

## **Pengaruh Strategi Operasional Terhadap Volume Penjualan di CV. Chandra Adi Darma Raya**

**Muhammad Iqbal<sup>1</sup>, Nuri Aslami<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, Indonesia

Email : <sup>1</sup>[muhammadiqbal@gmail.com](mailto:muhammadiqbal@gmail.com), <sup>2</sup>[nuriaslami@uinsu.ac.id](mailto:nuriaslami@uinsu.ac.id)

### **Abstrak**

Perusahaan bisa berhasil jika seni manajemen operasional terjamin dan dikelola secara efisien, artinya taktik operasional itu berpengaruh terhadap volume penjualan. Jika seni manajemen operasional tidak senantiasa ditingkatkan secara baik, kemungkinan volume penjualan akan menyusut. Persoalan yang hendak dicari jawabannya dalam penelitian ini bagaimana dampak antara strategi operasional terhadap volume penjualan serta seberapa besar imbas antara seni manajemen operasional terhadap volume penjualan pada CV. Chandra Adi Darma Raya Kecamatan Kotapinang Labuhanbatu Selatan. Sehubungan dengan dilema tersebut, diajukan hipotesis menjadi berikut, diduga bahwa seni manajemen operasional berpengaruh terhadap volume penjualan dan diduga bahwa strategi operasional berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada CV. Chandra Adi Darma Raya Kecamatan Kotapinang Labuhanbatu Selatan. Sejalan menggunakan masalah tersebut serta hipotesis penelitian ini dilaksanakan menggunakan metode kuantitatif, pengambilan data dengan cara wawancara, penelitian ini memakai indera analisis Uji korelasi, Regresi Linier Sederhana, Koefisien Determinasi ( $R^2$ ), dan Uji t. akibat penelitian ini menyatakan bahwa strategi operasional berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan di CV. Chandra Adi Darma Raya Kecamatan Kotapinang Labuhanbatu Selatan diterima.

**Kata kunci:** Operasional, Taktik, Volume Penjualan.

### ***Effect of Operational Strategy on Sales Volume in CV. Chandra Adi Darma Raya***

#### **Abstract**

*Companies can succeed if operational management is improved and managed efficiently, meaning that operational tactics affect sales volume. If senior management cannot be improved properly, it is likely that sales volume will shrink. The question to be answered in this research is how the impact of sales volume strategy and how much operations on senior management on sales volume in CV. Chandra Adi Great Service, Kotapinang District, South Labuhanbatu. In connection with the dilemma, the hypothesis is proposed, it is suspected that the art of management has an effect on sales volume and it is suspected that the operational strategy has a significant effect on the sales volume of CV. Chandra Adi Great Service, Kotapinang District, South Labuhanbatu. In line with these problems and the hypothesis this research was carried out using quantitative methods, data collection by interview, this study used correlation test analysis, Simple Linear Regression, Coefficient of Determination ( $R^2$ ), and t-test. as a result of this study states that the operational strategy has a significant effect on sales volume at CV. Chandra Adi Community Service, Kotapinang District, South Labuhanbatu was accepted.*

**Keywords:** Operations, Tactics, Sales Volume.

## PENDAHULUAN

Perkembangan pada dunia usaha ini semakin pesat mengakibatkan persaingan-persaingan yang semakin ketat di setiap jenis perjuangan baik yang beranjak di bidang industri, perusahaan dagang maupun jasa. pada dalam suatu perusahaan yang didirikan merupakan buat mencapai tujuan eksklusif, dan tidak seluruh perusahaan memiliki tujuan yang sama. Hal ini tergantung asal orientasi perusahaan (CV. Chandra Adi Darma Raya) didirikan, terdapat dua orientasi perusahaan tersebut didirikan, di antaranya adalah berorientasi pada untung (*profit oriented*) serta non-laba (*non-profit oriented*). Menurut Fariyah (2015:28), volume penjualan adalah jumlah unit produk atau jasa yang bisa terjual, sedangkan hasil penjualan merupakan jumlah nilai uang yang diterima oleh penjual asal hasil dari kesepakatan penjualan.

Pada suatu organisasi bisnis memiliki berbagai satuan kerja yang dikenal dengan berbagai nomenklatur seperti departemen, divisi, bagian, seksi, serta lain sebagainya yang bertanggung jawab untuk menyelenggarakan berbagai aktivitas fungsional seperti produksi, pemasaran, keuangan, akunting, sumber daya insan serta aneka macam fungsi organisasional lainnya (Fariyah, 2015). Aneka macam satuan kerja tersebut, berfungsi untuk mengoperasionalkan *planning* maupun taktik perusahaan. Bagi mereka, strategi operasional dirancang dan dipengaruhi serta atas dasar itu pula mereka bekerja pada tahun berikutnya. Satu hal yang menonjol dalam strategi operasional artinya *planning* dan program kerja yang dinyatakan dalam bentuk anggaran (Siagian, 2012:37). CV. Chandra Adi darma Raya Kecamatan Kotapinang Labuhanbatu Selatan ialah perusahaan yang berkiprah dalam bidang jasa angkutan oto-bus, atau omnibus, pendapatan perusahaan diperoleh dari setoran dan aktivitas bus angkutan tersebut.

Idealnya, Perusahaan CV. Chandra Adi Darma Raya Kecamatan Kotapinang Labuhanbatu Selatan dalam menjalankan usaha, hendaknya membentuk perencanaan taktik operasional dan volume penjualan supaya perusahaan bisa mencapai tujuan perusahaan secara sempurna. Sebab, perencanaan dan pengeluaran porto yang dimuntahkan oleh perusahaan belum tentu diikuti dengan penerimaan yang sebanding menggunakan tingkat pengeluaran porto yang tentunya berpengaruh pada pendapatan dan untung yang diperoleh perusahaan. Bermula dari fenomena perseteruan yang ada, maka kami akan mengadakan penelitian agar bisa mengetahui secara kentara mengenai porto yang dimuntahkan menjadi beban administrasi dan awam perusahaan. Selain itu, untuk mengetahui apakah strategi operasional berpengaruh pada volume penjualan di CV. Chandra Adi Darma Raya Kecamatan Kotapinang Labuhanbatu Selatan.

Sesuai dengan latar belakang permasalahan di atas, maka dapat dirumuskan *problem* menjadi berikut: Apakah terdapat imbas antara strategi operasional terhadap volume penjualan serta seberapa akbar dampak seni manajemen operasional terhadap volume penjualan pada CV. Chandra Adi Darma Raya Kecamatan Kotapinang Labuhanbatu Selatan. Tujuan penelitian ini artinya buat mengetahui apakah ada dampak antara taktik operasional terhadap volume penjualan serta buat mengetahui seberapa besar impak strategi operasional terhadap volume penjualan di CV. Chandra Adi Darma Raya Kecamatan Kotapinang Labuhanbatu Selatan. Di dalam suatu perusahaan yang didirikan, tentunya dibutuhkan suatu taktik operasional buat menaikkan volume penjualan. Menurut Deitiana (2011:2), Manajemen Operasional adalah suatu ilmu yang bisa diterapkan dalam aneka macam jenis

bidang perjuangan mirip tempat tinggal sakit, perguruan tinggi, pabrik garmen serta lain-lain.

Menurut Ishak (2010:1), manajemen operasi berkaitan dengan produksi barang serta jasa. Setiap hari dijumpai barang atau jasa yang melimpah, di mana semuanya itu didapatkan pada bawah pengawasan manajer operasi. Manajer operasi tidak hanya bekerja pada industri manufaktur tetapi ada pula yang bekerja pada industri jasa. menjadi model pada sektor pemerintahan, kantor pos, hotel, restoran penerbangan, perbankan dan toko eceran. Manajer Operasi bertanggung jawab buat membentuk barang atau jasa dalam organisasi. Manajer Operasi mengambil keputusan yang berkenaan menggunakan suatu fungsi operasi serta sistem transformasi yang digunakan. Manajemen Operasi artinya kajian pengambilan keputusan berasal suatu fungsi operasi.

Menurut Kosasih (2009:4), istilah manajemen memberikan di konsep pengaturan dengan penekanannya yang efisiensi, sedangkan istilah operasi menunjukkan dalam konsep perubahan menggunakan penekanannya terhadap nilai tambah. Aktivitas penciptaan nilai tambah terbentuk sebab adanya faktor-faktor produksi mirip bahan-bahan, orang-orang, mesin serta peralatan lainnya dan metode. Pada kegiatan ini, faktor-faktor produksi tersebut dikoordinir, digabungkan, bahkan sering kali dipecah, lalu digabungkan balik buat menjadi wujud lain. Bagaimana agar penciptaan nilai tambah itu supaya efisiensi, ialah tugas serta aktivitas manajemen, seperti merencanakan (*planning*), mengorganisir (*organizing*), memilih orang-orang (*staffing*), mengarahkan (*directing*), melaporkan (*reporting*), dan menilai (*evaluating*).

Lebih lanjut, Danang (2013:11) penjualan artinya bagian berasal kegiatan pemasaran serta pemasaran memiliki makna yang lebih luas yang mencakup aneka macam fungsi perusahaan. Selanjutnya, ia menambahkan bahwa menjual ialah ilmu serta seni yang mensugesti pribadi yang dilakukan oleh penjual buat mengajak orang lain supaya bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Struktur penjualan bisa terbagi menjadi beberapa grup (Danang, 2013:20). Dalam konteks ini, struktur penjualan dari daerah, Struktur penjualan dari produk, Struktur penjualan menurut pelanggan, Struktur penjualan yang kompleks.

## METODE

Penelitian ini dilaksanakan per bulan Januari hingga bulan November 2021. Penelitian ini dilakukan pada CV. Chandra Adi Darma Raya Kecamatan Kotapinang Labuhanbatu Selatan Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan di filsafat positifisme, dipergunakan buat meneliti pada populasi atau sampel eksklusif, teknik pengambilan sampel di umumnya dilakukan secara acak, pengumpulan data memakai instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik menggunakan tujuan buat menguji hipotesis yang sudah ditetapkan (Sugiyono, 2015:14). Adapun populasi dan sampel pada penelitian ini merupakan data porto jasa angkutan umum otobus dan ominibus serta penjualan bulan Januari-Desember 2020 pada CV. Chandra Adi Darma Raya Kecamatan Kotapinang Labuhanbatu Selatan. Asal data dalam penelitian ini penulis peroleh dari penelitian kepustakaan (*library research*), penelitian lapangan (*field research*), wawancara, observasi.

Operasional Variabel merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang memiliki variasi eksklusif yang ditetapkan oleh peneliti buat dipelajari

serta ditarik kesimpulannya (Assingky, 2021). Dalam memilih definisi operasional diharapkan indikator-indikator terlebih dahulu buat mendapatkan variabel-variabel yang sesuai dengan teori yang terdapat menjadi berikut.

Pada penentuan definisi operasional diharapkan indikator- indikator terlebih dahulu buat mendapatkan variabel-variabel yang sesuai dengan teori-teori yang ada, maka variabel-variabel didalam penelitian ini terdiri asa: variabel bebas/variabel independen (X) dan variabel terikat/variabel dependen (Y). Variabel bebas merupakan variabel yang mensugesti atau yang menjadi karena perubahannya atau timbulnya variabel independen (terikat). Variabel independen dalam penelitian ini ialah taktik operasional.

Selanjutnya, peneliti menggunakan analisa menjadi berikut, hubungan sederhana yang dipergunakan buat mengukur kekuatan hubungan 2 variabel tadi dengan yang akan terjadi secara kuantitatif, Regresi Linier Sederhana dipergunakan buat memprediksi atau memperkirakan nilai variabel dependen pada hubungannya menggunakan variabel independen, Koefisien Determinasi pula disebut koefisien penentu (KP) adalah kuadrat berasal nilai koefisien korelasi, adalah perubahan variabel dependen (variabel Y) yang disebabkan variabel independen (variabel X) artinya sebesar kuadrat koefisien kolerasi ( $r^2$ ), Uji tdigunakan buat mengetahui terdapat tidaknya korelasi atau pengaruh yang berarti signifikan antara variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Regresi Linier Sederhana

Variabel Terikat	Hasil r	Persamaan regresi	Kategori hubungan dengan variabel
Y	0,64	$Y = 9,23 + 1,776 X$	Kuat

$$Y = 9,234 + 1,776 X$$

$a = 9,234$  bermakna jika strategi operasional (X) sama dengan nol (konstan) maka volume penjualan (Y) mengalami kenaikan sebesar 9,234.  $b = 1,776$  bermakna jika variabel strategi operasional (X) naik satu satuan maka volume penjualan (Y) naik sebesar 1,776. Dengan asumsi variabel yang mempengaruhi dianggap konstan ( $a=0$ ).

### Korelasi Sederhana

Hasil koefisien korelasi  $r$  sebesar  $0,63$  dan R determinan  $R=r^2 \cdot 100 = 0,632 \cdot 100 = 39,6\%$  yang berarti variabel strategi operasional bernilai sebesar  $39,6\%$  sedangkan sisanya  $60,4\%$  dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian. Berasal akibat perhitungan korelasi sederhana tersebut, dapat diketahui hasilnya bertenaga sesuai menggunakan hipotesis yang terdapat serta menyatakan bahwa seni manajemen operasional berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan pada CV. Chandra Adi Darma Raya Kecamatan Kotapinang Labuhanbatu Selatan.

Uji  $t$  sesuai yang akan terjadi pengujian yang menyatakan hubungan antar variabel sangat signifikan maka dapat diperoleh liputan menggunakan uji  $t$ ,  $t$  tabel untuk kesalahan lima% uji dua pihak  $df = n-k-1$  ( $df = 12-1-1=10$ ) maka diperoleh  $t_{hitung} 2,563 > t_{tabel} 2,179$  (terdapat pada lampiran), sebagai akibatnya  $H_0$  ditolak serta  $H_a$  diterima. berasal akibat pembahasan di atas, menyatakan bahwa seni manajemen operasional berpengaruh secara signifikan

terhadap volume penjualan di CV. Chandra Adi Darma Raya Kecamatan Kotapinang Labuhanbatu Selatan.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan analisis data penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa terjadi persamaan regresi linier sederhana yang sudah dilakukan pada penelitian ini, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:  $Y = 9,234 + 1,776 X$  nilai korelasi 0,63 berarti taktik operasional dan volume penjualan memiliki korelasi yang kuat. Nilai  $t_{hitung} 2,563 > t_{tabel} 2,179$  sehingga  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima. Artinya, taktik operasional berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan pada CV. Chandra Adi Darma Raya Kecamatan Kotapinang Labuhanbatu Selatan. Hal ini berarti imbas taktik operasional (X) memiliki dampak (pengaruh) terhadap volume penjualan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Assinghly, M.S. (2021). *Metode Penelitian Pendidikan (Panduan Lengkap Menulis Artikel Ilmiah dan Tugas Akhir)*. Yogyakarta: K-Media.
- Danang, S. (2013). *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Konsep, Kasus, dan Psikologi Bisnis*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Deitiana, T. (2011). *Manajemen Operasional Strategi dan Analisis (Services dan Manufaktur)*. Jakarta: Mitra Wicana Media.
- Farihah, A. (2015). Pengaruh Biaya Advertising, Kualitas dan Kuantitas Produksi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan pada CV. Silvi MN Paradilan Lamongan. *Skripsi*. Lamongan: Program Sarjana S1 Universitas Islam Lamongan.
- Ishak, A. (2010). *Manajemen Operasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kosasih, S. (2009). *Manajemen Operasi*. Jakarta: Mitra Wicana Media.
- Siagian, S.P. (2012). *Manajemen Strategik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sugiyono, S. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.