

Pengaruh Biaya Marketing Terhadap Peningkatan Keuntungan Penjualan Usaha Tani Sayuran Hidroponik (Studi Kasus Pada Jlfarm Hidroponik Kecamatan Kalidoni Palembang)

Pingkan Clara¹, Fadilla², Choiriyah³

Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri

Email: Pingkanclara22@gmail.com, dilla@stebisigm.ac.id, choiriyah@stebisigm.ac.id

Abstrak

Penelitian ini membahas pengaruh biaya marketing terhadap peningkatan keuntungan penjualan pada JLFarm Hidroponik. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh biaya marketing terhadap peningkatan keuntungan penjualan pada JLFarm Hidroponik. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh biaya marketing terhadap peningkatan keuntungan penjualan pada JLFarm Hidroponik. Pada Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yaitu metode analisis yang berdasarkan perhitungan yang dilakukan oleh peneliti dengan indikasi variabel yang digunakan adalah variabel (Y) sebagai variabel terikat sedangkan variabel bebasnya adalah (X) biaya marketing. Data dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh langsung oleh peneliti pada tempat yang diteliti yaitu JLFarm Hidroponik Palembang. Metode yang digunakan untuk menguji penelitian ini menggunakan uji *normalitas*, uji *regresi linear* sederhana, uji *parsial* (t) dan uji *determinasi* (R^2) yang dibantu program SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan pada biaya marketing terhadap peningkatan keuntungan penjualan pada JLFarm Hidroponik.

Kata Kunci: *Biaya Marketing, Peningkatan, Keuntungan Penjualan*

Abstract

This research discusses the influence of marketing costs on increasing sales profits at JLFarm Hydroponics. The formulation of the problem in this research is whether there is an influence of marketing costs on increasing sales profits at JLFarm Hydroponics. The aim of this research is to analyze the effect of marketing costs on increasing sales profits at JLFarm Hydroponics. This research uses a type of quantitative research, namely an analysis method based on calculations carried out by researchers with an indication that the variable used is the variable (Y) as the dependent variable while the independent variable is (X) marketing costs. The data in this research uses primary data obtained directly by researchers at the place studied, namely JLFarm Hidroponik Palembang. The method used to test this research uses the normality test, simple linear regression test, partial test (t) and determination test (R^2) assisted by the SPSS version 25

Page 829 of 836

program. The results of this research show that there is a positive and significant influence on marketing costs on increasing profits sales at JLFarm Hydroponics.

Keywords: *Marketing Costs, Increase, Sales Profits*

Pendahuluan

Indonesia merupakan negara agraris yang memiliki potensi untuk dikembangkan. Salah satu komoditas pertanian yang berpotensi untuk dikembangkan yaitu komoditas hortikultura. Hortikultura merupakan bagian dari sektor pertanian yang terdiri atas sayuran, buah-buahan, tanaman hias, dan biofarmaka. Komoditas hortikultura mempunyai nilai ekonomi yang tinggi, sehingga usaha agribisnis hortikultura (buah, sayur, florikultura dan tanaman obat) dapat menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat. (Indriasti,2013).

Peningkatan konsumsi sayuran hasil budidaya secara hidroponik memberikan peluang besar untuk pengusaha sayuran hidroponik. Hasil panen sayuran hidroponik biasanya dijual di supermarket atau masyarakat golongan menengah keatas dan memiliki harga jual yang tinggi dibandingkan sayuran konvensional. Peluang untuk mendapatkan keuntungan yang besar pada pasar sayuran hidroponik untuk kalangan menengah keatas menjadi daya tarik produsen sayuran hidroponik. (Siahaan, Memah, and Maweikere 2022)

Teknologi hidroponik memiliki banyak keunggulan dibandingkan dengan teknik bertanam secara tradisional. Keunggulan hidroponik antara lain ramah lingkungan, produk yang dihasilkan higienis, pertumbuhan tanaman lebih cepat, kualitas hasil tanaman dapat terjaga, dan kuantitas dapat lebih meningkat. Sayuran yang diproduksi dengan sistem hidroponik juga menjadi lebih sehat karena terbebas dari kontaminasi logam berat industri yang ada di dalam tanah, segar dan tahan lama serta mudah dicerna. (Indriasti,2013).

Usaha sayuran dengan teknologi hidroponik memiliki banyak keunggulan dibandingkan dengan sistem konvensional, yaitu ramah lingkungan, produk yang dihasilkan higienis dan sehat, pertumbuhan tanaman lebih cepat, kualitas hasil tanaman dapat terjaga, dan kuantitas dapat lebih meningkat. Sayuran yang dihasilkan dengan

menggunakan teknologi hidroponik memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan sayur konvensional namun biaya yang diperlukan tinggi. Oleh karena itu, segmen pasar yang dituju umumnya yaitu kalangan ekonomi menengah ke atas. (Nengsi 2023)

Harga produk hidroponik yang relatif sangat tinggi dibandingkan dengan harga sayuran konvensional yang dijual di pasar. Fenomena ini disebabkan oleh biaya produksi yang sangat tinggi, seperti biaya pemeliharaan dan pengendalian hama terhadap tanaman karena tidak menggunakan pestisida. Untuk memulai bisnis, perlu dilakukan analisis usaha untuk mengetahui sejauh mana kelayakan usahanya dan layak atau tidak dikembangkannya usaha tersebut. (Siahaan et al. 2022)

Dengan kualitas yang tinggi dan segmen pasar yang khusus tersebut, sayuran hidroponik dapat dijual dengan harga premium atau harga yang lebih jauh lebih tinggi dibandingkan dengan harga pasar. Sayuran hidroponik yang diproduksi dipasarkan ke supermarket, dan restoran. Dengan semakin majunya teknologi dalam era globalisasi ini, setiap perusahaan berusaha untuk selalu meningkatkan kualitas produksinya maupun manajemen pemasarannya dengan tujuan memaksimalkan keuntungan-keuntungan sesuai target yang diinginkan oleh setiap perusahaan. Persaingan yang semakin ketat dalam dunia bisnis telah merambah ke semua sektor usaha (bisnis), sehingga kompetisi yang ada antara perusahaan semakin ketat. (Indriasti 2013).

Pada era modern seperti pada zaman sekarang ini, manusia mampu melakukan berbagai kegiatan di dalam rumah ataupun di dalam kantor tanpa harus terjun secara langsung dengan kendaraan lain dan berpanas-panasan di jalan. dengan adanya teknologi internet, manusia dapat melakukan banyak hal seperti bersosialisasi, bertegur sapa dengan teman jauh maupun dekat, membaca buku, memperoleh berbagai informasi, bahkan berbelanja secara *online*. (Hayyi 2021)

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang penelitian di atas, maka peneliti

tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Biaya Marketing Terhadap Peningkatan Keuntungan Penjualan Usaha Tani Sayuran Hidroponik Kecamatan Kalidoni Palembang”.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan atau *scoring*. Jadi, data kuantitatif merupakan data yang memiliki kecenderungan dapat dianalisis dengan cara atau teknik statistik. Data kuantitatif ini berupa data dokumentasi laporan keuangan dan Observasi langsung (Sugiono, 2018).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018) data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat atau gambar. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Pada metode ini disebar dengan metode kuantitatif karena analisis statistik. Dengan adanya pendekatan kuantitatif bertujuan dalam mengukur data dan mengaplikasikan statistik untuk menganalisis data. Alat yang digunakan dalam pendekatan kuantitatif adalah kuesioner yang disebarakan kepada sampel dari populasi yang diberikan.

Hasil Dan Pembahasan

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah ada model regresi variable terikat dan variable bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Untuk mengui kenormalan dan dalam penelitian ini dilihat dari Kolmogorov-smirnov, menurut ghozali (2018) apabila data terdistribusi normal jika nilai signifikansi pada Kolmogorov-smirnov 0,05 begitu juga sebaliknya apabila nilai signifikansi pada Kolmogorov-smirnov 0,05 maka data tidak terditribusi normal. Adapun hasil uji normalitas pada variabel terikat dan variabel bebas penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 4.5 Uji Normalitas
 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		36
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2687.25957597
Most Extreme Differences	Absolute	.143
	Positive	.143
	Negative	-.072
Test Statistic		.143
Asymp. Sig. (2-tailed)		.060 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber data diolah SPSS 25

Dapat dilihat pada tabel yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,60 yang mana lebih dari 0,05 hal ini dapat dikatakan data pada biaya marketing dan keuntungan berdistribusi normal.

Uji Analisis Regresi Linier Sederhana

Uji Linier Sederhana adalah suatu analisis yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel terhadap variabel yang lain. Uji regresi sederhana ini peneliti akan menggunakan SPSS. Analisis regresi linier sederhana merupakan hubungan antara variabel mempengaruhi atau variabel bebas (X) dan variabel dipengaruhi atau variabel terikat (Y). Rumus dari analisis regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$Y = a + bX$ Keterangan :

Y = Subjek dalam variabel dependen yang dipresiksi a = Nilai konstan

b = angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada perubahan variabel independen.

Bila (+) arah garis naik dan bila (-) arah garis turun.

X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

Tabel 4.6 Uji Analisis Regresi Linier Sederhana

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
(Constant)	165.368	1173.985		.141	.889
X	12.739	2.365	.679	5.387	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber Hasil Uji Pengelolaan SPSS 25

Dari hasil uji regresi linier sederhana diatas dapat dilihat dari tabel coefficients maka dapat disusun persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 165.368 + 12.739 X$$

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa kontanta sebesar 165.368 artinya bahwa nilai konsisten variabel dependen adalah sebesar165.368. koefisien regresi variabel X sbesar 12. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif. Dan dapat dilihat juga bahwa nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh biaya marketing terhadap keuntungan pada JLFarm Hidroponik Palembang.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran untuk mengetahui persentase kesesuaian atau ketepatan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi. Koefisien regresi digunakan untuk mengukur

seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu.

Tabel 4.7 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.679 ^a	.460	.445	2726.492

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Sumber Hasil Uji Pengelolaan SPSS 25

Hasil dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai R square sebesar 0,460 atau besarnya nilai koefisien determinasi sebesar 46,0 %. Angka tersebut berarti menunjukkan bahwa dapat dijelaskan biaya marketing dan keuntungan sedangkan sisanya yaitu 54,0 % dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

Uji T

Analisis uji t digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam tabel uji “ANOVA” ditabel Uji Signifikansi akan diketahui jika nanti nilainya lebih kecil dari pada 0,05, berarti ada pengaruh antara biaya marketing terhadap peningkatan keuntungan penjualan.

Tabel 4.8 Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	165.368	1173.985		.141	.889
X	12.739	2.365	.679	5.387	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber Hasil Uji Pengelolaan SPSS 25

Diketahui nilai sig. untuk variabel Biaya Marketing (X) terhadap Keuntungan (Y) sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $5,387 > 2,03893$ dari t tabel maka H1 diterima yang artinya terdapat pengaruh biaya marketing terhadap keuntungan.

Simpulan

Berdasarkan penelitian tentang pengaruh biaya marketing terhadap peningkatan keuntungan penjualan JLFarm Hidroponik Palembang, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian secara parsial uji (t) menunjukkan bahwa biaya marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Keuangan yang dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $5,387 > 2,03893$ hal ini menunjukkan bahwa semakin besar Biaya Marketing akan semakin meningkat keuntungan penjualan.
2. Hasil pengujian determinasi (R^2) diperoleh nilai sebesar 0,460 atau besarnya nilai koefisien determinasi 46,0% angka tersebut berarti menunjukkan bahwa dapat dijelaskan biaya marketing dan keuntungan sedangkan sisanya yaitu 54,0 % dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Ghozali, Imam. (2018). "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9," (Semarang: UNDIP), hlm. 51
- Hafit, Muhamad, Gugus Irianto, and Lilik Purwanti. (2018). "Journal of Accounting And." 2(March):253-72.
- Hayyi, A. (2021). "Analisis Pendapatan Usahatani Sayuran Hidroponik (Kasus: Serua Farm, Depok)." *Repository.Uinjkt.Ac.Id*.
- Haeruddin dan Jamali, H. (2022). Pengantar Akuntansi (Proses Akuntansi Jasa, Dagang, Manufaktur) Dilengkapi Contoh Kasus dan Penyelesaiannya serta Soal Praktik. Yogyakarta: Deepublish. Diakses dari <https://books.google.co.id/books>.
- Hardani. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu.
- Haruman, T. dan Rahayu, S. 2007. Penyusunan Anggaran Perusahaan. Edisi kedua. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hery. (2016). Analisis Laporan Keuangan: Integrated and Comprehensive Edition. Jakarta. PT. Grasindo.
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2015). Standar Akuntansi Keuangan. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiono, Metode Penelitian Bisnis, Bandung : Alfabeta, 2013.
- Sugiono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R& D, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sugiono, Metode Penelitian pendidikan: Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung : Alfabeta, 2013.
- Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan, Bandung: ALFABETA, 2016.
- Swastika, S., A. Yulfida, Y. Sumitro. *Budidaya Sayuran Hidroponik (Bertanam Tanpa Media Tanah)* (Pekanbaru-Riau: Balai Pengkajian Teknologi Pertanian (BPTP), 2018)
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Suharya, Y., et.al. (2022). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran terhadap Laba Bersih pada CV. Berkah Jaya General Supplier Snack Food. *Jurnal Bina Akuntansi*, 8 (2). 145-166. Diakses dari <https://wiyatamandala.ejournal.id>.

Pengaruh Biaya Marketing Terhadap Peningkatan Keuntungan Penjualan Usaha Tani Sayuran Hidroponik (Studi Kasus Pada Jlfarm Hidroponik Kecamatan Kalidoni Palembang)
Pingkan Clara, Fadilla, Choiriyah