

PENGARUH JUMLAH KONSUMEN DAN JUMLAH METER KAIN TERHADAP TINGKAT PENJUALAN HASIL PRODUKSI KAIN SUTRA DI TOKO SUTERA INDAH

Andi Yuniarti¹, Andi Nurwana²

STIE Lamadukelleng Sengkang

E-mail : andiyuniarti75@gmail.com, andinurwana63@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Jumlah Konsumen dan Jumlah Meter Kain terhadap Jumlah Penjualan pada Toko Sutera Indah. Populasi penelitian ini adalah data-data jumlah konsumen, jumlah meter kain dan tingkat penjualan di Toko Sutera Indah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Hasil regresi linier berganda menunjukkan nilai koefisien regresi jumlah konsumen (X_1) sebesar -9,161 dengan nilai signifikansi sebesar 0,209 dan nilai koefisien jumlah meter kain (X_2) sebesar 5,931 dengan nilai signifikansi sebesar 0,048 yang artinya pada jumlah konsumen (X_1) tidak terdapat pengaruh antara tingkat penjualan (Y), namun pada jumlah meter kain (X_2) terdapat pengaruh antara tingkat penjualan (Y). (2) Hasil uji t pada jumlah konsumen (X_1) menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar -1,352 sedangkan pada jumlah meter kain (X_2) menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar 2,293. yang artinya pada jumlah konsumen (X_1) tidak terdapat pengaruh antara tingkat penjualan (Y), namun pada jumlah meter kain (X_2) terdapat pengaruh antara tingkat penjualan (Y). (3) Hasil Koefisien Determinasi (adjusted R square), yaitu pengaruh jumlah konsumen dan jumlah meter kain sebesar 0,410 (41%) terhadap tingkat penjualan. (4) Hasil Uji F (Anova) menunjukkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ (3,127 > 4,26) yang berarti variabel jumlah konsumen dan jumlah meter kain tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan.

Kata Kunci : Konsumen, Jumlah Meter Kain, Tingkat Penjualan, Hasil Produksi

LATAR BELAKANG

Salah satu industri yang diwariskan secara tradisional dan turun temurun adalah industri kerajinan tenun sutera terkhusus pada industri rumah tangga yang pada awalnya kegiatan kerajinan tenun sutera masih berupa usaha sampingan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan sendiri kerajinan ini telah diarahkan untuk membuat produk yang dapat dijadikan sebagai mata pencaharian pokok dan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, terutama bagi masyarakat pedesaan industri tenun sutera ini pusat aktivitas ekonomi

masyarakat yang berbasis pada kearifan lokal. namun kini industri kerajinan rakyat itu berkembang menjadi sentra industri kecil dimana terdapat sekitar 4.982 orang pengrajin kain sutera dengan jumlah produksi sekitar 99.640 sarung per tahun sedang jumlah pengrajin alat tenun bukan mesin sekitar 227 orang dengan produksi sekitar 1.589.000 meter kain sutera per tahun.

Kabupaten wajo merupakan ibukota dari kota sengkang yang memiliki julukan kota sutera dari julukan itu menggambarkan komoditas industri

andalan daerah ini, yaitu industri persuteraan alam kota sengkang. Kain sutra menjadikan Ibu Kota Kabupaten Wajo semakin akrab di telinga dan hati orang - orang yang telah berkunjung di kota ini. Kehalusan dan kelembutan tenunan kain sutra sengkang bahkan sudah dikenal di mancanegara sehingga Kota Sengkang Dijuluki sebagai Kota Sutra. Industri pertenunan ini bukan hanya di sekitar Kota Sengkang tapi juga menyebar di beberapa kecamatan. Walaupun wajo dikenal sebagai industri persuteraan alam di Sulawesi Selatan. Namun sebagian besar bahan bakunya berasal dari kabupaten soppeng, Enrekang ataupun impor. Hampir semua kecamatan di daerah Sengkang ditemukan kegiatan persuteraan dimulai dari kegiatan proses hulu sampai ke hilir, kegiatan pemeliharaan ulat sutera hingga proses pemintalan menjadi benang sutra yang kemudian ditenun menjadi selempar kain sutra.

Salah satu bahan baku utama dalam pembuatan sutra yaitu kain sutra. Kain sutra terbuat dari kokon menjadi kepompong sehingga menghasilkan kain sutra. Tanaman Murbei adalah sebuah tanaman yang merupakan tanaman utama dalam pemeliharaan ulat sutera sehingga keberadaan mutlak dibutuhkan dalam kegiatan persuteraan alam pemelihara ulat sutera. Penanaman Murbei yang sentra ditemui pengembangannya di Kecamatan Takkalalla, kecamatan Sabbangparu dan hingga Kecamatan Gilireng dengan menempati luas lahan sekitar 240 hektar menggunakan sistem penanaman berupa pertanaman murni, pertanaman tumpang sari, dan tanaman pekarangan. Dalam pengembangan sutera dengan menggunakan ulat sutera, untuk

menghasilkan sutera yang baik itu dilakukan pemilihan kokon yang baik.

Produk hasil pemeliharaan ulat sutera adalah kokon. Dapat dilihat dari keberhasilan kualitas kokon dan jumlah yang dihasilkan. Sampai saat ini produksi kokon yang selalu dihasilkan oleh pemeliharaan ulat sutera di kabupaten wajo berkisar dari 18-40 kg per box, atau sekitar 416.771 kg kokon per tahun.

Namun tantangan yang masih terjadi adalah mutu produk hasil kokon yang ada masih tergolong rendah yang berdampak pada rendahnya harga jualnya sehingga berpengaruh terhadap pendapatan dan kesejahteraan petani pemeliharaan ulat sutera.

Kelebihan kain sutera yaitu daya serap yang cukup baik, halus dan nyaman digunakan. Adapun kekurangan kain sutera adalah mudah robek karena cenderung tipis serta perlu perhatian khusus dalam hal mencuci dan menyetraka.

Jenis kain sutera

1. *Tafeta Silk*

merupakan jenis kain sutra mengkilap yang terkesan mewah terlebih jika ditambah dengan border.

2. *Raw Silk*

memiliki permukaan mengkilap dengan tekstur kainnya yang tidak rata atau berserat

3. *Dupion Silk*

karakteristik *dupion silk* serupa dengan *raw silk* namun agak kusut dan lebih tipis dibandingkan *raw silk*

4. *Thai Silk*

kain sutra *thai silk* yang terkesan mewah memiliki permukaan yang mengkilap dan tidak kaku sehingga sangat nyaman saat digunakan.

Walaupun demikian hampir semua produk hasil tersebut masih terserap oleh pasar disebabkan karena tingginya permintaan pasar. Pengembangan kapasitas petani dan teknologi yang lebih maju dan kelembagaannya perlu mendapat perhatian demi meningkatkan produksi dan kualitas kokon yang dihasilkan di masa yang akan datang. Maka dari itu, sangat diperlukan adanya penerapan fungsi-fungsi manajemen dalam pelaksanaan proses produksi. Namun dalam proses produksi tentu ingin berjalan lancar sesuai dengan rencana dan produk yang diperoleh dengan tepat kualitas, tepat waktu, tepat jumlah dengan biaya yang efisien. Itu semua dapat diperoleh dengan dukungan sistem produksi yang baik dan dengan pengendalian proses produksi yang tepat. Proses produksi terdiri dari tahapan-tahapan yang berurutan dan saling terkait yang dapat mempengaruhi hasil akhir dari produk. Proses pengendalian produksi merupakan salah satu diantara beberapa kegiatan manajemen yang mempunyai peranan penting karena merupakan penunjang langsung terhadap kegiatan produksi dan juga terhadap kualitas produk sehingga volume penjualan dapat meningkat. Bahwa dalam menjaga kualitas produk tentunya harus mampu mengendalikan proses produksi sehingga proses produksi dapat berjalan sesuai yang direncanakan dan dapat menghasilkan produk yang berkualitas dan menarik konsumen. Seperti halnya pada proses produksi kain sutra sangat dibutuhkan proses produksi.

Proses pemasaran kain sutra merupakan bagian terpenting dari usaha pembangunan industri secara menyeluruh, karena merupakan pengaman dan pendorong peningkatan kain sutra.

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain (Kotler dan Armstrong, 2016: h.7).

Dalam kenyataan pemasaran kain sutra menghadapi mata rantai yang rumit. Kenyataan menunjukkan pula bahwa keterlibatan pengusaha permintaan kain sutra dalam proses pemasaran hasilnya terbatas, sehingga peningkatan produksi sering tidak diimbangi dengan peningkatan pendapatan, karena rendahnya harga yang diterima. Dalam beberapa tahun yang lalu Kabupaten Wajo terkenal dengan produk kain sutranya, hingga saat ini permintaan kain sutra cukup tinggi. Walaupun jumlah dan kualitasnya belum seperti yang dibutuhkan konsumen. Namun tetapi dewasa ini produk produsennya. Sementara itu mendapat saingan dari kain sutra impor dan produk dari daerah-daerah lain sehingga kain sutra lokal kurang bisa bersaing.

Umumnya produktivitas kain sutra alat tenun bukan mesin (ATBM) di kabupaten wajo relatif rendah dengan mutu yang beragam, banyak faktor yang menyebabkan mutu kain sutra seperti mutu benang yang kurang baik, manajemen usaha, kurangnya pengetahuan dalam proses produksi, permodalan yang dimiliki produsen.

Penampilan mutu kain sutra pada akhirnya akan menentukan harga kain sutra di pasaran. Selain itu kondisi alat tenun bukan mesin (ATBM) yang terpencar di rumah-rumah penduduk, yang kadang kala jauh dari pusat perekonomian yang mengarah kepada terbentuknya rantai tataniaga yang panjang.

Hal ini terjadi karena adanya peran hierarki dari para pedagang perantara yang cenderung menambah kompleksitas upaya perbaikan mutu kain sutra. Kegiatan pengembangan persuteraan di kabupaten wajo dapat ditemui di semua kecamatan yang ada namun khusus dalam pengembangan persuteraan alam dan produksi benang sutera terkonsentrasi di kecamatan sabbangparu dan daerah pengembangannya tersebar di Kecamatan Pammana, Kecamatan Tempe, Kecamatan Bola, Kecamatan Gilireng, dan Kecamatan Majauleng. Sedangkang sentra industri penenunan sutera terdapat di Kecamatan Tanasitolo dan Kecamatan Pammana.

Latar belakang orang wajo yang dikenal dengan memiliki jiwa entrepreneurship yang tinggi berdampak pada tingginya motivasi mereka untuk pengembangan komoditas sutera dengan berkreasi dan selalu mencari inovasi baru serta menciptakan berbagai macam produk asal sutera bahkan menjalin hubungan kerjasama dengan pengusaha-pengusaha pertekstilan dari pulau jawa termasuk designer-designer ternama Indonesia.

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Konsumen dapat dikelompokkan yakni konsumen antara dan konsumen akhir. Konsumen antara adalah distributor, agen dan pengecer. Mereka membeli barang bukan untuk dipakai, melainkan untuk diperdagangkan. Sedangkan pengguna barang adalah konsumen akhir (Suryani, 2015:12). Antara produsen dan konsumen akhir terdapat beberapa bentuk perantara

pemasaran yang fungsinya adalah menyalurkan produk ke konsumen.

Tingkat penjualan atau banyaknya produk yang diproduksi untuk dijual tergantung dari seberapa besar harga pembelian bahan baku tersebut. Hal ini dikarenakan laba yang diinginkan oleh perusahaan tidak maksimal, sebab jika harga produk dinaikkan guna mengimbangi harga bahan baku yang semakin meningkat, maka permintaan pasar akan berkurang (Djarwanto, 2015:13).

Kenaikan tingkat penjualan yang dinyatakan dalam rupiah bahwa belum tentu menunjukkan atau mencerminkan unit yang dijual semakin besar, mungkin kenaikan itu disebabkan naik harga jual barang tersebut yang mungkin juga diikuti kenaikan tingkat harga. Pemasaran modern menghendaki lebih daripada pengembangan produk yang baik, menetapkan harga yang bersaing dan memungkinkan dijangkau pelanggan sasaran.

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, adapun rumusan masalah sebagai berikut

1. Bagaimanakah pengaruh jumlah konsumen terhadap tingkat penjualan hasil produksi kain sutra di toko Sutera Indah?
2. Bagaimanakah pengaruh jumlah meter kain terhadap tingkat penjualan hasil produksi kain sutra di toko Sutera Indah?
3. Bagaimanakah tingkat penjualan hasil produksi kain sutra di toko Sutera Indah?

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, Pendekatan penelitian menggunakan pendekatan gabungan antara pendekatan kuantitatif dan pendekatan kualitatif. Penulis menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengolah data-data yang diperoleh dari lokasi penelitian, Sedangkan Pendekatan kualitatif digunakan untuk lebih menyempurnakan data/informasi terkait dengan masalah penelitian.

Sumber data primer penelitian ini yaitu data yang diperoleh langsung melalui hasil penelitian terhadap obyek yang diteliti. Dalam penelitian ini pengumpulan data melalui angket (kuesioner) yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden agar responden tersebut memberikan jawabannya.

Instrumen pertanyaan dalam kuesioner penelitian bersifat tertutup karena jawaban sudah tersedia disediakan oleh peneliti sehingga responden tinggal memilih. Untuk data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung atau penelitian arsip yang dapat diperoleh dari melalui jurnal, majalah, buku, data statistik maupun riset internet. Adapun sumber lainnya adalah berupa informasi-informasi dari pihak terkait yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti, seperti peraturan perusahaan, serta referensi lainnya yang relevan dengan permasalahan yang diteliti.

Penelitian ini adalah merupakan penelitian berdasarkan data sekunder, maka dalam penelitian ini populasinya data-data jumlah, konsumen, jumlah meter kain terhadap tingkat penjualan Sutera Indah, maka dalam penelitian ini yang dijadikan sampel dari populasi yaitu data-data jumlah konsumen, jumlah meter

kain dan tingkat penjualan Sutera Indah per Juli 2020 – Juni 2020.

Metode pengumpulan data yang digunakan untuk penelitian ini adalah observasi dan dokumentasi, metode observasi peneliti gunakan untuk memperoleh data antara lain tentang laporan, catatan-catatan pengunjung atau konsumen, jumlah kebutuhan bahan serta hasil-hasil penjualan Sutera Indah dan dokumentasi yaitu mempelajari dokumen dokumen sehubungan dengan tingkat kinerja organisasi pada Kantor Desa Nepo Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo, mencari dan mengumpulkan data mengenai hal-hal yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen, rapor, agenda, dan sebagainya. Metode dokumentasi ini dimaksudkan untuk memperoleh data berdasarkan sumber data yang di Sutera Indah yaitu data-data jumlah konsumen, jumlah meter kain dan tingkat Penjualan serta struktur organisasi dan pembagian tugas.

Analisis Data

Untuk mengetahui besarnya pengaruh antara Jumlah konsumen (X_1) dan jumlah meter kain (X_2) terhadap tingkat penjualan hasil produksi kain sutra (Y) pada toko Sutera indah digunakan formulasi regresi linear berganda. Regresi adalah suatu analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap dependen. Formulasi sebagai berikut :

1. Regresi Linear Berganda

$$Y = b_0 + b_{1x1} + b_{2x2}$$

Dimana :

Y = Kriteria atau variabel responden (variabel tergantung)

b_0 = konstanta

X_1 = jumlah konsumen

X_2 = jumlah meter kain

b_i = koefisien *predictor* 1 dan 2

Selanjutnya nilai b_0, b_1, b_2 , dihitung

dengan menyelesaikan persamaan simultan menggunakan program SPSS 26.

2. Uji T

Uji - t atau dikenal dengan istilah uji parsial adalah pengujian untuk mengetahui pengaruh masing – masing variabel jumlah konsumen (X_1) dan jumlah meter kain (X_2) terhadap tingkat penjualan hasil produksi (Y) dengan cara membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} pada tingkat signifikan tertentu. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka hipotesis diterima.

3. Uji F

Uji F (Anova) atau dikenal dengan istilah uji simultan/anova adalah pengujian untuk mengetahui pengaruh bersama – sama antara variabel jumlah konsumen (X_1) dan jumlah meter kain (X_2) terhadap tingkat penjualan hasil produksi (Y) dengan cara membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} pada tingkat signifikan tertentu. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis diterima. Setelah hasil telah diketahui dengan menggunakan formulasi di atas maka hasilnya kita kategorikan ke dalam pengaruh y.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Dalam penelitian ini dikumpulkan data dengan cara observasi dan wawancara langsung kepada pemilik toko Sutera Indah. Dengan pengumpulan data

laporan/catatan pengunjung/konsumen dan data penjualan yang dilakukan sendiri oleh peneliti di toko Sutera Indah Kabupaten Wajo.

1. Jumlah Konsumen Toko Sutera Indah per Juli 2018 – Juni 2020

Tabel 1 : Jumlah Konsumen Toko Sutera Indah Per Juli 2018 – Juni 2020

No	Tahun	Bulan	Jumlah Konsumen
1.	2019	Juli	150
		Agustus	186
		September	210
		Oktober	240
		November	190
		Desember	279
2.	2020	Januari	310
		Februari	325
		Maret	330
		April	345
		Mei	360
		Juni	340

Sumber : Data Olahan Peneliti

Dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa perkembangan konsumen pada Toko Sutera Indah pada bulan Juli 2019 hingga Agustus 2020 stabil yaitu dari 150 orang di bulan Juli dan 186 orang di bulan Agustus. Menurut penjelasan yang ada bahwa pada September 2019 sampai Oktober 2020 mengalami peningkatan jumlah konsumen, yaitu 210 orang di bulan September dan 240 orang di bulan Oktober. Sedangkan pada bulan November jumlah konsumen mengalami penurunan yaitu 190 orang konsumen. Pada bulan Desember 2020 hingga Juni 2020 jumlah konsumen mengalami peningkatan yang signifikan yaitu, 279 orang di bulan Desember, 310 orang di bulan Januari, 325 orang di bulan Februari, 330 orang di bulan Maret, 345 orang di bulan April, 360

orang di bulan Mei dan di bulan Juni 340 orang konsumen.

Dari data di atas dapat dijelaskan bahwa jumlah rata – rata dalam setiap hari konsumen yang datang berkunjung membeli dan memesan kain sutera di Toko Sutera Indah antara 10 – 12 orang konsumen.

2. Jumlah Meter Kain terjual pada Toko Sutera Indah

Tabel 2 : Jumlah Meter Kain terjual Toko Sutera Indah Per Juli 2019 – Juni 2020.

No.	Tahun	Bulan	Jumlah Meter Kain (mtr)
1.	2010	Juli	155
		Agustus	187
		September	240
		Oktober	310
		November	210
		Desember	285
2.	2020	Januari	320
		Februari	336
		Maret	372
		April	600
		Mei	775
		Juni	600

Sumber : Data Olahan Peneliti

Dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa perkembangan jumlah meter kain pada Toko Sutera Indah pada bulan Juli 2019 hingga Agustus 2019 stabil yaitu dari 155 meter kain di bulan Juli dan 187 meter kain di bulan Agustus. Menurut penjelasan yang ada bahwa pada September 2019 mengalami penurunan yaitu 240 meter kain dan pada bulan Oktober terjadi peningkatan sebesar 310 meter kain, pada bulan November sampai bulan Desember terjadi penurunan sebesar 210 meter kain pada bulan November dan 285 meter kain.

3. Tingkat Penjualan Toko Sutera Indah Per Juli 2019 – Juni 2020

Tabel 3 : Tingkat Penjualan Toko Sutera Indah Per Juli 2019 – Juni 2020

No.	Tahun	Bulan	Jumlah Penjualan (Rp)
1.	2019	Juli	7.750.000
		Agustus	9.350.000
		September	12.000.000
		Oktober	15.500.000
		November	10.500.000
		Desember	14.250.000
2.	2020	Januari	16.000.000
		Februari	16.800.000
		Maret	18.600.000
		April	30.000.000
		Mei	38.750.000
		Juni	30.000.000

Sumber : Data Olahan Peneliti

Dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa perkembangan jumlah meter kain pada Toko Sutera Indah pada bulan Juli 2019 hingga Agustus 2019 stabil yaitu dari Rp. 7.750.000,- di bulan Juli dan Rp. 9.350.000,- di bulan Agustus. Menurut penjelasan yang ada bahwa pada bulan September 2020 sampai bulan Oktober mengalami peningkatan yaitu Rp. 12.000.000,- pada bulan September dan pada bulan Oktober sebesar Rp. 15.500.000,- pada bulan November mengalami penurunan penjualan sebesar Rp. 10.500.000,-.

Menurut penjelasan yang ada bahwa pada bulan Desember 2019 sampai Juni 2020 penjualan mengalami peningkatan penjualan. Pada bulan Desember sebesar Rp. 14.250.000,- , pada bulan Januari sebesar Rp. 16.000.000,- , pada bulan Februari sebesar Rp. 16.800.000,- , pada bulan Maret sebesar Rp. 18.600.000,- , pada bulan April

sebesar Rp. 30.000.000,- , pada bulan Mei Rp. 38.750.000,-.

Pembahasan

Analisis regresi linier berganda dapat digunakan untuk mengetahui terdapat atau tidaknya dari pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sehingga dalam penelitian ini sangat berari digunakan agar dapat mengetahui terdapat atau tidaknya pengaruh pada variabel bebas jumlah konsumen (X_1) dan jumlah meter kain (X_2) terhadap jumlah penjualan (Y) Pada Toko Sutera Indah selama periode Juli 2019- Juni 2020.

a. Model Summary

Koefisien determinasi yang digunakan untuk mengetahui bagaimana besar hubungan dari beberapa variabel dalam pengertian yang tergolong lebih akurat dan jelas. Pada koefisien determinasi ini akan menjelaskan bagaimana besar perubahan suatu variabel yang dapat dijelaskan melalui perubahan yang dihasilkan pada variabel lain (Ashari&Santosa, 2005:125).

Untuk analisisnya menggunakan output SPSS versi 26 yang dapat dilihat berdasarkan dari tabel dibawah sebagai berikut:

Tabel 4.

Model Summary

Jumlah Konsumen (X_1) dan Jumlah Meter Kain (X_2) terhadap Jumlah Penjualan (Y)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.640 ^a	.410	.279	916.48498

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
-------	---	----------	-------------------	----------------------------

a. Predictors: (Constant), Jumlah Meter Kain, Jumlah Konsumen

Sumber : Data diolah, SPSS versi 22

Berdasarkan pada tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa jumlah konsumen dan jumlah meter kain berpengaruh sebesar 0,410 (41%) terhadap jumlah penjualan.

b. Coefficients

Tabel 5

Coefficients

Jumlah Konsumen (X_1) dan Jumlah Meter Kain (X_2) terhadap Jumlah Penjualan (Y)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	1031.025	1209.547		.852	.416
Jumlah Konsumen	-9.161	6.774	-.623	-1.352	.209
Jumlah Meter Kain	5.932	2.587	1.056	2.293	.048

a. Dependent Variable: Jumlah Penjualan

Sumber : Data diolah, SPSS versi 22

Berdasarkan dari analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan maka diperoleh rumus regresi sebagai berikut:

$$Y = 1031,025 + (-9,161)X_1 + 5,932 X_2 + e$$

Untuk membandingkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} maka nilai yang didapat yaitu:

Nilai t_{hitung} pada jumlah konsumen (X_1) sebesar -1,352 sedangkan pada jumlah meter kain (X_2) sebesar 2,293 berdasarkan

hasil dari perhitungan menggunakan SPSS versi 22.

$$t_{tabel} = \text{Langkah Kerja}$$

$$t_{tabel} = t \left(\frac{\alpha}{2} \right) (n - 2)$$

$$t_{tabel} = t \left(\frac{0,05}{2} \right) (12 - 2)$$

$$t_{tabel} = t (0,025) (10) \quad t_{tabel} = t 2,228$$

c. Uji F

Tabel 6

Uji F (Anova)

Jumlah Konsumen (X_1) dan Jumlah Meter Kain (X_2) terhadap Tingkat Penjualan (Y)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1Regres sion	5252966 .279	2	2626483 .139	3.127	.093 ^b
Residu al	7559502 .388	9	839944. 710		
Total	1281246 8.667	11			

a. Dependent Variable: Jumlah Penjualan

b. Predictors: (Constant), Jumlah Meter Kain, Jumlah Konsumen

Sumber : Data diolah, SPSS versi 22

Untuk membandingkan nilai F_{hitung} dan F_{tabel} maka nilai yang didapat yaitu:

Nilai F_{hitung} sebesar 3,127 berdasarkan hasil dari perhitungan dengan menggunakan SPSS versi 26.

$$D_f = \text{Langkah Kerja}$$

$$D_f 1 = k - 1$$

$$D_f 2 = n - 3$$

$$D_f 1 = 3 - 1$$

$$D_f 2 = 12 - 3$$

$$D_f 1 = 2$$

$$D_f 2 = 9$$

$F_{tabel} = 4,26$ dapat dilihat dari F_{tabel} dengan $D_f 1 = 2$ sedangkan $D_f 2 = 9$.

Berdasarkan tabel 4.7 secara simultan X_1 dan X_2 terhadap Y . Pada tabel yang telah diolah nilai F_{hitung} sebesar 3,127 dengan nilai signifikansi 0,093. Nilai $F_{hitung} (3,127) > F_{tabel} (4,26)$, dan nilai signifikansi $0,093 > 0,05$ jadi H_1 ditolak dan H_0 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jumlah konsumen (X_1) dan jumlah meter kain (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan (Y).

SIMPULAN

- Berdasarkan tabel 4 tentang model summary dapat disimpulkan bahwa variabel jumlah konsumen dan jumlah merek kain berpengaruh sebesar 0,410 (41%) terhadap jumlah penjualan.
- Berdasarkan tabel 5 tentang coefficients nilai sig 0,209 lebih besar dari pada nilai probabilitas 0,05, atau nilai $0,209 > 0,05$. Maka H_1 ditolak dan H_0 diterima. Pada jumlah konsumen (X_1) mempunyai t_{hitung} yakni -1,352 dengan hasil $t_{tabel} 2,228$. Jadi $t_{hitung} < t_{tabel}$ sehingga dapat disimpulkan bahwa jumlah konsumen (X_1) tidak memiliki kontribusi atau pada jumlah konsumen tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Berdasarkan pada kolom coefficients terdapat nilai sig 0,048 lebih kecil dari pada nilai probabilitas 0,05 atau nilai $0,048 < 0,05$. Maka H_1 diterima dan H_0 ditolak.

Pada jumlah meter kain (X_2) mempunyai t_{hitung} yakni 2,293 dengan hasil t_{tabel} 2,228. Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga dapat disimpulkan bahwa jumlah meter kain (X_2) memiliki kontribusi atau pada jumlah meter kain memiliki pengaruh yang signifikan terhadap jumlah penjualan (Y)

3. Berdasarkan uji F (Anova) yang digunakan agar dapat mengetahui variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Dari hasil yang didapat bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($3,127 > 4,26$) yang berarti variabel jumlah konsumen dan jumlah meter kain tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, Syamsul. 2019. *Penerapan Pemasaran Kain Sutra Melalui E-Business pada Industri Alat Tenun Bukan Mesin Di Kabupaten Wajo*.
- Andi Djemma, Siardin. 2020. *Pedoman Penulisan Skripsi*. Sengkang: STIE Lamaddukelleng Sengkang
- Bobby, Surya. 2015. *Pengaruh Jumlah Konsumen dan Jumlah Meter Kain terhadap Tingkat Penjualan Hasil Produksi CV. Paris International Tailor Jl. Jatiwaringin Raya No. 47 E Jakarta Timur*.
- Charles, 2009. *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Tingkat Penjualan (Studi Kasus pada Home Industry "Yoyong Djaya" di Cimahi)*.
- Ferdinand, A. (2002). *Kualitas Strategi Pemasaran: Sebuah Studi Pendahuluan*. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 1(1), 107-119.
- Firmansyah, M. Anang. 2019. *Pemasaran: Dasar dan Konsep*. Penerbit Qiara Media.
- Radiastuti, Radiastuti. 2016. *Perspektif Ekonomi Syariah Terhadap Produksi kain sutra di Kabupaten Wajo*. Diss. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Sunyoto, Danang. 2012. *Dasar-dasar manajemen pemasaran*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic publishing Service)
- Sudarsono, H. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. 2016. *Pemasaran*.
<https://ridwaniskandar.files.wordpress.com/2009/05/93-tingkat-penjualan>.
<https://dosenpintar.com/pengertian-konsumen/>