

PENGARUH INFLASI DAN BIAYA PENJUALAN TERHADAP OMSET PENJUALAN UD. HAFFIDZ PERABOT

Saryono, Budi Prijanto, S.E.,MM

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2008

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : inflasi

Abstraksi :

UD.Haffidz Perabot merupakan perusahaan perorangan yang bergerak dibidang perdagangan yang dalam operasional pemasarannya, menerapkan system direct marketing.Omset penjualan yang fluktuatif, memotivasi penulis untuk mengadakan penelitian penyebabnya.Sehingga penulis mencoba meneliti hubungan tingkat inflasi dan biaya penjualan terhadap omset penjualan. Adapun tujuan yang ingin penulis capai adalah untuk mengetahui pengaruh dan tingkat keeratan hubungan antara tingkat inflasi dan biaya penjualan terhadap omset penjualan UD.HAFFIDZ PERABOT. Selain itu, untuk mengevaluasi penyebab penurunan omset penjualan yang sebenarnya selanjutnya mencari jalan keluarnya. Dengan penelitian ini, penulis berharap dicapainya suatu manfaat baik secara akademis maupun secara praktis.Manfaat akademis yang ingin penulis capai yaitu menambah pemahaman mahasiswa terhadap pengertian inflasi , biaya penjualan dan omset penjualan.Selain itu, untuk menambah pemahaman mahasiswa terhadap korelasi inflasi dan biaya penjualan terhadap omset penjualan.Sedangkan manfaat praktis yang ingin penulis capai adalah memahami korelasi inflasi dan biaya penjualan terhadap omset penjualan serta mencari solusi dan strategi pemasaran guna meningkatkan kembali omset penjualan yang sempat menurun. Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data dengan cara observasi dan survey langsung dilapangan selanjutnya data diolah sesuai prosedur yang ada dalam buku buku literature.Artinya,selain mengadakan studi lapangan, penulis juga melakukan studi kepustakaan. Dari hasil penelitian, menghasilkan fungsi regresi linier berganda $X1c = 119,58 - 2,71 X2 + 12,08 X3$. Artinya,tingkat inflasi berhubungan tidak searah terhadap omset penjualan. Semakin tinggi tingkat inflasi, omset penjualan semakin menurun. Sebaliknya, biaya penjualan berbanding searah dengan omset penjualan. Semakin tinggi biaya penjualan, semakin tinggi pula omset penjualan. Setelah melihat hasil penelitian, penulis menyarankan supaya diciptakanya strategi pemasaran yang inovatif guna meningkatkan kembali omset penjualan.