PENGARUH VOLUME PENJUALAN KOSMETIK TERHADAP PENDAPATAN TOKO KOSMETIK NAURA PASAR BAWAH BUKITTINGGI

Willia Anggraini[1], Sandra Dewi[2]

[1,2]Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi
E-mail : Williaanggraini05@gmail.com[1], sandradewi@uinbukittinggi.ac.id[2]

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh volume penjualan kosmetik terhadap pendapatan Toko Kosmetik Naura Pasar Bawah Bukittinggi. Penelitian dilatarbelakangi oleh meningkatnya persaingan usaha ritel kosmetik akibat berkembangnya perdagangan digital serta perubahan perilaku konsumen yang memengaruhi tingkat penjualan toko. Toko Kosmetik Naura sebagai salah satu pelaku usaha ritel di Pasar Bawah Bukittinggi mengalami perkembangan volume penjualan dan pendapatan yang berfluktuasi selama periode 2021–2025 sehingga perlu dianalisis hubungan antara kedua variabel tersebut. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Data penelitian berupa data volume penjualan dan pendapatan Toko Kosmetik Naura periode 2021–2025 yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif, uji normalitas, regresi linier sederhana, uji parsial (uji t), dan koefisien determinasi (R^2) dengan bantuan IBM SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa volume penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan Toko Kosmetik Naura Pasar Bawah Bukittinggi. Hasil pengujian uji t memperlihatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 (<0,05), sehingga hipotesis penelitian dinyatakan diterima. Sementara itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,728 mengindikasikan bahwa 72,8% variasi pendapatan dapat dijelaskan oleh volume penjualan, sedangkan 27,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Dengan demikian, peningkatan volume penjualan akan diikuti oleh peningkatan pendapatan toko. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi pelaku UMKM dalam menyusun strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan secara berkelanjutan sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

Kata Kunci : *Volume Penjualan, Pendapatan, Kosmetik, Regresi Linier Sederhana, Ekonomi Islam.*

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of cosmetic sales volume on the revenue of Naura Cosmetics Store, Pasar Bawah Bukittinggi. The study was motivated by the increasing competition in the cosmetics retail business due to the rapid growth of digital commerce and changes in consumer behavior that have affected store sales performance. As one of the cosmetics retailers in Pasar Bawah Bukittinggi, Naura Cosmetics Store experienced fluctuations in both sales volume and revenue during the 2021–2025 period. Therefore, it is necessary to examine the relationship between these two variables. This research employed a quantitative method with an associative approach. The research data consisted of sales volume and revenue data of Naura Cosmetics Store for the 2021–2025 period, collected through observation, interviews, documentation, and literature review. Data were analyzed using descriptive statistics, normality test, simple linear regression analysis, partial test (t-test), and the coefficient of determination (R^2) with the assistance of IBM SPSS software. The results indicate that sales volume has a positive and significant effect on the revenue of Naura Cosmetics Store, Pasar Bawah Bukittinggi. The t-test produced a significance value of 0.000 (< 0.05), indicating that the research hypothesis was accepted. Furthermore, the coefficient of determination (R^2) was 0.728, meaning that 72.8% of the variation in revenue can be explained by sales volume, while the remaining 27.2% is influenced by other factors beyond the scope of this study. Therefore, an increase in sales volume is followed by an increase in store revenue. The findings of this study are expected to provide valuable insights for micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in developing effective marketing strategies to increase sales and revenue in a sustainable manner while adhering to the principles of Islamic economics.

Keywords : *Sales Volume, Revenue, Cosmetics, Simple Linear Regression, Islamic Economics.*

PENDAHULUAN

Perkembangan industri kosmetik di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Kosmetik tidak lagi dipandang sebagai kebutuhan sekunder, tetapi telah menjadi bagian dari kebutuhan sehari-hari masyarakat. Pertumbuhan tersebut mendorong meningkatnya jumlah pelaku usaha yang bergerak di bidang perdagangan kosmetik, baik melalui toko konvensional maupun platform digital. Kondisi ini menciptakan persaingan yang semakin ketat sehingga setiap pelaku usaha dituntut mampu meningkatkan volume penjualan agar pendapatan usaha tetap terjaga.

Dalam kegiatan usaha ritel, pendapatan merupakan salah satu indikator utama keberhasilan perusahaan. Pendapatan diperoleh dari hasil penjualan barang kepada konsumen, sehingga besarnya pendapatan sangat dipengaruhi oleh jumlah produk yang berhasil dijual. Semakin tinggi volume penjualan yang dicapai, semakin besar pula pendapatan yang diperoleh perusahaan. Sebaliknya, apabila volume penjualan mengalami penurunan, maka pendapatan usaha juga cenderung mengalami penurunan.

Toko Kosmetik Naura merupakan salah satu usaha ritel kosmetik yang berlokasi di Pasar Bawah Bukittinggi. Selama periode 2021–2025, toko ini mengalami perkembangan volume penjualan dan pendapatan yang tidak selalu stabil. Pada awal periode penelitian terjadi peningkatan penjualan sebagai dampak membaiknya kondisi ekonomi, namun pada periode berikutnya muncul berbagai tantangan berupa meningkatnya persaingan antar pedagang, berkembangnya perdagangan elektronik, serta perubahan tren kosmetik yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kondisi tersebut menyebabkan fluktuasi volume penjualan yang berimplikasi terhadap perubahan pendapatan toko.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menguji secara empiris pengaruh volume penjualan kosmetik terhadap pendapatan Toko Kosmetik Naura Pasar Bawah Bukittinggi. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran, manajemen keuangan, dan ekonomi Islam, sekaligus menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku usaha dalam meningkatkan kinerja usahanya melalui strategi peningkatan volume penjualan.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian bertujuan menguji hubungan dan pengaruh antara variabel independen, yaitu volume penjualan, terhadap variabel dependen, yaitu pendapatan. Pendekatan asosiatif diterapkan untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh antara variabel yang diteliti, serta besarnya pengaruh volume penjualan terhadap pendapatan Toko Kosmetik Naura Pasar Bawah Bukittinggi.

Penelitian dilaksanakan di Toko Kosmetik Naura yang berlokasi di Pasar Bawah Bukittinggi, Sumatera Barat. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa toko tersebut merupakan salah satu usaha ritel kosmetik yang memiliki data penjualan dan pendapatan secara berkala sehingga sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh data volume penjualan dan pendapatan Toko Kosmetik Naura selama periode 2021–2025. Mengingat jumlah data relatif terbatas dan seluruh data dapat diakses oleh peneliti, teknik pengambilan sampel menggunakan Teknik pengambilan

sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampling jenuh (sensus), yaitu teknik yang menjadikan seluruh anggota populasi sebagai sampel penelitian. Oleh karena itu, sampel dalam penelitian ini mencakup seluruh data volume penjualan dan data pendapatan yang tersedia selama periode penelitian.

Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif, yaitu data berupa angka yang menunjukkan jumlah volume penjualan dan besarnya pendapatan toko pada setiap periode penelitian. Sumber data terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan pemilik Toko Kosmetik Naura untuk memperoleh informasi mengenai aktivitas penjualan, perkembangan usaha, serta faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen laporan penjualan, laporan pendapatan, arsip usaha, buku, jurnal ilmiah, serta berbagai literatur yang relevan dengan penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui beberapa metode. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung aktivitas operasional toko, proses penjualan, pelayanan kepada konsumen, serta kondisi usaha. Wawancara dilakukan secara langsung dengan pemilik usaha guna memperoleh informasi mengenai perkembangan volume penjualan, pendapatan, serta strategi pemasaran yang diterapkan. Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data penjualan dan pendapatan selama periode penelitian, sedangkan studi kepustakaan dilakukan dengan mengkaji buku, jurnal ilmiah, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan volume penjualan, pendapatan, manajemen pemasaran, dan ekonomi Islam sebagai landasan teoritis penelitian.

Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah volume penjualan, yaitu jumlah produk kosmetik yang berhasil dijual oleh Toko Kosmetik Naura dalam periode tertentu. Variabel dependen (Y) adalah pendapatan, yaitu jumlah penerimaan yang diperoleh toko dari hasil penjualan produk kosmetik selama periode yang sama.

Analisis data dilakukan menggunakan bantuan IBM SPSS. Tahap pertama adalah analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik analisis diawali dengan penyajian statistik deskriptif yang mencakup nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata (mean), serta standar deviasi dari setiap variabel penelitian. Setelah itu, dilakukan uji normalitas untuk menguji apakah data penelitian berdistribusi normal sebagai salah satu persyaratan dalam pelaksanaan analisis regresi.

Setelah data memenuhi asumsi normalitas, dilakukan analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh volume penjualan terhadap pendapatan. Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

Selanjutnya dilakukan uji parsial (uji t) digunakan untuk menguji hipotesis penelitian secara individual. Pengujian dilakukan pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Hipotesis diterima apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, yang menunjukkan bahwa volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan.

Tahap terakhir adalah menghitung Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur besarnya kemampuan variabel volume penjualan dalam menerangkan variasi perubahan pendapatan. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi atau semakin mendekati angka satu, semakin besar kemampuan variabel volume penjualan dalam menjelaskan perubahan pendapatan. Sementara itu, sisa variasi pendapatan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan data penjualan Toko Kosmetik Naura Pasar Bawah Bukittinggi selama periode 2021–2025, volume penjualan dan pendapatan menunjukkan perkembangan yang berfluktuasi. Pada tahun 2021 hingga 2024 terjadi peningkatan volume penjualan yang diikuti dengan meningkatnya pendapatan toko. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa meningkatnya jumlah produk kosmetik yang berhasil dijual memberikan kontribusi terhadap peningkatan penerimaan usaha.

Namun, pada tahun 2025 terjadi penurunan volume penjualan yang berdampak pada penurunan pendapatan. Kondisi ini dipengaruhi oleh meningkatnya persaingan antar pelaku usaha kosmetik, berkembangnya platform perdagangan digital seperti Shopee dan TikTok Shop, serta perubahan perilaku konsumen dalam melakukan pembelian produk kosmetik. Selain itu, perubahan tren produk kecantikan yang berlangsung cepat menyebabkan beberapa produk memiliki tingkat penjualan yang lebih rendah dibandingkan periode sebelumnya.

1. Analisis Statistik Deskriptif
   Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa data volume penjualan dan pendapatan memiliki variasi yang menggambarkan adanya perubahan kondisi usaha selama periode penelitian. Nilai rata-rata menunjukkan kecenderungan peningkatan aktivitas penjualan meskipun terdapat fluktuasi pada beberapa periode. Hal ini mengindikasikan bahwa Toko Kosmetik Naura masih mampu mempertahankan aktivitas usahanya di tengah meningkatnya persaingan pasar.
2. Uji Normalitas
   Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data penelitian berdistribusi normal sehingga memenuhi salah satu asumsi dalam analisis regresi linier sederhana. Dengan terpenuhinya asumsi normalitas, data layak digunakan untuk menguji pengaruh volume penjualan terhadap pendapatan.
3. Analisis Regresi Linier Sederhana
   Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui hubungan antara volume penjualan sebagai variabel independen dengan pendapatan sebagai variabel dependen. Hasil analisis menunjukkan bahwa koefisien regresi bernilai positif, yang berarti setiap peningkatan volume penjualan akan diikuti oleh peningkatan pendapatan Toko Kosmetik Naura Pasar Bawah Bukittinggi.
4. Uji Parsial (Uji t)
   Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000, lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak. Hasil tersebut membuktikan bahwa volume penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan Toko Kosmetik Naura Pasar Bawah Bukittinggi.
5. Koefisien Determinasi (R^2)
   Hasil koefisien determinasi menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,728. Hal ini berarti bahwa 72,8% variasi pendapatan dapat dijelaskan oleh perubahan volume penjualan, sedangkan 27,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian, seperti harga jual, strategi promosi, kualitas produk, kualitas pelayanan, daya beli masyarakat, kondisi ekonomi, dan tingkat persaingan usaha.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa volume penjualan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan Toko Kosmetik Naura Pasar Bawah Bukittinggi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan jumlah produk kosmetik yang berhasil dijual akan meningkatkan pendapatan yang diperoleh toko. Sebaliknya, apabila volume penjualan mengalami penurunan, maka pendapatan juga cenderung menurun.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang digunakan dalam penelitian Basu Swastha yang menyatakan bahwa volume penjualan merupakan indikator utama keberhasilan kegiatan pemasaran dan memiliki hubungan langsung dengan peningkatan pendapatan perusahaan. Pendapatan usaha diperoleh dari hasil penjualan produk kepada konsumen, sehingga semakin besar jumlah produk yang berhasil dijual maka semakin besar pula penerimaan yang diperoleh perusahaan.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha ritel maupun UMKM. Persamaan hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan aktivitas penjualan merupakan faktor penting dalam meningkatkan pendapatan perusahaan. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat teori dan penelitian sebelumnya mengenai hubungan positif antara volume penjualan dan pendapatan.

Dari sisi praktik bisnis, hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan volume penjualan perlu didukung oleh strategi pemasaran yang efektif, pengelolaan persediaan yang baik, pelayanan yang berkualitas, serta kemampuan mengikuti perkembangan tren kosmetik. Selain itu, pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dapat menjadi salah satu strategi untuk meningkatkan daya saing usaha sehingga volume penjualan dapat terus meningkat.Dalam perspektif ekonomi Islam, peningkatan volume penjualan dan pendapatan tidak hanya bertujuan memperoleh keuntungan ekonomi, tetapi juga harus dilakukan berdasarkan prinsip kejujuran, amanah, keadilan, dan tanggung jawab. Produk yang dipasarkan harus memiliki kualitas yang baik, aman digunakan, serta tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan syariat Islam. Dengan demikian, pendapatan yang diperoleh tidak hanya memberikan keuntungan secara ekonomi, tetapi juga membawa keberkahan bagi pelaku usaha serta memberikan manfaat bagi masyarakat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh volume penjualan kosmetik terhadap pendapatan Toko Kosmetik Naura Pasar Bawah Bukittinggi, dapat disimpulkan bahwa volume penjualan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan toko. Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa setiap peningkatan volume penjualan akan diikuti oleh peningkatan pendapatan. Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 (< 0,05), sehingga hipotesis penelitian diterima. Dengan demikian, volume penjualan terbukti berpengaruh secara nyata terhadap pendapatan Toko Kosmetik Naura Pasar Bawah Bukittinggi.

Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,728 menunjukkan bahwa 72,8% variasi perubahan pendapatan dapat dijelaskan oleh volume penjualan, sedangkan 27,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian, seperti harga jual, strategi promosi, kualitas produk, kualitas pelayanan, daya beli masyarakat, serta tingkat persaingan usaha. Hasil penelitian ini

memperlihatkan bahwa peningkatan volume penjualan merupakan salah satu strategi yang efektif untuk meningkatkan pendapatan usaha ritel kosmetik.

Dalam perspektif ekonomi Islam, peningkatan volume penjualan hendaknya dilakukan melalui aktivitas perdagangan yang sesuai dengan prinsip syariah, yaitu mengedepankan kejujuran, amanah, keadilan, dan tanggung jawab. Dengan menerapkan prinsip-prinsip tersebut, peningkatan pendapatan tidak hanya memberikan manfaat secara ekonomi, tetapi juga menghadirkan keberkahan bagi pelaku usaha dan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, B. (2018). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.

Assauri, S. (2018). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Harahap, S. S. (2019). Analisis Kritis atas Laporan Keuangan. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Hery. (2020). Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: Grasindo.

Kasmir. (2019). Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). Marketing Management (15th ed.). Pearson.

Mardani. (2019). Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia. Jakarta: Kencana.

Muhammad. (2005). Ekonomi Mikro dalam Perspektif Ekonomi Islam. Yogyakarta: BPFE.

Rahmadani, P., & Nugroho, M. T. (2025). Menentukan Strategi Marketing Mix Terbaik dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Kosmetik. Jurnal Tadbir, 6(1).

Rozalinda. (2017). Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.

Swastha, B. (2019). Manajemen Penjualan. Yogyakarta: BPFE.

Wisesa, I. W. B., Zukhri, A., & Suwena, K. R. (2019). Pengaruh Volume Penjualan dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih. Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha, 4(1), 1–10.