



# Jurnal Online Program Studi Pendidikan Ekonomi

ISSN-e 2502-275255

Vol. 4, No. 4, Oktober 2019, Hal: 118-124

Available Online at <http://ojs.uho.ac.id/index.php/jopspe>

---

## ANALISIS HARGA DAN PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA TOKO ATLET KENDARI

**Wa Ode Narita<sup>1)\*</sup>, Murniati<sup>2)</sup>, Sabrin<sup>3)</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi/Jurusan Pendidikan Ekonomi, Universitas Halu Oleo, Alamat Jln. H.E.A Mokodompit Kampus Hijau Bumi Tridharma Anduonohu, Kota Kendari, Indonesia.

### Abstrak

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana analisis Harga Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Toko Atlet Kendari ? Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana analisis harga dan promosi terhadap volume penjualan Pada Toko Atlet . Jenis data penelitian ini adalah penelitian data kualitatif. Informasi penelitian ini adalah manajer dan karyawan toko. Metode pengumpulan data yaitu studi lapangan, wawancara, dan dokumentasi. Metode analisis data yaitu analisis elastisitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga dan promosi yang dijalankan sudah cukup baik dan biaya promosi mengalami fluktuatif (naik/turun) dari tahun ketahun. Sedangkan untuk jumlah volume penjualan kostum olahraga futsal dan voli pada Toko Atlet Kendari mengalami peningkatan dari tahun ketahun. Setiap ada penambahan biaya promosi maka akan diikuti pula peningkatan jumlah volume penjualan kostum olahraga futsal dan voli tetapi apabila biaya promosi berkurang maka akan diikuti pula penurunan jumlah volume penjualan kostum olahraga futsal dan voli pada perusahaan.

**Kata kunci:** Harga; Promosi; Volume; Penjualan

### PENDAHULUAN

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan perkembangan teknologi, maka dunia usaha mengalami perkembangan pesat ditandai dengan munculnya perusahaan – perusahaan yang berusaha menciptakan produk dan jasa guna memenuhi kebutuhan konsumen. Perkembangan usaha memberikangambaran bahwa kesejahteraan masyarakat semakin meningkat, sehingga menyebabkan peningkatan daya beli masyarakat. Dari sisi lain, perkembangan mengakibatkan timbulnya persaingan yang semakin ketat. Perusahaan yang awalnya memiliki pangsa pasar cukup besar dan daerah pemasaran yang luas, kini mereka dituntut agar bekerja lebih efisien dan efektif pada saat itu maupun yang akan datang. Usaha mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, salah satu persoalan yang sangat penting adalah pemasaran. Dalam pemasaran, bagaimana supaya barang atau jasa tersebut terjual dan memberikan rangsangan agar konsumen mau membeli, lalu mereka merasa puas dengan apa yang didupatkannya. Setiap perusahaan menganut sistem pemasaran yang berbeda tergantung kebutuhan dari perusahaan tersebut. Secara teoritik, kebijakan yang ditempuh oleh perusahaan dalam memasarkan hasil produksinya adalah kombinasi dari empat bagian pemasaran yang dikenal dengan marketing mix, terdiri atas: bagaimana menciptakan suatu produk, penetapan harga, pelaksanaan promosi, dan memilih saluran distribusi. Kegiatan yang dimaksudkan yaitu: produk, harga, distribusi dan promosi. Salah satu unsur kegiatan dari ke empat variabel di samping produk, harga, dan distribusi adalah promosi. Promosi sangat berpengaruh dalam pencapaian volume penjualan yang maksimal, karena meskipun produk

\* Korespondensi Penulis. E-mail: [mulihahalim993399@gmail.com](mailto:mulihahalim993399@gmail.com)

sudah ditawarkan dengan baik, harganya terjangkau, namun jika tidak disertai dengan promosi yang baik penjualan tidak akan meningkat.

Namun fokus penelitian ini hanya berpusat pada tiga faktor yaitu harga jual, promosi dan volume penjualan. Harga jual merupakan salah satu faktor yang sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan dan pencapaian tujuan perusahaan tersebut. Harga jual merupakan hal-hal yang sangat penting dan mempengaruhi penjualan atas barang atau jasa yang dihasilkan. Bagi manajemen penentuan harga jual produk dan jasa bukan hanya merupakan kebijakan dibidang pemasaran atau bidang penjualan melainkan merupakan kebijakan yang berkaitan dengan seluruh aspek kegiatan perusahaan. Suatu jenis produk dan jasa yang dihasilkan oleh banyak perusahaan barang kali dalam penentuan harga jualnya relatif tidak banyak dijumpai masalah. Dalam keadaan tersebut pada umumnya masing-masing perusahaan tidak dapat secara langsung mempengaruhi tinggi rendahnya harga jual produk atau jasa yang dihasilkannya.

Faktor yang sangat berpengaruh dengan volume penjualan adalah harga dan promosi. Dalam kegiatan pemasaran promosi sangat perlu dilakukan oleh perusahaan yaitu untuk mempengaruhi atau membujuk konsumen agar tertarik pada produk yang ditawarkan agar dapat meningkatkan volume penjualan. Dalam strategi pemasaran yang baik maka dapat meningkatkan volume penjualan yang lebih tinggi dari sebelumnya.

Bagi perusahaan karyanya melakukan promosi agar penjualan di toko Atlet dapat dikenal oleh pelanggan atau masyarakat. Sehingga dapat berpengaruh yang baik bagi perusahaan dalam mencapai tingkat penjualan alat olahraga dan dengan promosi yang dilakukan dapat mempermudah para konsumen mengetahui produk- produk yang ada di perusahaan. Semua kegiatan pemasaran pada umumnya ditunjukkan untuk meningkatkan volume penjualan.

Di Kendari sendiri sudah banyak perusahaan yang menjual perlengkapan dan alat olahragadan letaknya pun sangat strategis sehingga mudah dijumpai salah satunya penjualan alat olahraga yaitu yang secara online. Persaingan antar perusahaan olahraga menjadi sangat ketat, sehingga setiap perusahaan perlu memiliki strategi khusus untuk menghadapi persaingan agar tujuan yang diinginkan dapat tercapai. Salah satu perusahaan olahraga yang ada di Kendari adalah Toko Atlet yang terletak di Jl. DR.Sam Ratulangi, Mandonga, Kota Kendari. Toko atlet tersebut berada di lingkungan masyarakat dan pasar.

Harga jual yang ditetapkan di toko atlet sebesar 10% dari harga pembelian pada setiap barang yang dijual, hal ini dilakukan untuk menutup biaya yang dikeluarkan oleh Toko Atlet untuk membeli barang-barang dari produsen. Toko Atlet juga menetapkan diskon kepada konsumen yang membeli dalam jumlah banyak tergantung jenis barangnya, hal ini dilakukan oleh Toko Atlet agar mampu menarik minat konsumen dan dijadikan ajang promosi oleh Toko Atlet. Toko Atlet tidak memasang baner untuk memberikan informasi kepada calon konsumen tetapi hanya memasang nama toko didepannya sehingga konsumen mengalami kesulitan tentang produk/barang yang ada di toko atlet. Toko Atlet masih mengalami kesulitan menentukan harga sesuai kondisi masyarakat sekarang ini sehingga harga yang ditawarkan masih dianggap cukup tinggi bagi konsumen di bandingkan dengan harga yang ditawarkan di toko-toko lain seperti jual beli online yang sudah dikenal oleh banyak orang dan harga yang ditawarkan terjangkau.

Faktor-faktor di atas sangat membutuhkan perhatian untuk meningkatkan penjualan, hal itu dikarenakan faktor promosi dan harga memegang peran penting dalam sebuah kegiatan usaha demi menunjang tingkat penjualan. Peneliti sangat tertarik untuk mengetahui lebih jauh lagi tentang Toko Atlet yang terletak di Jl. DR.Sam Ratulangi, Mandonga, Kota Kendari.

Berkaitan dengan pentingnya masalah harga dan promosi, maka hal ini perlu diperhatikan oleh perusahaan / toko atlet, yakni sebuah perusahaan yang bergerak dibidang penjualan perlengkapan dan alat olahraga, dimana dalam upaya untuk mengantisipasi

persaingan yang semakin ketat dengan perusahaan dagang lainnya, serta untuk lebih meningkatkan penjualan perlengkapan alat olahraga, maka perusahaan perlu melakukan evaluasi mengenai penetapan harga dan promosi apa saja yang dilakukan oleh perusahaan dalam meningkatkan penjualannya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas yang berkaitan dengan harga dan promosi dalam meningkatkan volume penjualan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Analisis Harga Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Kostum Futsal Dan Voli Pada Toko Atlet Kendari. Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah Bagaimana Analisis Harga Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Toko Atlet Kendari?; Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui analisis harga dan promosi terhadap volume penjualan pada toko atlet kendari.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilaksanakan pada salah satu perusahaan/toko Atlet di kota Kendari atau cabang mandonga kendari Provinsi Sulawesi Tenggara. Waktu pelaksanaan direncanakan pada bulan april sampai dengan bulan mei 2019. Pemilihan perusahaan/toko atlet di kota kendari bahwa dengan pertimbangan di lokasi ini analisis harga dan promosi lebih cenderung mendapatkan perhatian dari manager toko atlet sehingga berdampak pada penjualan produk menjadi lebih meningkat. Subyek penelitian dalam penelitian ini adalah manager dan karyawan toko Atlet/olaraga yang mempunyai pengetahuan lebih jauh tentang toko atlet/olaraga supaya data yang diperoleh sesuai yang dibutuhkan oleh peneliti. Data yang diambil adalah data penjualan toko Atlet. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: 1) Studi Lapangan (Field Research), 2) Wawancara, 3) Dokumentasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus persentase perubahan jumlah barang yang diminta dibagi dengan persentase perubahan harga tersebut.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang menggambarkan pendapatan bagi perusahaan. akan tetapi, keputusan mengenai harga tidak mudah untuk dilakukan . Di satu sisi, harga yang terlalu mahal dapat meningkatkan laba jangka pendek, tetapi disisi lain akan sulit dijangkau oleh konsumen. Untuk mengawali pengumpulan data tentang harga pada toko olahraga Atlet Kendari peneliti melakukan wawancara dengan Bpk.Abdullah Bafaddal memaparkan bahwa penetapan harga Atlet Kendari untuk setiapbarang sebesar 10% dari harga beli. Hal ini dilakukan agar konsumen dapatmembeli barang yang lebih murah dengan kualitas barang yang sama,sehingga konsumen tidak perlu melakukan penawaran terhadap produk yangdijual pada toko Atlet Kendari. Atlet Kendari juga menurunkanharga pada periode waktu tertentu untuk menarik konsumen, sepertidisebutkan bahwa Atlet Kendari memberikan potongan harga, Toko Atlet Kendari juga menyesuaikan perkembangan pangsa pasar untuk menaikkan danmenurunkan harga jual untuk produk yang dijual. (Wawancara dilaksanakan pada bulan April dan Mei 2018).

Lebih lanjut peneliti melakukan wawancara dengan karyawan Toko Atlet Kendari dan menjelaskan bahwa Atlet Kendari selalu mengikuti ketetapan hargayang telah ditentukan sepenuhnya oleh manager Atlet Kendari sehinggapenjualan setiap barang pihak karyawan tidak bisa menentukan hargapenawaran yang diminta oleh konsumen. Untuk itu setiap barang yangdijual kepada konsumen karyawan cukup memberikan pelayanan untukmenjual barang kepada konsumen. (Wawancara dilaksanakan pada bulanApril dan Mei 2018).

Untuk mendukung data tersebut, peneliti juga melakukan silangpendapat dengan konsumen Atlet Kendari dan menjelaskan bahwa setiapbarang-barang yang ada di toko Atlet

Kendari telah ditentukan 10% dari harga pembelian dan masih bisa terjangkau sehingga konsumen tidak pernah melakukan tawar-menawar ketika membeli barang di toko Atlet Kendari. Konsumen mengetahui bahwa Atlet Kendari menetapkan harga 10% dari harga beli dari karyawan Toko Atlet Kendari. (Wawancara dilaksanakan pada bulan April dan Mei 2018).

Untuk memperkuat data hasil wawancara di atas, peneliti melakukan observasi di toko Atlet Kendari. Peneliti melihat bahwa aktivitas jual beli pada toko Atlet Kendari terlihat cukup ramai, ini diasumsikan karena ketentuan harga 10% dari pembelian sehingga terjangkau khususnya untuk kalangan mahasiswa dan masyarakat umum. (Observasi dilaksanakan pada bulan April dan Mei 2018).

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan dapat dipaparkan bahwa ketentuan harga untuk penjualan pada toko Atlet Kendari ditentukan 10% dari harga pembelian. Hal ini dilakukan agar mahasiswa dan masyarakat umum memiliki daya beli yang tinggi terhadap peralatan olahraga, mengingat produk-produk alat olahraga relatif lebih mahal dibandingkan dengan produk-produk lain. Selain itu untuk menutup biaya yang dikeluarkan oleh Atlet Kendari guna pembelian barang-barang yang dijual di Toko Atlet Kendari. Dengan demikian toko Atlet Kendari terus berkembang seiring dengan bertambahnya modal secara bertahap.

Merujuk pada hasil wawancara, dokumen dan hasil observasi di atas dapat penulis paparkan bahwa ketentuan harga penjualan pada setiap barang di toko Atlet Kendari telah ditentukan 10% dari harga pembelian pada setiap barang. Hal ini ditempuh sebagai upaya agar toko Atlet Kendari mampu memfasilitasi mahasiswa dan masyarakat pada umumnya untuk membeli barang yang berkualitas dengan harga yang relatif murah sehingga dapat terjangkau oleh semua kalangan. Selain itu sebagai upaya transparansi harga beli pada konsumen sehingga konsumen menjadi lebih yakin dengan barang-barang yang dibeli karena konsumen mengetahui harga beli dari setiap barang-barang yang dijual di toko Atlet Kendari.

Menurut peneliti, harga yang ditetapkan oleh Atlet Kendari tidak terlalu mahal sehingga masih dapat terjangkau oleh mahasiswa dan masyarakat umum. Dengan demikian diharapkan dapat meningkatkan penjualan barang-barang yang ada di Atlet Kendari itu sendiri. Berdasarkan di atas, maka dapat dikatakan bahwa volume penjualan per unit kostum bola voli dan kostum futsal selalu mengalami peningkatan dari tahun ke tahun begitupun dengan volume penjualannya dalam rupiah. Jika dilihat dari tahun 2013 sampai tahun 2017, nilai volume penjualannya selalu menunjukkan peningkatan yang signifikan.

Kemudian dapat kita lihat nilai penjualan berdasarkan data harga jual kostum per pasang untuk setiap tahunnya di Toko Atlet Kendari. Berdasarkan penjelasan di atas, dengan menggunakan rumus elastisitas harga permintaan maka dapat dikatakan bahwa nilai penjualan kostum futsal dan voli meningkat setiap tahunnya. Dimana nilai perkembangan harga penjualan dan volume penjualan bernilai positif di setiap tahunnya. Sehingga elastisitas harga permintaan terhadap penjualan kostum futsal dan voli meningkat pula.

Untuk memperoleh informasi tentang promosi peneliti juga melakukan wawancara dengan manajer Atlet Kendari. Dari hasil wawancara tersebut diperoleh informasi tentang promosi. Atlet Kendari memasang banner sebagai alat promosi dan menggunakan metode *word of mouth* untuk mempromosikan produk yang ada, Atlet Kendari juga mensponsori dan ikut berpartisipasi dalam kegiatan olahraga yang berada di lingkungan kampus Muhammadiyah Kendari sebagai ajang untuk mempromosikan kepada masyarakat dalam jumlah yang lebih besar. Sedangkan untuk volume penjualan peneliti memperoleh informasi bahwa Atlet Kendari dapat mengalami peningkatan penjualan dan penurunan penjualan walaupun tidak terlalu signifikan. Lebih lanjut peneliti juga memperoleh informasi tentang strategi promosi pada toko Atlet Kendari dengan memberikan diskon sebesar 7% untuk pembelian di atas Rp. 100.000,00. Hal ini senada dengan yang diungkapkan oleh Bpk.

Abdullah Bafaddal memaparkan bahwa Toko Atlet Kendari menerapkan diskon 10% untuk pembelian dalam jumlah banyak.

Hal ini dilakukan untuk menarik konsumen agar membeli barang-barang di Toko Atlet Kendari. Strategi ini sudah dipikirkan secara matang-matang sehingga tidak ada yang merasa dirugikan dan penjualan di Atlet Kendari pun diharapkan dapat mengalami peningkatan untuk menunjang pendapatan. Menurut Bapak Abdullah Bafaddal bahwa bentuk-bentuk promosi yang diterapkan Atlet Kendari untuk meningkatkan intensitas penjualan meliputi: a) Diskon, Layanan diskon ini berlaku apabila konsumen membeli barang dengan harga pembelian di atas seratus ribu rupiah dengan mendapatkan diskon 7%; b) Kupon hadiah Layanan ini diberikan kepada setiap konsumen apabila melakukan pembelian di atas lima puluh ribu rupiah. c) sponsor, d) Spanduk, e) Baner. (Wawancara yang dikutip pada bulan April dan Mei 2018)

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan manajer Toko Atlet Kendari memperoleh informasi tentang bentuk-bentuk promosi yang dilakukan oleh Atlet Kendari seperti yang sudah terulis di atas. Atlet Kendari menetapkan diskon kepada konsumen yang melakukan pembelian dalam jumlah banyak, hal ini dilakukan supaya menarik minat konsumen. Atlet Kendari juga menetapkan kupon hadiah kepada konsumen yang melakukan pembelian di Atlet Kendari yang akan diundi disetiap akhir bulan atau periode.

Hal ini merupakan strategi Toko Atlet Kendari untuk menarik konsumen sehingga konsumen datang lagi untuk membeli barang-barang di Toko Atlet Kendari. Atlet Kendari juga mensponsori kegiatan olahraga yang diadakan di lingkungan kampus. Hal ini merupakan strategi promosi yang dilakukan oleh Atlet Kendari kepada skala yang lebih besar dan diharapkan orang membaca dan mengetahui sehingga mereka tertarik untuk membeli peralatan olahraga di Toko Atlet Kendari. Selain itu Atlet Kendari juga memasang baner di depan toko agar mempermudah para calon konsumen untuk datang ke Toko Atlet Kendari.

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan melakukan potongan harga (discount) kepada konsumen yaitu jika konsumen melakukan pembelian perlengkapan olahraga dalam jumlah besar yaitu diatas 20 pasang maka akan diberikan discount 10 %, disamping itu dimaksudkan untuk dapat merangsang konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Hal ini merupakan strategi Toko Atlet untuk menarik konsumen sehingga konsumen datang lagi untuk membeli barang-barang di Toko Atlet.

Berdasarkan penjelasan tersebut di atas, dapat dilihat bahwa biaya promosi yang dikeluarkan oleh Toko Atlet Kendari pada tahun 2013 sebesar Rp 450.000 dan pada tahun 2014 sebesar Rp 636.000, pada tahun ini mengalami peningkatan sebesar Rp 186.000 dengan persentase 41,3% untuk biaya promosi. Sedangkan untuk tahun 2015 biaya promosi mengalami penurunan sebesar Rp 625.000 dengan selisih penurunan biaya sebesar Rp 11.000 atau dengan persentase sebesar 1,7%. Sementara untuk tahun 2016 mengalami peningkatan biaya promosi sebesar Rp 752.000 dengan selisih kenaikan yaitu sebesar Rp 127.000 atau dengan persentase kenaikan sebesar 20,3%. Nmun pada tahun 2017 mengalami penurunan biaya promosi sebesar Rp300.000 dengan persentase 60,1% dan selisih penurunan biaya promosi sebesar Rp 452.000.

Perkembangan Volume Penjualan Kostum Futsal dan Voli pada Toko Olahraga Atlet Kendari. Menurut pendapat Bapak Sulistiyono memaparkan bahwa aktivitas penjualan dapat dikatakan cukup ramai, hal ini dapat dilihat dari padatnya pengunjung yang ingin berbelanja di Atlet Kendari guna memenuhi kebutuhan mereka. Untuk itu saya selalu menghimbau kepada seluruh karyawan untuk memberikan pelayanan dengan baik dan ramah sehingga para pengunjung merasa nyaman dan puas. Karyawan Atlet Kendari juga terus dihimbau untuk memberikan informasi tentang barang-barang yang akan dibeli konsumen sehingga konsumen dapat mempertimbangkan barang mana yang terbaik yang akan dibeli.

Berdasarkan table menunjukkan perkembangan nilai penjualan yang dicapai Toko Atlet Kendari mengalami peningkatan setiap tahunnya, dimana dapat dilihat pada table di atas bahwa terjadi peningkatan penjualan setiap tahunnya pada masing-masing produk alat-alat olahraga khususnya kostum futsal dan voli. Hal tersebut bisa terlihat pada tahun 2013 nilai penjualan yang dihasilkan sebesar Rp 5.550.000, selanjutnya pada tahun 2014 nilai penjualan yang dihasilkan sebesar Rp 6.804.000 berarti mengalami peningkatan sebesar Rp 1.254.000 atau mengalami peningkatan rata-rata sebesar 22,6 %. Pemasaran selanjutnya pada tahun 2015 volume penjualan yang dihasilkan sebesar Rp 7.645.000 mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya yakni sebesar Rp 841.000 atau mengalami peningkatan sebesar 12,4%. Kemudian pada tahun 2016 dan 2017 terjadi peningkatan drastis dari tahun-tahun sebelumnya dengan nilai rata-rata perkembangan volume penjualan sebesar 59,3% pada tahun 2016 dan 65,3% pada tahun 2017. Hal ini disebabkan yang pertama adanya peningkatan atau naiknya permintaan konsumen akibat ketersediaan produk, kedua selalu melaksanakan aktivitas promosi seperti menyediakan potongan harga, bonus, event, dan yang ketiga tidak terbatasnya biaya operasional promosi yang disediakan perusahaan sehingga usaha untuk meningkatkan hasil penjualan dapat terlaksana sepenuhnya.

Terjadinya peningkatan jumlah nilai penjualan dari tahun 2013-2017 disebabkan karena aktivitas penjualan perusahaan yang sangat bagus, kegiatan distribusinya lancar, biaya promosi yang dikeluarkan perusahaan untuk melaksanakan kegiatan promosi mendukung, sehingga kegiatan promosi yang dilakukan berjalan dengan baik, kualitas produk sangat mendukung untuk kepuasan konsumen, daya beli konsumen dan selera masyarakat terhadap produk alat-alat olahraga khususnya kostum futsal dan voli menjadi meningkat, karena disebabkan banyaknya event-event olahraga yang selalu diadakan di Kota Kendari, sehingga menyebabkan banyaknya permintaan kostum olahraga khususnya kostum futsal dan voli. Dengan demikian jika diperhitungkan secara keseluruhan jumlah volume penjualan yang di hasilkan Toko Atlet Kendari mengalami peningkatan sebesar 159,6% rata-rata per tahun 2013 - 2017.

Berdasarkan jumlah promosi yang dilakukan pada tahun 2013 adalah sebesar Rp 450.000 sedangkan untuk jumlah nilai penjualan adalah Rp 5.550.000 pada tahun ini terlihat bahwa setiap kenaikan 1 % pada biaya promosi akan dapat meningkatkan nilai penjualan sebesar 12,33 %. Selanjutnya pada tahun 2014 untuk jumlah biaya promosi sendiri sebesar Rp 636.000 jumlah biaya promosi ini mengalami peningkatan atau sebesar 41,3% dari tahun sebelumnya. Sedangkan untuk nilai penjualannya sebesar Rp 6.804.000 jumlah ini mengalami peningkatan atau sebesar 22,6 % pada tahun ini terlihat setiap kenaikan 1 % pada biaya promosi akan meningkatkan nilai penjualan sebesar 10,69 %. Sedangkan pada tahun 2015 jumlah biaya promosi sebesar Rp 625.000 atau mengalami penurunan sebesar 1,7 %. Untuk nilai penjualan tahun 2015 berjumlah Rp 7.645.000 jumlah ini juga mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya atau 37,7 % pada tahun ini terlihat setiap kenaikan 1 % pada jumlah biaya promosi yang dilakukan oleh Toko Atlet Kendari akan meningkatkan nilai penjualan sebesar 12,23 %. pada tahun 2016 jumlah biaya promosi sebesar Rp 752.000 atau mengalami peningkatan sebesar 20,3% dari tahun sebelumnya. Sedangkan nilai penjualannya berjumlah Rp 12.180.000, dimana jumlah ini juga mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya yaitu sebesar 59,3%, pada tahun ini terlihat setiap kenaikan 1 % pada jumlah biaya promosi yang dilakukan oleh Toko Atlet Kendari akan meningkatkan nilai penjualan sebesar 16,20 %. Dan pada tahun 2017 jumlah biaya promosi sebesar Rp 300.000, dimana jumlah ini mengalami penurunan sebesar 60,10 % dari tahun sebelumnya. Untuk nilai penjualan tahun pada tahun 2017 adalah sebesar Rp 20.130.000, dimana jumlah ini juga mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya atau sebesar 159,6% pada tahun ini terlihat setiap kenaikan 1 % pada jumlah biaya promosi yang dilakukan oleh Toko Atlet Kendari akan meningkatkan nilai penjualan sebesar 123,4%.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Harga dan promosi yang dilakukan oleh Atlet Kendari sudah cukup baik. Hal ini terlihat dari data penjualan yang dilakukan oleh Atlet Kendari pada tahun 2013-2017 yang meningkat dari tahun ke tahun. Penetapan harga dan promosi yang dilakukan oleh Atlet Kendari dapat menjunjung tingkat penjualan sehingga Atlet Kendari dapat memperoleh pendapatan yang lumayan besar sehingga dapat digunakan modal untuk membeli barang-barang lain lagi agar stok barang yang ada di Atlet Kendari akan semakin banyak dan lebih komplit lagi dan diharapkan tingkat penjualannya dapat lebih meningkat. Adapun aktivitas penjualan di Atlet Kendari untuk tahun 2013-2017 secara umum mengalami peningkatan ini terlihat dari data penjualan yang peneliti ambil dari Toko Atlet Kendari.

Jumlah biaya promosi yang dilakukan pada Toko Atlet Kendari mengalami fluktuatif (naik/turun) dari tahun ketahun. Sedangkan untuk jumlah volume penjualan kostum olahraga futsal dan voli pada Toko Atlet Kendari mengalami peningkatan dari tahun ketahun. Setiap ada penambahan biaya promosi maka akan diikuti pula peningkatan jumlah volume penjualan kostum olahraga futsal dan voli tetapi apabila biaya promosi berkurang maka akan diikuti pula penurunan jumlah volume penjualan kostum olahraga futsal dan voli pada perusahaan

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Adisaputro, Gunawan, 2010, Manajemen Pemasaran (Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran), Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Yogyakarta.
- Agustina, Shinta, 2011, Manajemen Pemasaran, Cetakan Pertama, penerbit: Universitas Brawijaya Press (UB Press), Malang.
- Amstrong, Gary dan Kotler, Philip 2008, Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Arianty. 2014. Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan. Jurnal Riset Akuntansi & Bisnis. Vol. 14 (1).
- Dharmmesta Basu Swasta dan Handoko, Hani, 2000, Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen, Edisi Pertama, BPFE, Yogyakarta.
- Frendy o. dkk, (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Distribusi Terhadap Volume Penjualan Roti Jorda CV. Minahasa Mantap Perkasa. Jurnal Emba Vol.3 (1) Maret . Diakses Tanggal 1 Maret 2015. Hal 254-265.
- Gitosudarmo, Indriyo, 2008, Manajemen Pemasaran , edisi kedua, cetakan keenam, Penerbit : BPFE – Yogyakarta
- Iqbal Hasan. (2002). Pokok-pokok Materi Metode Penelitian dan Aplikasinya. Yogyakarta:Ghalia
- Megalia dkk. 2017. Analisis Strategi Bauran Promosi terhadap Volume Penjualan. Jurnal Emba. Vol. 12 (2) : 161-169
- Philip Kotler, Keller, 2009, Manajemen Pemasaran , edisi ketiga belas jilid 1, Penerbit : Erlangga, Jakarta
- Rangkuti Freddy, 2009, Strategi Promosi Yang Kreatif , edisi pertama, cetakan pertama, Penerbit : Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Schiffan. (2005). Volume Penjualan. Jakarta: Rineka Cipta.
- Siswanto Sutojo, 2009, Manajemen Pemasaran , edisi kedua, Penerbit : Damar Mulia Pustaka, Jakarta
- Suparyanto ,Rosad, 2015, Manajemen Pemasaran , IN MEDIA Anggota IKAPI, Bogor.
- Swasta, Basu. (2002). Manajemen Penjualan. Yogyakarta: Liberty