 2.000.000

Sumber : Data Primer, Juli 2021.

Berdasarkan survey awal dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat omzet penjualan sebagian besar pedagang tanaman hias di Jalan Raya Cipayung Kota Depok masih rendah, dengan rata-rata pendapatan per bulan Rp. 2.000.000 hingga Rp. 4.500.000. Para pedagang tanaman hias khususnya di Jalan Raya Cipayung Raya Kota Depok belum bisa memaksimalkan peluang dengan beralihnya sebagian besar masyarakat pada kegiatan merawat tanaman hias di masa pandemi untuk menaikkan omzet penjualannya.

Khuriyati (2013) mengemukakan bahwa faktor penyebab turunnya omzet penjualan antara lain kualitas produk turun, service yang diberikan bertambah jelek, sering kosongnya persediaan barang, penurunan komisi penjualan yang diberikan, pengetatan terhadap piutang yang diberikan, turunnya kegiatan salesman, penurunan kegiatan sales promotion, penetapan harga jual yang tinggi, perubahan selera konsumen, munculnya saingan baru, munculnya barang pengganti, pengaruh faktor psikologis, perubahan atau tindakan baru dalam kebijaksanaan pemerintah, dan adanya tindakan dari pesaing.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, penelitian ini berfokus pada pengaruh ketrampilan menjual dan kelengkapan produk terhadap omzet penjualan tanaman hias.

TINJAUAN PUSTAKA

Keterampilan Menjual. Menjual memerlukan keterampilan agar orang yang tidak berminat menjadi berminat untuk membeli. Keterampilan menjual bisa saja berasal dari bakat yang sudah dibawa sejak lahir yang kemudian diasah melalui intuisi, pengetahuan, dan pengalaman (Riofita, 2015).

Indikator keterampilan menjual menurut Irawan & Mulyadi (2016) yaitu :

a. *Technical skills*

Sejumlah wirausahawan yang sukses memiliki kompetensi dalam mengelola operasional, diluar dasar produksi produk atau layanan. Termasuk keterampilan mengelola rantai pasokan dan mempunyai pengetahuan tentang teknologi baru.

b. *Management Skills*

Keterampilan ini meliputi perencanaan dan pengorganisasian, mengidentifikasi pelanggan dan saluran distribusi, mengelola sumber daya dan keterampilan mengatur di tempat yang tepat dan struktur sistem kontrol. Keterampilan ini termasuk keterampilan tingkat tinggi, seperti mencari pemecahan masalah, keterampilan untuk membangun kemampuan inti dan keterampilan menangani karyawan secara efektif.

c. *Entrepreneurship Skills*

Keterampilan ini meliputi perencanaan bisnis, peka terhadap peluang, analisis lingkungan bisnis dan keterampilan mengakses keahlian eksternal.

d. *Personal Maturity Skills*

Keterampilan ini meliputi kesadaran diri, keterampilan merefleksikan apa yang terjadi, mengenali dan memperbaiki kelemahan, bertanggung jawab untuk memecahkan masalah dan mampu menghasilkan solusi.

Kelengkapan Produk. Menurut Kotler (2009), kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen. Menurut Ma'ruf (2014) kelengkapan produk adalah kegiatan pengadaan barang-barang yang sesuai dengan bisnis yang dijalani toko (produk berbasis makanan, pakaian, barang kebutuhan rumah, produk umum, dan lain-lain atau kombinasi) untuk di sediakan dalam toko pada jumlah, waktu, dan harga yang sesuai untuk mencapai sasaran toko atau perusahaan ritel.

Dapat disimpulkan bahwa kelengkapan produk adalah keseluruhan dari penawaran yang dilakukan secara normal oleh pedagang kepada konsumen dalam memberikan layanan, letak toko dan nama barang/tanaman dagangannya. Konsumen akan memberikan kesan

yang baik terhadap suatu toko apabila toko tersebut dapat menyediakan barang yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen. Oleh karena itu pedagang tanaman hias dalam hal ini harus tanggap terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen.

Menurut Armstrong & Kotler (2015) bahwa indikator dari kelengkapan produk meliputi :

1. Merek produk : merupakan banyaknya jenis merek produk/pupuk tanaman yang ditawarkan.
2. Kelengkapan produk : sejumlah kategori barang/tanaman yang berbeda didalam toko atau tempat menjual. Toko dengan banyak jenis tanaman atau tipe produk barang/pupuk yang dijual dapat dikatakan mempunyai banyak ragam kategori produk yang ditawarkan.
3. Ukuran produk atau keberagaman : yaitu sejumlah standar kualitas umum dalam kategori toko dengan keberagaman yang luas dapat dikatakan mempunyai kedalaman yang baik.
4. Kualitas produk merupakan standar kualitas umum dalam kategori barang berkaitan dengan kemasan, lebel, ketahanan suatu produk, jaminan, bagaimana produk/tanaman dapat memberikan manfaat (Wina et al., 2021). Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk. Sehingga dengan konsumen membeli produk maka dapat meningkatkan omzet penjualan.

Omzet Penjualan. Chaniago (2002) berpendapat tentang omzet penjualan adalah keseluruhan jumlah pendapatan yang didapat dari hasil penjualan suatu barang/jasa dalam kurun waktu tertentu. Swastha & Irawan (2005) memberikan pengertian omzet penjualan adalah akumulasi dari kegiatan penjualan suatu produk barang-barang dan jasa yang dihitung secara keseluruhan selama kurun waktu tertentu secara terus menerus atau dalam satu proses akuntansi

Menurut Kotler & Armstrong (2008) bahwa indikator omzet penjualan dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu :

1. Indikator pertama yang bercirikan harga, mencakup:
 - a. Keterjangkauan harga
 - b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
 - c. Daya saing harga
 - d. Kesesuaian harga dan manfaat
2. Indikator kedua yaitu kualitas produk, mencakup:
 - a. Desain yang canggih
 - b. Produk tidak mudah rusak dan memiliki umur ekonomis yang lama
 - c. Penampilan produk yang menarik
 - d. Biaya promosi

METODE PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data. Untuk menganalisis pengaruh ketrampilan menjual dan kelengkapan produk terhadap omzet penjualan tanaman hias pada pedagang tanaman hias di Jalan Raya Cipayung Kota Depok, dalam penelitian ini digunakan metode kuantitatif, yaitu penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Penelitian ini terdiri atas dua variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen berikut :

1. Variabel Independen adalah Keterampilan Menjual (X1) dan Kelengkapan Produk (X2).
2. Variabel Dependen adalah Omzet penjualan (Y).

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer yaitu pedagang tanaman hias di Jalan Raya Cipayung Kota Depok yang terpilih sebagai sampel, sedangkan sumber data sekunder didapatkan dari berbagai sumber informasi yang telah dipublikasikan baik jurnal ilmiah, penelitian terdahulu, dan literatur yang berhubungan dengan penelitian ini.

Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel. Populasi yang digunakan adalah para pedagang tanaman hias di Jalan Raya Cipayung Kota Depok. Penelitian ini dilakukan dengan pengambilan data persepsi dari para responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sampling total atau sensus (Sugiyono, 2017). Jumlah populasi yang pada penelitian ini relatif kecil, maka semua anggota populasi dijadikan sampel. Sampel sebanyak 32 responden, jumlah ini masih layak untuk penelitian karena masih di atas jumlah minimal. Ukuran sampel menurut Sugiyono (2017) yaitu 30 sampai 500 responden.

Instrumen Penelitian. Untuk memperoleh data, maka instrumen penelitian yang digunakan sesuai dengan indikator dari masing-masing variabel yang ditetapkan sesuai pada Tabel 2.

Tabel 2. Operasional Variabel

Jenis Variable	Indikator
Keterampilan menjual (Irawan & Mulyadi, 2016)	a. Technical skills b. Management Skills c. Entrepreneurship Skills d. Personal Maturity Skills
Kelengkapan produk (Armstrong & Kotler, 2015)	a. Merek produk (Pupuk tanaman) b. Kelengkapan produk (Tanaman) c. Ukuran produk (Tanaman) atau keberagaman d. Kualitas produk (Tanaman, Pupuk)
Omzet penjualan (Kotler & Armstrong, 2008)	a. Keterjangkauan harga b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk c. Daya saing harga d. Kesesuaian harga dan manfaat e. Desain yang canggih f. Produk tidak mudah rusak dan memiliki umur ekonomis yang lama g. Penampilan produk yang menarik h. Biaya Promosi

Teknik Pengumpulan Data. Untuk mendukung penelitian ini, teknik yang digunakan dalam pengumpulan data melalui teknik angket. Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2013).

Teknik Analisis Data. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari (Ghozali, 2013):

1. Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu angket. Suatu angket dapat dikatakan valid apabila pertanyaan pada angket mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh angket tersebut.
2. Uji Reliabilitas adalah suatu pengujian yang dilakukan untuk mengukur suatu angket yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu angket dikatakan reliabel

jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dalam peneliti ini dilakukan dengan cara pengukuran sekali saja.

3. Uji Asumsi Klasik:
 - a. Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas.
 - b. Uji Autokorelasi bertujuan menguji hubungan antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1.
 - c. Uji Normalitas dilakukan untuk menguji kenormalan distribusi residual. Untuk mengetahui normalitas data dapat menggunakan analisis grafik dan uji statistik.
4. Analisis Regresi Linier Berganda adalah teknik analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada tidaknya hubungan kausalitas antara dua variabel bebas atau lebih dan satu variabel terikat.
5. Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui presentase kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.
6. Uji Hipotesis:
 - a. Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen.
 - b. Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dan usia dapat ditunjukkan pada tabel 3 dan 4 sebagai berikut:

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	29	90.62
Perempuan	3	9.38
Total	32	100

Sumber : Data Primer, Oktober 2021.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase (%)
...<18 tahun	0	0
18 - 23	0	0
24 - 29	5	15.63
29 tahun	27	84.37
Total	32	100

Sumber : Data Primer, Oktober 2021.

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa pedagang tanaman hias di Jalan Raya Cipayang Kota Depok mayoritas adalah berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 29 orang

atau sebesar 90,62 persen dan sisanya sebanyak 3 orang atau sebesar 9,38 persen adalah perempuan. Hal ini disebabkan karena selain berdagang juga melakukan pekerjaan perawatan dan pengadaan tanaman hias dilakukan oleh laki-laki.

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui bahwa usia pedagang tanaman hias di Jalan Raya Cipayung Kota Depok mayoritas berusia 29 tahun ke atas. Secara terperinci responden yang berumur kurang dari 18 tahun sebanyak 0 orang atau 0 persen, yang berumur 18-23 tahun sebanyak 0 orang atau 0 persen, yang berumur 24-29 tahun sebanyak 5 orang atau 15,63 persen, yang berumur di atas 29 tahun sebanyak 27 orang atau 84,37 persen. Berdasarkan umur pedagang menunjukkan bahwa usia pedagang tanaman hias di Jalan Raya Cipayung Kota Depok mempunyai umur yang sudah dewasa.

Secara terperinci responden yang lamanya usaha berdiri kurang dari setahun sebanyak 3 orang atau 9,37 persen, 1 - 2 tahun sebanyak 12 orang atau 37,5 persen, 3 - 4 tahun sebanyak 10 orang atau 31,25 persen, dan di atas 4 tahun sebanyak 7 orang atau 21,88 persen. Berdasarkan lamanya usaha berdiri menunjukkan bahwa lamanya usaha berdiri pada pedagang tanaman hias di Jalan Raya Cipayung Kota Depok yaitu 1 - 2 tahun dan bisa dikatakan pada saat pandemic Covid-19 banyak pedagang yang membuka usaha tanaman hias. Data karakteristik responden berdasarkan lamanya usaha berdiri ditunjukkan pada Tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5. Karakteristik Responden berdasarkan Lamanya Usaha Berdiri

Lamanya usaha berdiri	Jumlah	Persentase (%)
...< 1 tahun	3	9.37
1 - 2 tahun	12	37.5
3 - 4 tahun	10	31.25
5 tahun <...	7	21.88
Total	32	100

Sumber : Data Primer, Oktober 2021.

Dari hasil penelitian diperoleh informasi bahwa sebagian besar responden pada pedagang tanaman hias di Jalan Raya Cipayung Kota Depok mendapatkan omzet perbulan yaitu sebesar diatas Rp. 3.000.000 atau sebesar 46,88 persen. Secara lebih terperinci responden berdasarkan omzet perbulan pada pedagang tanaman hias di Jalan Raya Cipayung Kota Depok dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Karakteristik Responden berdasarkan Omzet Penjualan

Omzet per bulan	Jumlah	Persentase (%)
...< Rp 500.000	0	0
Rp 500.000 – Rp 1.500.000	7	21.87
Rp 1.500.000 – Rp 3.000.000	10	31.25
... > Rp 3.000.000	15	46.88
Total	32	100

Sumber : Data Primer, Oktober 2021.

Uji Reliabilitas dan Validitas. Hasil uji *reliability statistics* variabel Ketrampilan Menjual (X_1), Kepenggunaan Produk (X_2), dan Omzet Penjualan (Y) masing-masing menunjukkan angka Cronbach's Alpha lebih besar daripada 0,60.

Tabel 7. Uji Realibitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Keterampilan Menjual	.610	4
Kelengkapan Produk	.922	4
Omzet Penjualan	.602	4

Sumber : Output SPSS.

Dengan demikian, seluruh N of Items indikator variabel Keterampilan Menjual (X_1), Kelengkapan Produk (X_2), dan Omzet Penjualan (Y) dinyatakan reliabel atau terdapat konsistensi jawaban responden atas pertanyaan kuesioner yang diajukan pada variabel-variabel tersebut.

Hasil uji validitas Nilai *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy* variabel Keterampilan Menjual (X_1), Kelengkapan Produk (X_2), dan Omzet Penjualan (Y) masing-masing lebih besar daripada 0,50 dan nilai signifikansinya bernilai lebih kecil daripada 0,05 sehingga seluruh instrumen valid atau akurat untuk mengukur respon responden.

Tabel 8. Uji Validitas

Variabel	X_1	X_2	Y
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.651	.668	.520
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	18.349	126.198
	df	6	6
	Sig.	.005	.000
			48.292
			28
			.010

Sumber : Output SPSS.

Uji Asumsi Klasik. Uji multikolinearitas menunjukkan bahwa *Variance Inflationary Factor (VIF)* variabel independen masing-masing sebesar 1,242 yang berarti lebih kecil daripada 10. Hal ini berarti semua data variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini tidak memiliki keterkaitan satu sama lain (*internal relation*). Dengan demikian semua variabel independen (variabel Keterampilan Menjual dan Kelengkapan Produk) bebas dari masalah multikolinearitas dan layak dianalisis regresi.

Tabel 9. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
(Constant)	19.443	2.628		7.397	.000			
1	Keterampilan menjual (X_1)	.454	.186	.394	2.442	.021	.805	1.242
	Kelengkapan produk (X_2)	.223	.104	.344	2.136	.041	.805	1.242

a. Dependent Variable: Omzet penjualan (Y)

Sumber : Output SPSS.

Uji autokorelasi menunjukkan bahwa nilai Durbin-Watson (DW) untuk variabel independen dan dependen adalah sebesar 1,870. Nilai tersebut berada dalam range bebas

masalah autokorelasi yaitu nilai DW ini lebih kecil dari 10 ($DW < 10$) sehingga semua variabel independen dan dependen bebas dari masalah autokorelasi dan layak dianalisis regresi.

Tabel 10. Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.627 ^a	.393	.351	1.830	1.870

a. Predictors: (Constant), Kelengkapan produk (X₂), Keterampilan menjual (X₁)

b. Dependent Variable: Omzet penjualan (Y)

Sumber : Output SPSS Version 20

Uji normalitas dengan menggunakan kaedah Kolmogorov-Smirnov (KS), maka diperoleh nilai Asymp.Sig. (2-tailed) untuk variabel independen (variable Keterampilan Menjual dan Kelengkapan Produk) dan variabel dependen (Omzet Penjualan) sebesar 0,964. Nilai tersebut lebih besar daripada 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa semua data berdistribusi normal dan layak dianalisis regresi.

Tabel 11. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		32
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.76975652
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.088
	Negative	-.065
Kolmogorov-Smirnov Z		.500
Asymp. Sig. (2-tailed)		.964

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Output SPSS.

Analisis Regresi Linier Berganda. Regresi linier berganda akan menganalisis hubungan kausalitas antara variabel Keterampilan Menjual (X₁) dan Kelengkapan Produk (X₂) terhadap Omzet Penjualan (Y). Hasil analisis regresi linier berganda adalah sebagaimana Tabel 12 berikut.

Tabel 12. Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	19.443	2.628	7.397	.000		
	X ₁	.454	.186	.394	2.442	.021	.805 1.242
	X ₂	.223	.104	.344	2.136	.041	.805 1.242

a. Dependent Variable: Omzet Penjualan (Y)

Sumber : Output SPSS Version 20

Berdasarkan Tabel 12 dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 19,443 + 0,454X_1 + 0,223X_2 + \epsilon$$

Nilai koefisien variabel Keterampilan Menjual (X_1) sebesar 0,454 dengan signifikansi 0,021 lebih kecil daripada 0,05 berarti terdapat pengaruh positif signifikan Keterampilan Menjual terhadap Omzet Penjualan. Hal ini berarti semakin baik Keterampilan Menjual maka semakin tinggi Omzet Penjualan. Menurut Riofita (2015) menjual memerlukan keterampilan agar orang yang tidak berminat menjadi berminat untuk membeli. Keterampilan menjual berasal dari bakat bawaan yang kemudian diasah melalui intuisi, pengetahuan, dan pengalaman. Menurut Irawan & Mulyadi (2016) keterampilan menjual meliputi *Technical Skills*, *Management Skills*, *Enterpreneurship Skills*, dan *Personal Maturity Skills*.

Pemanfaatan teknologi yang terus berkembang dapat mengurangi biaya operasional serta lebih menghemat waktu sehingga menciptakan rangkaian bisnis yang lebih efisien. Kemampuan untuk mendapatkan pesanan dari pelanggan/konsumen tanaman hias secara online, pedagang tanaman hias di Jalan Raya Cipayung Kota Depok dilihat belum memaksimalkan. Pedagang umumnya hanya menggunakan media komunikasi berupa telepon selular yang dipakai untuk mengembangkan bisnis melalui pemasangan nomor telepon selular di papan nama toko. Apabila pedagang atau pelaku usaha dapat memanfaatkan kemajuan teknologi maka akan sangat membantu dalam menciptakan pasar baru, memperluas cakupan bisnis, inovasi produk serta sebagai alat untuk memperkenalkan perusahaan ke masyarakat luas. Selain sebagai peluang, kemajuan teknologi dan informasi bisa menjadi ancaman jika tidak memahami penggunaan sementara pihak lain yang bisa dikatakan sebagai pesaing menerapkan sistem teknologi dan informasi yang baik. Oleh karena itu, diharuskan untuk perusahaan agar penguasaan perkembangan teknologi menjadi hal yang harus diperhatikan, sehingga omzet penjualan pada pedagang tanaman hias di Jalan Raya Cipayung Kota Depok dapat ditingkatkan.

Ketrampilan selanjutnya adalah kemampuan untuk melayani pelanggan/konsumen tanaman hias dengan baik. Responsiveness merupakan kemampuan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan responsif dan juga cepat. Pedagang tanaman hias di Jalan Raya Cipayung Kota Depok perlu kemampuan untuk melayani para pelanggan sesuai dengan tingkat penyerapan, pengetahuan, dan berbagai hal bentuk pelayanan lainnya. Meningkatkan ketrampilan menjual untuk pelanggan/konsumen tanaman hias tidak bisa dilakukan secara instan. Proses ini memerlukan pengembangan secara terus-menerus seiring dengan pertumbuhan bisnis dan perubahan pasar.

Dari paparan di atas menunjukkan bahwa sebuah ketrampilan menjual sangat diperlukan dalam meningkatkan omzet penjualan, karena semakin baik ketrampilan menjual pada saat melakukan proses penjualan dan konsumen berminat untuk membeli maka akan semakin tinggi pula omzet penjualan pada pedagang tanaman hias di Jalan Raya Cipayung Kota Depok. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Manik (2015) yang menggunakan obyek penelitian pedagang tanaman hias di Jalan Williem Iskandar Pasar V Barat Medan. Hasil penelitian tersebut menyimpulkan keterampilan menjual dan kelengkapan produk berpengaruh terhadap omzet penjualan pedagang tanaman hias.

Adapun nilai koefisien variabel Kelengkapan Produk (X_2) sebesar 0,223 dengan signifikansi 0,041 lebih kecil daripada 0,05 berarti terdapat pengaruh positif signifikan Kelengkapan Produk terhadap Omzet Penjualan. Hal ini berarti semakin baik Kelengkapan Produk maka semakin tinggi Omzet Penjualan. Namun variabel Kelengkapan Produk (X_2) mempunyai pengaruh yang lebih kecil daripada variabel Keterampilan Menjual (X_1). Ini berarti Variabel Keterampilan Menjual lebih menentukan Omzet Penjualan pada pedagang tanaman hias di Jalan Raya Cipayung Kota Depok. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *beta*

terstandar dari variabel Kelengkapan Produk (X_2) lebih besar daripada variabel Keterampilan Menjual (X_1), yaitu sebesar 0,454 lebih besar daripada 0,223.

Hasil perhitungan uji t menunjukkan nilai koefisien Kelengkapan Produk (X_2) 0,223 dengan nilai t hitung 2,136 dan tingkat signifikansi 0,041. Dari hal ini dapat diketahui bahwa Kelengkapan Produk (X_2) berpengaruh terhadap Omzet Penjualan (Y), dengan ini dapat dinyatakan bahwa H_0 diterima. Menurut Kotler (2009) kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen.

Berikut ini adalah kondisi kelengkapan produk pada pedagang tanaman hias di Jalan Raya Cipayung Kota Depok yaitu jenis tanaman/pupuk tanaman yang ditawarkan belum begitu banyak, jenis tanaman/pupuk yang dijual sudah mempunyai banyak ragam kategori yang ditawarkan. Ketersediaan stock jenis tanaman/pupuk yang sejenis di pedagang tanaman hias di Jalan Raya Cipayung Depok sudah cukup tersedia, dan jenis tanaman yang dijual mempunyai ketahanan yang baik dan dapat memberikan manfaat.

Dari paparan kondisi diatas menunjukkan bahwa sebuah kelengkapan produk sangat diperlukan dalam meningkatkan omzet penjualan, karena semakin baik kelengkapan produk pada saat konsumen menginginkan tanaman hias dan mendapatkannya maka akan semakin tinggi pula omzet penjualan pada pedagang tanaman hias di Jalan Raya Cipayung Kota Depok. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Setyawan (2018) yang menggunakan obyek penelitian Toko Sparepart Centong Motor Kediri. Hasil dari penelitian variasi produk secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap omzet penjualan di toko. Semakin banyak variasi produk disediakan, semakin tinggi pula omzet penjualan.

Nilai koefisien determinasi yang menjelaskan seberapa besar variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dapat dilihat pada *R Square*. Adapun perhitungan estimasi nilai koefisien determinasi dapat kita lihat hasil output pada tabel 17 berikut:

Tabel 13. Nilai Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.627 ^a	.393	.351	1.830

a. Predictors: (Constant), Kelengkapan produk (X_2), Keterampilan menjual (X_1)

b. Dependent Variable: Omzet penjualan (Y)

Sumber : Output SPSS Version 20

Dari tabel di atas diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,393 atau 39,3 persen maka variasi omzet penjualan pedagang tanaman hias di Jalan Raya Cipayung Kota Depok dapat dijelaskan Variabel Keterampilan Menjual (X_1) dan Kelengkapan Produk (X_2) sebesar 39,3 persen. Sedangkan sisanya sebesar 60,7 persen (100% - 39,3%) dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

KESIMPULAN

Penelitian ini memperoleh bukti empiris pengaruh Keterampilan Menjual (X_1) dan Kelengkapan Produk (X_2) terhadap Omzet Penjualan (Y) pada pedagang tanaman hias di Jalan Raya Cipayung Kota Depok. Berdasarkan analisis data dapat disimpulkan bahwa Keterampilan Menjual (X_1) dan Kelengkapan Produk (X_2) secara parsial berpengaruh positif

Pengaruh Keterampilan Menjual dan Kelengkapan Produk

Dedy Wahyudi, Arry Rahayunianto, Farida Farida

signifikan terhadap Omzet Penjualan (Y) pada pedagang tanaman hias di Jalan Raya Cipayang Kota Depok. Secara parsial, variabel yang lebih dominan pengaruhnya adalah variabel Keterampilan Menjual (X_1).

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka terdapat dua implikasi teoritis, yaitu:

1. Variabel Keterampilan menjual yang diukur dengan menggunakan empat indikator yaitu Technical skills, Management Skills, Enterpreneurship Skills, dan Personal Maturity Skills terbukti secara signifikan berpengaruh positif terhadap omzet penjualan tanaman hias. Dengan demikian penelitian ini memperkuat penelitian Manik (2015) dan Irawan & Mulyadi (2016) yang menunjukkan bahwa omzet penjualan, keberhasilan usaha yang didapatkan oleh pedagang dipengaruhi oleh beberapa hal di antaranya mencari sesuatu hal yang kreatif untuk bisnisnya dan kemampuan untuk melayani pelanggan /konsumen tanaman hias dengan baik.
2. Variabel Kelengkapan produk yang diukur dengan menggunakan empat indikator yaitu merek produk, kelengkapan produk, ukuran produk dan keberagaman kualitas produk terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet penjualan tanaman hias. Dengan demikian penelitian ini memperkuat pendapat Kotler (2015), dan Setyawan (2018) yang menyatakan bahwa semakin banyak variasi produk disediakan, semakin tinggi pula omzet penjualan.

Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat dihasilkan beberapa implikasi penelitian yang berkaitan dengan upaya untuk meningkatkan omzet penjualan, yaitu :

Pertama, untuk meningkatkan omzet penjualan dapat dilakukan dengan meningkatkan Keterampilan menjual yang diupayakan melalui :

1. Kemampuan untuk mendapatkan pesanan dari pelanggan/konsumen tanaman hias secara online.
2. Kemampuan untuk melayani pelanggan /konsumen tanaman hias dengan baik.
3. Mempunyai kepekaan yang baik terhadap peluang bisnis di lingkungan sekitar.
4. Kemampuan dan bertanggung jawab untuk memecahkan masalah/kompleks konsumen dan mampu menghasilkan solusi.
5. Setiap tenaga penjual harus memiliki jaringan yang kuat dan andal yang dapat mereka gunakan secara terus-menerus dan mendapatkan wawasan.

Kedua, untuk meningkatkan omzet penjualan dapat dilakukan dengan meningkatkan Kelengkapan produk yang diupayakan melalui :

1. Banyaknya jenis tanaman/pupuk tanaman yang ditawarkan.
2. Jenis tanaman/pupuk yang dijual mempunyai banyak ragam kategori yang ditawarkan.
3. Ketersediaan stock jenis tanaman/pupuk yang sejenis di Pedagang Tanaman Hias.
4. Jenis tanaman yang dijual mempunyai ketahanan yang baik dan dapat memberikan manfaat.

Oleh karena antara variabel keterampilan menjual dan kelengkapan produk terjadi multikolinieritas, maka implikasi manajerial yang berkaitan dengan keterampilan menjual dan Kelengkapan produk harus dapat dilakukan secara bersamaan. Hal ini disebabkan karena untuk dapat memberikan keterampilan menjual yang berkualitas perlu didukung oleh kelengkapan produk yang baik pula.

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, & G., Kotler, P. (2015). *Marketing: An Introduction*, Twelfth Edition. ed. Pearson, Boston.
- Artaman, A., (2015). Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Seni Sukawati Gianyar. *E-J. Ekon dan Bisnis Univ. Udayana*. 4(0)2, p.87-105.
- Chaniago, A. A., (2002). *Strategi Memajukan Usaha Kecil dan Menengah*. Pustaka, Jakarta.
- Ghozali, I., (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Irawan, A., & Mulyadi, H., (2016). Pengaruh Keterampilan Wirausaha Terhadap Keberhasilan (Studi Kasus pada Distro Anggota Kreative Independent Clothing Kommunity USAHA di Kota Bandung). *Journal of Business Management Education*, 1, p.216–226. <https://doi.org/10.17509/jbme.v1i1.2290>
- Khuriyati, T. (2013). Faktor-Faktor Penyebab Penurunan Omzet Penjualan pada Industri Kerajinan Monel di Desa Kriyan Kabupaten Jepara. *Jurnal Fakultas Teknik Universitas Negeri Semarang*.
- Kotler, K., (2009). *Manajemen Pemasaran 1*, Edisi Ketiga Belas. ed. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Manik, E.F., (2015). Pengaruh keterampilan menjual dan kelengkapan produk terhadap omset penjualan (Studi pada pedagang Tanaman Hias di jalan Williem Iskandar Pasar V Barat Medan). *Doktoral Disertasi*. Universitas Negeri Medan.
- Ma'ruf, A. (2014). *Manajemen Bisnis Syariah*. Aswaja Pressind, Yogyakarta.
- Riofita, H. (2015). *Strategi Pemasaran*. CV Mutiara Pesisir Sumatra, Pekanbaru.
- Setyawan, A.C. (2018). Analisis Variasi Produk, Harga, dan Garansi Terhadap Omzet Penjualan Pada Toko Sparepart Centong Motor Kediri. *Jurnal FE UN PGRI Kediri*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta, Bandung.
- Swastha, B., & Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta.
- Wina, H., Levyda, & Toto H. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Management Accounting Expose*. 4(2), p.129–138. <https://doi.org/10.36441/accounting.v4i2.372>
<https://mantrasukabumi.pikiran-rakyat.com/> Diakses pada tanggal 20 September 2021.