



## Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Kerajinan Kerawang Gayo Pada Dekranasda Kabupaten Aceh Tengah

Amiruddin<sup>1</sup>, Mawarni Fatma<sup>2</sup>,

<sup>1,2</sup> Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Gajah Putih, Blang Bebangka Kecamatan Pegasing, 24560, Aceh Tengah

**Abstrak,** Penelitian ini membahas tentang Pengaruh promosi terhadap peningkatan volume penjualan kerajinan kerawang Gayo pada Dekranada kabupaten Aceh Tengah. Identifikasi masalah adalah apakah promosi berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan kerajinan Kerawang Gayo pada Dekranasda Kabupaten Aceh Tengah. Dari 10 tahun keberadaan Dekranasda dalam mendongkrak penjualan dan memperkenalkan produk kerajinan kerawang Gayo yang ada di Takengon Nampak bahwa biaya-biaya promosi terus dinaikan untuk mempromosikan produk-produk kerajinan. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh terhadap Volume penjualan dengan persamaan Sebagai berikut  $Y = 2435.197.400 + 0.821X$  hal ini menunjukan bahwa promosi mampu meningkatkan volume penjualan. Hubungan antara biaya promosi dengan volume penjualan adalah positif sebesar 0,821 dengan kategori Sangat kuat. Sedangkan kemampuan variable independen dalam memberikan pengaruh pada Variabel Dependen sebesar 0,675 dan sisanya tidak diamati dalam penelitian ini yaitu sebesar 0,325. Dari hasil pembahasan diperoleh kesimpulan bahwa biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume penjualan dengan tingkat Signifikan Thitung > Ttabel yaitu  $4,075 > 2.036$  dengan tingkat sig  $0.004 < 0,05$ .

*Kata Kunci : Biaya Promosi, Volume Penjualan.*

### 1. Pendahuluan

Daerah Kabupaten Aceh Tengah dalam mengembangkan berbagai produk kerajinan terutama dibidang seni dan kerajinan seperti kain kerawang Gayo dengan berbagai model dan type lainnya, Dekranasda salah satu penggerak berbagai motif dan desain kerajinan tangan terutama Kerawang Gayo dengan berbagai merk dan bentuk seperti Tas kerawang, Baju Kerawang, Dompot dan Asesoris lainnya yang sudah banyak dipesan dan dipakai oleh para konsumen ada yang dijadikan sebagai cendramata, kepentingan adat tradisional Gayo, dan pakaian wajib Pegawai Negeri Sipil. Penjualan produk kerawang Gayo terus mengalami peningkatan dari tahun ketahun hal ini dapat di lihat dari penjualan produk Kerawang Gayo dari berbagai bentuk dan Model.

Peranan Dekranasda dalam mengembangkan produk gayo sangat peting sehingga perlu adanya suatu promosi dari berbagai media yang digunakan seperti event-event Nasional, serta Media masa Besarnya biaya promosi jika tidak diimbangi dengan volume penjualan berbagai produk akan menyebabkan suatu usaha akan rugi. Pada dasarnya dalam melakukan kegiatan penjualan barang atau jasa sangat diperlukan berbagai strategi media dalam rangka memperkenalkan produk yang dijual sehingga melekat pada ingatan konsumen, tetapi Nampak bahwa penjualan produk pada Dekranasda Nampak turun artinya lebih besar biaya dari pada volume penjualan sehingga peneliti merasa perlu adanya suatu penelitian dan pengkajian. Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Promosi terhadap Peningkatan Volume penjualan Kerajinan kerawang Gayo pada Dekranasda Kabupaten Aceh Tengah".

## 2. Metode Penelitian

Penelitian yang bertujuan untuk melihat ada tidaknya hubungan dan pengaruh antara variabel atau gejala tertentu terhadap variabel atau gejala lainnya. Penelitian ini yaitu hubungan antara biaya promosi dengan volume penjualan. Lokasi penelitian Jl Takengon – Biruen Umah Opat, dan Ojek penelitian adalah Promosi dan Volume penjualan. Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai informan adalah kepala Dekranasda dan bidang yang terkait yang berhubungan dengan penjualan kerawang. Metode Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah: Dokumentasi merupakan suatu kegiatan pengumpulan data dari buku, catatan dan laporan-laporan yang tertulis dari Dekranasda. Dengan metode dokumentasi peneliti dapat mengetahui data mengenai volume penjualan dan biaya promosi produk kerawang. Teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah teknik regresi linear sederhana, dengan persamaan  $Y = a + bX$ .

## 3. Hasil Penelitian dan Pembahasan

### 3.1 Hasil Penelitian

#### 1. Sejarah Singkat Dekranasda

Berdasarkan Pasal 2 Dekranasda didirikan di Jakarta pada tanggal 3 Maret 1980 untuk jangka waktu yang tidak ditentukan. Dasar hukumnya 537/5038/Sospol/tgl 15 Desember 1981 sampai 5 priode. Selanjutnya dewan kerajinan atas nama Menteri Perindustrian IPIK No 85/II/SK/3/1980 dan Nomor 072b/P/1980 di Jakarta. Selanjutnya Pasal 3 mengatakan bahwa (1) Dekranasda berkedudukan di Ibukota Negara Kesatuan Republik Indonesia (2) Dekranasda dibentuk di provinsi dan kabupaten/kota Pengurus Dekranasda provinsi, kabupaten/kota dipimpin oleh 1 (satu) orang ketua, dibantu oleh 1 (satu) orang wakil ketua, 1 (satu) orang ketua harian, 1 (satu) orang wakil ketua harian, 1 (satu) orang sekretaris, 1 (satu) orang bendahara dan sebanyak-banyaknya 6 ketua bidang. (2) Keanggotaan pengurus Dekranasda provinsi/kab/kota sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat disesuaikan dengan kebutuhan wilayah masing-masing.

#### 2. Bauran Promosi

Dalam kegiatan yang dilakukan oleh Dekranasda tujuan yang ingin dicapai melalui kegiatan program promosi yaitu:

##### a. Strategi Periklanan (*Advertising*)

Dekranasda Kabupaten Aceh Tengah dalam usahanya untuk menjangkau para konsumen menggunakan strategi periklanan melalui Radio-radio, Brosur, Spanduk dan Pamplet.

##### b. Strategi promosi penjualan (*Sales Promotion*)

Strategi ini dilakukan dengan tujuan agar pembeli yang actual dan potensial segera melakukan pembelian. Promosi dalam bentuk bonus, hadiah, diskon dan lain-lain.

##### c. *Strategi Personal Selling* (Penjualan Pribadi)

Strategi ini ditempuh untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada setiap pembeli yang dilakukan oleh karyawan perusahaan terutama para tenaga penjualan, dimana mereka berusaha agar para pembeli akan tetap bertahan dan dapat membeli produk yang di tawarkan.

##### d. Publikasi.

Adapun kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh karyawan terutama tenaga penjual ini di antaranya memberikan informasi yang akurat dan juga memperkenalkan produk-produk baru secara lebih santai dan langsung. Kegiatan seperti, seminar, lokakarya, pameran.

##### e. Biaya Promosi

1. Produk Kerawang yang dijual pada Dekranasda Takengon Kabupaten Aceh Tengah sebagai berikut: Dompot, gelang, gantungan kunci, peci, sarung bantal, Baju Kaos, Bakal Baju Batik, Blus wanita, Baju Anak, Baju Penganten, Hiasan Dinding, Selendang hias, Shal, Celana, Jilbab Sulam, Sentong Kerawang, Bebalun, Sajadah, Ulen-ulen, tempat Tisu, Biss Kerawang, Tas Dompot tatakan bunga, Kendi, Cermin, Papan Nama, Piring Hias, Meja TV. (Sumber Dekranas 2021).
2. Biaya Promosi dan Volume penjualan produk Kerawang Gayo pada Dekranasda Takengon .Biaya promosi pada Dekranasda Takengon Kabupaten Aceh Tengah di keluarkan oleh Pemerintah.

Tabel 1.  
Jumah Biaya Promosi dan nilai penjualan pada Dekranasda  
Aceh Tengah Tahun 2011 s/d 2020

No	Tahun	Biaya Promosi (Rp)	Nilai Penjualan (Rp)
1	2011	35.000.000	15.000.000
2	2012	23.300.000	12.000.000
3	2013	25.000.000	10.000.000
4	2014	25.000.000	11.000.000
5	2015	25.000.000	10.000.000
6	2016	20.000.000	9.418.000
7	2017	20.000.000	5.499.000
8	2018	5.000.000	5.749.000
9	2019	15.000.000	4.415.000
10	2020	12.000.000	7.725.000

Sumber data Dekranasda 2021

Dari table di atas dapat dilihat bahwa jumlah biaya promosi pada tahun 2011 sebesar Rp 35.000.000 dan pada tahun 2012 sebesar Rp 23.300.000 pada tahun ini ada penurunan biaya promosi sedangkan pada tahun 2013 dan 2015 biaya promosi masing-masing sebesar Rp 25.000.000. pada tahun 2016 biaya promosi mulai turun yaitu 20.000.000 dan pada tahun 2017 biaya promosi turun dratis menyentuh angka sebesar Rp 5.000.000. Dari table diatas dapat dilihat bahwa penurunan atau kenaikan biaya promosi berbanding terbalik pada saat biaya promosi tinggi volume penjualan turun dan biaya promosi rendah justru penjualan naik.

## 4. Pembahasan

### 4.1. Analisa Regresi

Pengelola data regresi dilakukan beberapa tahapan untuk mengetahui hasil prediksi, Analisa regresi digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel independen dapat memprediksi, analisa regresi dapat digunakan untuk memutuskan apakah ingin menaikkan biaya promosi atau menurunkan biaya promosi untuk lebih jelasnya maka dapat dilihat dari hasil pengolahan data melalui Program SPSS Versi 19 di bawah ini.

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized		Standardize		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2435197.40	1747057.80		1.394	.201
	Biaya Promosi	.324	.079	.821	4.075	.004

a. Dependent Variable: Volume penjualan

Dari perhitungan diatas maka dapat dimasukan dalam persamaan Regresi sederhana sebagai berikut:

$$Y = 2.435.197,400 + 0.821X$$

Hasil dari uji koefisien, pada bagian ini di kemukakan nilai konstanta = 2435.197.400 dan beta adalah sebesar 0,821 serta harga t = hitung sebesar 4,075 serta tingkat signifikansi 0,004. dari tabel di atas dapat di peroleh persamaan perhitungannya adalah :  $Y = 2435.197.400 + 0.821X$ . hal ini menunjukkan bahwa apa bila adanya kenaikan 1 Rupiah biaya promosi maka akan mempengaruhi Volume penjualan sebesar 0.821 dan apabila terjadi penurunan 1 Rupiah biaya promosi akan mempengaruhi Volume penjualan sebesar 0.821

### 1. Determinasi ( $R^2$ )

Hubungan antara Variabel Independen terhadap Variabel dependen untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini

#### Model Summary<sup>b</sup>

R	R Squared	Adjusted R Squared	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
				R Squared Change	F	df	df2	Sig. F
.821 <sup>a</sup>	.675	.634	1981288.129		16.604	1	8	.004

a. Predictors: (Constant), Biaya Promosi

b. Dependent Variable: Volume penjualan

Hasil dari tabel model summary pada bagian ini di tampilkan nilai R= 0,821 dan Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,634 (adalah pengkuadratan dari koefisien korelasi, atau  $0,821 \times 0,821 = 0,634$ ). Hal ini menunjukkan pengertian bahwa penjualan (Y) di pengaruhi oleh Biaya promosi (X), sedangkan sisanya ( $1 - 0,634 = 0,366$ ) jelaskan oleh sebab-sebab faktor yang lain. R berkisar pada angka 0 sampai 1, dengan catatan semakin kecil angka R, semakin lemah hubungan kedua variabel.

### 2. Uji Simultan

Statistik F atau uji signifikansi simultan, pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen Y. Uji F ini dilakukan dengan membandingkan Fhitung dengan nilai Ftabel pada taraf nyata = 0,05. Uji F mempunyai pengaruh signifikan apabila Fhitung lebih besar dari Ftabel atau probabilitas kesalahan kurang dari 5% ( $P < 0,05$ ).

#### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	65179591208 142.360	1	651795912081 42.360	16.604	.004 <sup>a</sup>
	Residual	314040211918 57.652	8	392550264898 2.207		
	Total	965836124000 00.020	9			

a. Predictors: (Constant), Biaya Promosi

### ANOVAb

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	65179591208 142.360	1	651795912081 42.360	16.604	.004 <sup>a</sup>
	Residual	314040211918 57.652	8	392550264898 2.207		
	Total	965836124000 00.020	9			

#### b. Dependent Variable: Volume Penjualan

Hasil perhitungan analisis *Full Model Regression* dengan bantuan program SPSS Versi 19 diperoleh Fhitung sebesar 16,604 dengan tingkat probabilitas 0.004 (signifikan). Sedangkan Ftabel sebesar 1,859 dengan demikian maka Fhitung lebih besar dari Ftabel ( $16,604 > 1,859$ ) dan juga probabilitas jauh lebih kecil dari 0.05, berarti bahwa hipotesis penelitian ini dapat diterima kebenarannya. Yaitu biaya promosi dapat meningkatkan Volume penjualan pada Dekranasda.

### 3. Uji T

Dari hasil perhitungan diatas seperti pada table IV. 3 Nampak nilai koefisien dari biaya Promosi sebesar 0,821 dengan konstanta sebesar 2435.197.400 hal ini menunjukkan bahwa apabila tidak ada biaya promosi yang dikeluarkan oleh pemerinatah melalui Dekranasda maka Volum penjualan sebesar Rp 2435.197.400 dan apa bila ada tambahan biaya Promosi maka penjualan produk kerawang gayo dari 130 jenis motif dan type akan naik sbeesar 0,821. Naik turunya biaya yang dikeluarkan pemerintah khusus untuk Dekranasda tergantung dari jumlah berapa kali Dekranasda mempromosikan produk kerajinan kerrawang melalui Event-event atau pekan raya dan lainnya. Untuk tahun 2020 hasil rencana kerja menunjukkan biaya promosi akan mengalami kenaikan hal ini menurut anggapan pemerintah karena produk kerawang gayo harus lebih baik

### Referensi

- Asnawir, Usman Basyiruddin, (2002) *Media Pembelajaran*, Ciputat Pers, Jakarta Selatan.
- Assauri (2011) *Manajemen Pemasaran*. Edisi sembilan, Penerbit PT. Raja Grafindo Persada Jakarta.
- Apriadi Tamburaka 2012, *Agenda setting media massa*, Penerbit : Rajawali Pers, Bandung.
- Arikunto Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi. Penerbit : Rineka Cipta.Jakarta
- Buchari Alma. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung.
- Henry Simanjuntak. (2013). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan*. (<http://pubon.blogspot.com/2013/02/faktor-faktor-yang-mempengaruhi-volume.html>, diakses 22 Januari 2014).
- Kasmir dan Jakfar. (2012). *Studi Kelayakan Bisnis*. Kencana. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi (2006) *Manajemen Pemasaran Jasa edisi 2*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.

- Nurrachmi, I., Maharani, D., Syahidin, S., Maulana, W., Nurhayati, Y., Sugiarto, M., ... & Yusdita, E. E. (2021). KEWIRAUSAHAAN POLA PIKIR, PENGETAHUAN DAN KETERAMPILAN.
- Rangkuti Freddy 2009. *Mengukur Efektivitas Program Promosi dan Analisis Kasus Menggunakan SPSS*. Penerbit Gramedia Pustaka Utama Bandung.
- Rudianto. (2009). *Pengantar Akuntansi*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Swastha. (2007). *Manajemen Barang dalam Pemasaran*. Cetakan Kedua BPFE, Yogyakarta.
- Syahidin, S. (2020). Pengaruh Dana Alokasi Umum (DAU) Terhadap Kemiskinan di Kabupaten Aceh Tengah. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 2(1), 1-15.
- Syahidin, S., & Erma, E. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Sere Wangi Di Kecamatan Terangun Kabupaten Gayo Lues. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 3(2), 76-88.
- Syahidin, S. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penawaran Cabai Merah Di Kecamatan Rusip Antara Kabupaten Aceh Tengah. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 3(2), 51-64.
- Syahidin, S., & Ramadhan, M. (2022). Prospek Pengembangan Usaha Alwa Kangen Water Di Kecamatan Bukit Kabupaten Bener Meriah. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 4(1), 43-53.
- Syahidin, S., & Adnan, A. (2022). Analisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 4(1), 20-32.
- Solihatini dan Raharjo. 2007 *Analisis Model. Pembelajaran IPS* penerbit Rineka Cipta. Jakarta.