

**PENGARUH PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN
KOSMETIK IMPOR TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG
KOSMETIK LOKAL DI KOTA PALANGKA RAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi dan Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Syariah



Oleh :

ANGGRAENI MAULINA SAPUTRI

NIM : 1504120391

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKARAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
TAHUN 2019/1441 H**

NOTA DINAS

Hal : **Mohon Diuji Skripsi** Palangka Raya, Agustus 2019
Saudari Anggraeni Maulina S. Kepada
Yth. Ketua Panitia Ujian Skripsi
FEBI IAIN Palangka Raya
di-
Palangka Raya

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara :

NAMA : **ANGGRAENI MAULINA SAPUTRI**
NIM : **1504120391**
JUDUL : **PENGARUH KOSMETIK IMPOR TERHADAP PENDAPATAN
KOSMETIK DOMESTIK DI KOTA PALANGKA RAYA**

Sudah dapat diujikan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi.


Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,


Dra. Hj. Rahmaniar, M.Si
NIP. 1954063001981032001


Fuad Muhajirin Farid, M.Si
NIK.198807112016092522

PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH KOSMETIK IMPOR TERHADAP
PENDAPATAN KOSMETIK DOMESTIK DI KOTA
PALANGKA RAYA.
NAMA : ANGGRAENI MAULINA SAPUTRI
NIM : 1504120391
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN : EKONOMI ISLAM
PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH
JENJANG : STRATA SATU (S1)

Palangka Raya, Agustus 2019

Menyetujui

Pembimbing I

Dra. Hj. Rahmaniar, M.SI.
NIP. 1954063001981032001

Pembimbing II

Fuad Muhajirin Farid, M.Si.
NIK. 198807112016092522

Mengetahui

Dekan Fakultas
Ekonomi Dan Bisnis Islam

Dr. Sabian, S.H, M.Si
NIP. 196311091992031004

Ketua Jurusan
Ekonomi Islam

Enriko Tedja Sukmana, S.Th.I, M.SI
NIP. 198403212011011012

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **PENGARUH PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN KOSMETIK IMPOR TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG KOSMETIK LOKAL DI KOTA PALANGKA RAYA** oleh Anggraeni Maulina Saputri NIM : 1504120391 telah dimunaqasyahkan pada Tim Munaqasyah skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya pada :

Hari : Jumat

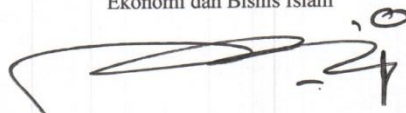
Tanggal : 16 Agustus 2019

Palangka Raya, 16 Agustus 2019

Tim Penguji

1. **Dr. Ahmad Dakhoir, M.HI** (.....)
Ketua Sidang/Anggota
2. **Muhammad Zainal Arifin M.Hum** (.....)
Penguji Utama/Anggota
3. **Dra. Hj. Rahmaniar, M.SI** (.....)
Penguji II/Anggota
4. **Fuad Muhajirin Farid, M.SI** (.....)
Penguji/Sekretaris

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Drs. Sabian Utsman, S.H.M.Si
NIP. 196311091992031004

PERNYATAAN ORISINALITAS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Kosmetik Impor Terhadap Pendapatan Kosmetik Domestik Di Kota Palangka Raya” adalah benar karya saya sendiri dan bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan.

Jika dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran maka saya siap menanggung risiko atau sanksi dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, Agustus 2019

Yang Membuat Pernyataan,



ANGGRAENI MAULINA SAPUTRI
NIM. 1504120391

PENGARUH PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN KOSMETIK IMPOR TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG KOSMETIK LOKAL DI KOTA PALANGKA RAYA

ABSTRAK

Oleh : Anggraeni Maulina Saputri

Islam menganjurkan untuk merawat dan memelihara diri dengan syarat tidak berlebih-lebihan. Kosmetik merupakan salah satu zat olahan yang digunakan untuk merawat dan menjaga kulit pada tubuh manusia, saat ini kosmetik sudah menjadi kebutuhan primer baik bagi laki-laki ataupun perempuan. Beberapa tahun terakhir kosmetik impor menjadi primadona di masyarakat fenomena ini dimanfaatkan para distributor untuk mengimpor kosmetik dari luar negeri demi memenuhi permintaan pasar. Akibatnya pasar domestik dibanjiri produk impor yang setiap tahunnya terus meningkat. Penelitian ini difokuskan untuk mengetahui pengaruh peningkatan volume penjualan kosmetik impor terhadap pendapatan pedagang kosmetik lokal di Kota Palangka Raya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan jenis penelitian korelasi. Populasi dalam penelitian ini adalah para penjual kosmetik domestik di Kota Palangka Raya. Sampel yang diambil untuk mendukung penelitian ini berjumlah 31 responden dengan teknik pengambilan sampel yaitu *random sampling* yang artinya pengambilan sampel secara acak. Sedangkan uji prasyarat menggunakan uji normalitas dengan teknik *Kolmogorov Smirnov*. Teknik analisis data yang digunakan adalah korelasi *product moment* dan regresi linier sederhana dengan menggunakan aplikasi SPSS 20.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, kosmetik impor memiliki hubungan yang cukup kuat dengan pendapatan kosmetik domestik, hal ini berdasarkan hasil koefisien korelasi *product moment* yaitu sebesar $0,486 > 0,455$ dimana $r_{hitung} > r_{tabel}$. Berdasarkan hasil dari persamaan regresi sederhananya adalah $Y = 21,378 + 0,365X$. Diperoleh pula nilai Sig. 0,006 yang artinya terdapat hubungan yang signifikan. Uji regresi linier sederhana menunjukkan nilai koefisien determinasi 0,236 yang artinya pengaruh kosmetik impor terhadap pendapatan kosmetik domestik adalah sebesar 23%. Diperoleh pula nilai t hitung sebesar 2,994 yang mana lebih besar dari t tabel 1,669 sehingga dapat disimpulkan bahwa kosmetik impor mempengaruhi secara signifikan pendapatan kosmetik domestik.

Kata kunci : Kosmetik Impor (X), Pendapatan (Y)

THE INFLUENCE OF INCREASED IMPORT COSMETIC SALES VOLUME TOWARDS LOCAL COSMETIC TRAFFIC INCOME IN PALANGKA RAYA CITY

ABSTRACT

By : Anggraeni Maulina Saputri

Islam recommends caring for and nurturing oneself on condition that it is not excessive. Cosmetics is one of the processed substances that are used to treat and maintain the skin on the human body, currently, cosmetics have become a primary need for both men and women. The last few years imported cosmetics have been excellent in the community. This phenomenon is used by distributors to import cosmetics from abroad to meet market demand. As a result, the domestic market is flooded with imported products that continue to increase every year. This research is focused to find out the effect of increasing the sales volume of imported cosmetics on local cosmetics revenue in Palangka Raya City.

This research uses a quantitative approach and uses the type of correlation research. The population in this study were domestic cosmetics sellers in Palangkaraya City. Samples taken to support this study amounted to 31 respondents with a sampling technique that is random sampling which means random sampling. While the prerequisite test uses the normality test with the Kolmogorov Smirnov technique. The data analysis technique used is a product-moment correlation and simple linear regression using the SPSS 20 application.

The results showed that imported cosmetics have a fairly strong relationship with domestic cosmetic income, this is based on the product-moment correlation coefficient which is equal to $0.486 > 0.455$ where $r_{\text{count}} > r_{\text{table}}$. Based on the results of the simple regression equation is $Y = 21,378 + 0,365X$. Also obtained Sig. 0.006 which means there is a significant relationship. Simple linear regression test shows the coefficient of determination 0.236, which means the effect of imported cosmetics on domestic cosmetics revenue is 23%. A t_{count} of 2.994 is also obtained which is greater than t_{table} of 1.669 so it can be concluded that imported cosmetics significantly affect domestic cosmetics income.

Key Words : Imported Cosmetics (X), Revenue (Y)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur selalu terhaturkan bagi Allah SWT, atas berkat limpahan rahmat, taufik dan hidayah-Nya serta kemudahan yang telah diberikan penulis untuk menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kosmetik Impor Terhadap Pendapatan Kosmetik Domestik Di Kota Palangka Raya”. Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa umat manusia ke jalan yang benar dengan penuh cahaya yang terang benderang, keberkahan, kedamaian, dan keselamatan di dunia dan di akhirat yaitu di jalan Allah SWT.

Penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil penulis susun tanpa mendapat bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, arahan, motivasi, bantuan dan dukungan yang sangat membantu dalam proses penyusunan dan penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Khairil Anwar, M. Ag selaku rektor IAIN Palangka Raya.
2. Bapak Dr. Sabian S.H, M.Si selaku Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Palangka Raya.
3. Ibu Dra. Hj. Rahmaniar, M.Si selaku dosen penasihat akademik selama menjalani perkuliahan dan selaku dosen pembimbing I.
4. Bapak Fuad Muhajirin M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis selama menyusun skripsi.

5. Seluruh dosen-dosen dan seluruh staf yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama menjalani perkuliahan.
6. Pimpinan dan staf administrasi perpustakaan di IAIN Palangka Raya yang telah memberikan izin kepada penulis melakukan penelitian dengan menggunakan berbagai referensi yang ada sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
7. Ucapan terima kasih sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada kedua orang tua untuk doa dan motivasi yang tiada henti diberikan.
8. Seluruh teman-teman mahasiswa ESY angkatan 2015 yang telah membantu penulis selama penelitian.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karunia-Nya. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kebaikan bagi semua pihak serta di pergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum wabarrahmatullahi wabarakatuh

Palangka Raya, Agustus 2019
Penulis

Anggraeni Maulina Saputri
NIM. 1504120391

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Batasan Masalah	5
E. Manfaat Penelitian	5
F. Sistematika Penulisan	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
A. Kajian Penelitian Terdahulu	8
B. Kajian Teori	11
1. Teori Penjualan	11
a. Pengertian Penjualan	11
b. Tujuan Penjualan	11
2. Teori Pendapatan	12
a. Pengertian Pendapatan	12
b. Klasifikasi Pendapatan	16
c. Sumber-sumber Pendapatan	17
3. Teori Kosmetik.....	18
a. Pengertian Kosmetik	18
b. Jenis-jenis dan Kegunaan Kosmetik	21
4. Produk Kosmetik Impor dan Domestik	23
C. Kerangka Berfikir	25
D. Hipotesis	28

BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	29
1. Lokasi Penelitian	29
2. Waktu Penelitian	29
B. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	29
C. Populasi dan Sampel	30
D. Teknik Pengumpulan Data	32
1. Angket	32
2. Dokumentasi.....	35
E. Teknik Analisis Data	35
1. Uji Instrumen	35
a. Uji Validitas	36
b. Uji Reliabilitas	41
2. Analisis Data	45
a. Uji Asumsi Klasik	46
1. Uji Normalitas Data	46
2. Analisis Regresi Linier	47
b. Analisis Korelasi Sederhana	48
c. Analisis Regresi Linier Sederhana	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
A. Gambaran Umum Perkembangan Kosmetik Impor di Kota Palangka Raya	51
B. Analisis Data	53
1. Karakteristik Responden	53
2. Penyajian Data.....	56
3. Uji Normalitas	59
4. Analisis Korelasi Sederhana.....	62
5. Analisis Regresi Linier Sederhana	62
C. Pembahasan	68
BAB V PENUTUP	70
A. Kesimpulan.....	70

B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	72



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian	10
Tabel 3.1 Kisi-kisi Angket	34
Tabel 3.2 Keputusan Validitas Variabel X	39
Tabel 3.3 Keputusan Validitas Variabel Y	40
Tabel 3.4 Scale :All Variables Var.X.....	42
Tabel 3.5 Reliability Statistic Var.X.....	42
Tabel 3.6 Item Total Statistics Var.X.....	43
Tabel 3.7 Scale :All Variables Var.Y.....	44
Tabel 3.8 Reliability Statistic Var.Y	44
Tabel 3.9 Item Total Statistics Var.Y.....	45
Tabel 3.10 Patokan Hasil Perhitungan Koefisien Korelasi	49
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	55
Tabel 4.4 Penyajian Data Variabel X.....	57
Tabel 4.5 Penyajian Data Variabel Y.....	58
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	59
Tabel 4.7 Hasil Analisis Korelasi Sederhana.....	62
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana (Output 1).....	63
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana (Output 2).....	63
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana (Output 3).....	64
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana (Output 4).....	65

DAFTAR CHART

Chart 4.1 Histogram	60
---------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Output SPSS untuk Uji Validitas instrumen variabel X.....	75
Lampiran 2 Output SPSS untuk Uji Validitas instrumen variabel Y.....	77
Lampiran 3 Tebulasi Data Variabel X.....	79
Lampiran 4 Tebulasi Data Variabel Y.....	80
Lampiran 5 r-tabel.....	81
Lampiran 6 t-tabel.....	82
Lampiran 7 Koesioner Penelitian.....	83
Lampiran 8 Contoh Koesioner yang telah diisi oleh responden.....	
Lampiran 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	86
Lampiran 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia.....	87
Lampiran 11 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Akhir.....	88
Lampiran 12 Rekapitulasi Data Koesioner.....	89



IAIN
PALANGKARAYA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan fashion pada masa sekarang sangatlah pesat dan beragam, di mana para perancang berlomba-lomba membuat, model mereka terlihat cantik dengan pakaian dan riasan untuk menarik simpati publik. Salah satu faktor pendukung riasan adalah kosmetik, tidak sedikit orang-orang rela menghabiskan uang dengan jumlah yang besar untuk merawat penampilan agar tetap menarik dengan membeli kosmetik-kosmetik mahal. Karena semakin mahal harga kosmetik maka semakin canggih pula teknologi yang digunakan untuk mengolah kosmetik tersebut.

Kosmetika sendiri adalah bahan-bahan yang digunakan untuk memberikan dampak kecantikan dan kesehatan bagi tubuh. Kosmetika dikenal sejak berabad-abad yang lalu. Pada abad ke-19, pemakaian kosmetika mulai mendapat perhatian, yaitu selain untuk kecantikan juga untuk kesehatan.

Produk kosmetik sangat diperlukan oleh manusia, baik laki – laki maupun perempuan. Produk – produk kosmetik tersebut dipakai secara berulang setiap hari, sehingga diperlukan persyaratan aman untuk dipakai.¹

¹Retno Iswari Tranggono, *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2007, hal. 54.

Saat ini, produk kosmetik sudah menjadi kebutuhan primer bagi kaum wanita yang merupakan target utama dari industri kosmetik. Selain itu, seiring dengan perkembangan zaman, industri kosmetik juga mulai berinovasi pada produk kosmetik untuk pria dan anak-anak. Kementerian Perindustrian, telah menempatkan industri kosmetik sebagai sektor andalan sebagaimana tertuang dalam Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional (RIPIN) tahun 2015-2035, industri kosmetik di dalam negeri bertambah sebanyak 153 perusahaan pada tahun 2017, sehingga saat ini jumlahnya mencapai lebih dari 760 perusahaan.²

Indonesia memiliki produsen kosmetik yang hingga saat ini berkembang sangat pesat, namun beberapa tahun terakhir pasar kosmetik domestik lebih di dominasi oleh kosmetik yang didatangkan dari negara asing (impor) dari data International Cosmetics Club menyebutkan bahwa impor produk kosmetik mencapai Rp 4 miliar sampai Rp 10 miliar per bulan, hal ini menunjukkan bahwa pemakaian kosmetik di Indonesia sangat besar.

Saat ini kosmetik seolah menjadi kebutuhan penting bagi semua kalangan. Hal ini memberikan peluang bagi industri kosmetik di Indonesia, sehingga banyak bermunculan produk baru dipasaran yang dapat menimbulkan persaingan cukup ketat. Industri kosmetik dalam negeri mendapat tantangan dengan peredaran produk kosmetik impor di pasar domestik.

²Kementrian Perindustrian Republik Indonesia, *Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20%*. 20 Maret 2018 web : <http://www.kemenperin.go.id/artikel/18957/Industri-Kosmetik-Nasional-Tumbuh-20>

Menurut data Perdagangan Persatuan Perusahaan Kosmetik Indonesia, penjualan produk kosmetik impor terus mengalami peningkatan yang signifikan setiap tahunnya, peningkatan tersebut disebabkan oleh kenaikan volume penjualan serta penurunan tarif bea masuk seiring perjanjian perdagangan bebas mengakibatkan prosedur impor menjadi lebih mudah.³

Produsen kosmetik di Indonesia berlomba-lomba untuk berinovasi dalam membuat kosmetik yang sesuai untuk keberagaman warna serta kebutuhan yang sesuai untuk kulit orang-orang Indonesia. Dan hingga sekarang banyak bermunculan brand-brand lokal yang ikut meramaikan keberagaman kosmetik di tanah air untuk dapat bersaing. Meskipun brand lokal dengan berbagai macam merek hadir untuk memenuhi pasar kosmetik seperti produk *skin care*, *kosmetik berupa lipstik/lip cream*, *blush on*, *eye liner*, *eye shadow*, *mascara*, *bedak* dan *sebagainya*, tetap tidak dapat mengalahkan produk impor yang lebih di minati oleh masyarakat. Negara-negara maju memang lebih unggul dari Indonesia dalam berinovasi, mulai dari menciptakan produk, pengemasan, hingga pemasaran. Produk kosmetik lokal bahkan sempat mengalami masa dipandang sebelah mata oleh masyarakat.⁴

Pelaku industri kosmetik sulit meningkatkan kinerja bisnisnya akibat penguasaan pangsa pasar produk impor sebesar 60% dari total pasar

³Majalah Harian Ekonomi Neraca, *Penjualan Produk Kosmetik Impor Naik 30%*, 08 Februari 2013 web : <http://www.neraca.co.id/article/24810/penjualan-produk-kosmetik-impor-naik-30>

⁴Majalah Femina MAGZ, *Bisnis Kosmetik*. Edisi 28 September 2017 web : <https://www.femina.co.id/magz/femina-edisi-28-2017>

domestik senilai Rp15 triliun. Ketua Umum Persatuan Perusahaan dan Asosiasi Kosmetika (PPAK) Putri K. Wardhani mengeluhkan dominasi produk impor yang menguasai penjualan di peritel atau departement store, sehingga mempersempit kesempatan untuk produk lokal bersaing. Pasar kosmetik kelas menengah ke atas banyak didominasi produk dari Eropa, Jepang, Korea Selatan, dan Amerika Serikat. Untuk kelas menengah, banyak dihuni oleh produk asal Thailand, Korea Selatan, dan Malaysia.⁵

Karena hal itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang bagaimana pengaruh kosmetik impor terhadap pendapatan kosmetik domestik di Kota Palangka Raya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh peningkatan volume penjualan kosmetik impor terhadap pendapatan pedagang kosmetik lokal di Kota Palangka Raya.?

⁵Kementrian Perindustrian RI, *Produk Impor Kuasai Pasar Kosmetik Doomestik*. web : <http://kemenperin.go.id/artikel/11943/Produk-Impor-Kuasai-Pasar-Kosmetik>

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh peningkatan volume penjualan kosmetik impor terhadap pendapatan pedagang kosmetik lokal di Kota Palangka Raya.

D. Batasan Masalah

Banyaknya jenis kosmetik yang beredar di pasaran. Berdasarkan identifikasi masalah, penulis memberikan batasan ruang lingkup dari penelitian yang akan dilakukan. Peneliti hanya membatasi permasalahan pada pengaruh kosmetik impor terhadap pendapatan kosmetik domestik yang sama-sama sudah memiliki label halal. Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui bagaimana pengaruh kosmetik impor yang sudah berlabel halal terhadap pendapatan kosmetik domestik yang juga memiliki label halal.

E. Manfaat Penelitian

Kegunaan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menambah wawasan di bidang ilmu pengetahuan ekonomi, khususnya di bidang marketing.
2. Sebagai bahan masukan bagi produsen kosmetik domestik, untuk meningkatkan inovasi dalam hal menciptakan produk-produk baru, marketing, dan memperhatikan kualitas sebuah produk.

3. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dasar kajian dalam pengambilan kebijakan penetapan tarif bea cukai kosmetik impor yang masuk ke Indonesia.
4. Sebagai bahan pustaka untuk menambah khasanah pengembangan keilmuan perpustakaan IAIN Palangka Raya.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pembahasan bertujuan untuk menunjukkan rangkaian pembahasan secara sistematis sehingga jelas kerangka penelitian yang akan diajukan. Dalam penulisan penelitian ini disajikan dalam lima bab antara lain sebagai berikut :

Bab I adalah Pendahuluan, dalam bab ini penulis mengemukakan tentang latar belakang masalah, ruang lingkup masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan diakhir dari bab ini disertai dengan sistematika penulisan.

Bab II adalah Kajian Pustaka, dalam bab ini penulis membahas penelitian-penelitian terdahulu dan beberapa teori-teori yang digunakan sebagai bahan dasar penelitian yang berkaitan dengan penelitian. Terdiri dari kutipan buku, teori umum, teori khusus dan definisi lainnya yang berkaitan dengan yang dibahas.

Bab III adalah Metode Penelitian, bab ini berisikan lokasi dan waktu penelitian, jenis dan pendekatan penelitian , populasi, sampel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab IV adalah Hasil Penelitian, dalam bab ini dan Pembahasan, merupakan bab yang membahas tentang gambaran umum lokasi penelitian, hasil analisis data, pembuktian hipotesis, pembahasan hasil dan jawaban dari pertanyaan dalam penelitian ini.

Bab V adalah penutup, bab ini berisikan kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini serta beberapa saran dari peneliti.



BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Penelitian Terdahulu

Kajian hasil penelitian terdahulu berguna untuk menghindari duplikasi, kesalahan metode dan mengetahui posisi penelitian dalam perkembangan ilmu pengetahuan. Penelitian terdahulu ini juga merupakan kebutuhan ilmiah yang berguna untuk memberikan kejelasan, diteliti melalui khasanah pustaka dan sebatas jangkauan yang didapatkan untuk memperoleh data.

Kajian hasil penelitian terdahulu yang pertama adalah penelitian yang dilakukan oleh Annisa Yusuf mahasiswi UIN Raden Intan Lampung Program Studi Ekonomi Syariah dengan judul *Kontribusi Ekspor-Impor Terhadap Pendapatan Nasional Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Untuk menjelaskan dan membandingkan kontribusi Ekspor-Impor terhadap pendapatan nasional Indonesia-Qatar dalam perspektif Ekonomi Islam. Dari penelitian tersebut didapatkan kesimpulan bahwa kontribusi ekspor-impor terhadap PDB Indonesia masih terbilang kecil, yakni berkisar hingga minus persen. Bahkan pada tahun 2013 kontribusi ekspor-impor terhadap PDB hanya sekitar (0,30%).⁶ Penelitian ini menggunakan teori yang juga digunakan oleh penulis, dengan demikian penulis sangat terbantu dalam proses penyusunan penelitian.

Kajian hasil penelitian yang kedua adalah penelitian yang dilakukan oleh Dani Nugroho Sutiyono mahasiswa Universitas Sanata Dharma Yogyakarta program studi Akuntansi dengan judul *Kontribusi Retribusi Pasar Terhadap Pendapatan Asli Daerah*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Kontribusi Retribusi Pasar Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Yogyakarta

⁶ Annisa Yusuf, *Kontribusi Ekspor-Impor Terhadap Pendapatan Nasional Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Lampung: UIN Raden Intan, 2018.

tahun 2001 sampai dengan tahun 2007. Dari penelitian tersebut didapatkan kesimpulan kontribusi retribusi pasar terhadap pendapatan asli daerah pemerintah kota Yogyakarta selama periode tahun 2001 sampai dengan tahun 2007 berkisar antara 4,57% sampai 9,41% dengan rata-rata kontribusi mencapai 6,11% kontribusi retribusi pasar terhadap pendapatan asli daerah terbesar terjadi pada tahun 2001 dengan kontribusi 9,41% dan kontribusi terkecil terjadi pada tahun 2007 dengan kontribusi 4,57%.⁷ Penelitian ini berkontribusi sebagai referensi bagi penelitian penulis serta membantu dalam proses penyusunan.

Kajian hasil penelitian ketiga adalah penelitian yang dilakukan oleh, Larasati Wisnu Kawa, dkk. Mahasiswi President University program studi Administrasi Bisnis dengan judul *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Konsumen: Survei Muda-dewasa tentang Kosmetik Impor di Jabodetabek*, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi anak-anak muda Indonesia yang tinggal di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (Jabodetabek) untuk memilih kosmetik impor.⁸ Penelitian ini membantu dalam membuat kisi-kisi angket yang akan penulis sebarakan pada responden penelitian, dan sebagai referensi bagi penelitian penulis.

⁷ Dani Nugroho Sutiyono, *Kontribusi Retribusi Pasar Terhadap Pendapatan Asli Daerah*, Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma, 2009.

⁸ Larasati Wisnu Kawa, dkk. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Konsumen: Survei Muda-dewasa tentang Kosmetik Impor di Jabodetabek*. Jakarta: The Standard International Journals, 2013.

Berikut ini disajikan tabel perbedaan penelitian penulis dengan penelitian penelitian di atas.

Tabel 2.1
Perbedaan Penelitian Penulis dengan Penelitian-Penelitian Sebelumnya

No.	Peneliti/Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Annisa Yusuf/Kontribusi Ekspor-Impor Terhadap Pendapatan Nasional Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Komparasi Indonesia dan Qatar Periode 2012-2016)	Meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan	- Meneliti Kontribusi Ekspor Impor Terhadap Pendapatan Nasional - Lokasi Penelitian di Kota Lampung
2.	Dani Nugroho Sutiyono/ Kontribusi Retribusi Pasar Terhadap Pendapatan Asli Daerah (Studi kasus pada pemerintah Kota Yogyakarta Tahun 2001 s/d 2007).	Meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan	- Meneliti pengaruh kontribusi pasar terhadap pendapatan asli daerah - Berlokasi di Kota Yogyakarta
3.	Larasati Wisnu Kawa, dkk./ Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Konsumen: Survei Muda-dewasa tentang Kosmetik Impor di Jabodetabek, Indonesia Tahun 2013	Meneliti dampak kosmetik Impor	- Meneliti Persaingan Bisnis - Meneliti pengambilan keputusan terhadap pembelian kosmetik impor di kalangan muda hingga dewasa.
4.	Anggraeni Maulina Saputri/Pengaruh Kosmetik Impor Terhadap Pendapatan Konter-Konter Kosmetik Domestik di Kota Palangka Raya.	Meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan	- Meneliti pengaruh produk kosmetik impor terhadap pendapatan konter-konter kosmetik domestik. - Lokasi di pusat perbelanjaan Metos, Sendys, KPD swalayan dan Violet Kota Palangka Raya.

B. Kajian Teori

1. Teori Penjualan

a. Pengertian Penjualan

Penjualan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan.

Penjualan juga berarti proses kegiatan menjual, yaitu dari kegiatan penetapan harga jual sampai produk didistribusikan ke tangan konsumen (pembeli).⁹

Kegiatan penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian, untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Jadi kegiatan pembelian, untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Jadi kegiatan pembelian dan penjualan merupakan satu kesatuan untuk dapat terlaksananya transfer hak atau transaksi. Oleh karena itu kegiatan penjualan seperti halnya kegiatan penjualan seperti halnya kegiatan pembelian.¹⁰

b. Tujuan Penjualan

Pada umumnya para pengusaha mempunyai tujuan mendapatkan laba tertentu (mungkin maksimal), dan mempertahankan atau bahkan berusaha meningkatkannya untuk jangka waktu lama. Tujuan tersebut dapat direalisasikan apabila penjualan dapat dilaksanakan seperti yang direncanakan.

⁹ M. Nafarin, *Penganggaran Perusahaan*, Jakarta: Salemba Empat, 2009, hal. 166

¹⁰ Assauri, *Sofjan Manajemen Pemasaran edisi pertama*, Jakarta: Rajawali, hal. 23

Kemampuan usaha dalam menjual produknya menentukan keberhasilan dalam mencari keuntungan, apabila usaha tersebut tidak mampu menjual maka usaha tersebut akan mengalami kerugian. Tujuan umum penjualan yaitu :

1. Mencapai volume penjualan
2. Mendapatkan laba tertentu
3. Menunjang pertumbuhan usaha

2. Teori Pendapatan

a. Pengertian Pendapatan

Dalam kamus besar bahasa Indonesia pendapatan adalah hasil kerja (usaha atau sebagainya)¹¹. Sedangkan pendapatan dalam kamus manajemen adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba.¹²

Pendapatan memiliki pengertian yang bermacam-macam tergantung dari sisi mana untuk meninjau pengertian pendapatan tersebut. Pendapatan merupakan hasil yang diperoleh dari kegiatan-kegiatan perusahaan dalam suatu periode. Pendapatan timbul dari peristiwa ekonomi antara lain penjualan barang, penjualan jasa, penggunaan aktiva perusahaan oleh pihak lain yang menghasilkan bunga, royalti dan dividen.

¹¹Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1998, hlm. 185

¹²BN. Marbun, *Kamus Manajemen*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003, hlm. 230

Pendapatan merupakan jumlah yang dibebankan kepada langganan atas barang dan jasa yang dijual, dan merupakan unsur yang paling penting dalam sebuah perusahaan, karena pendapatan akan dapat menentukan maju-mundurnya suatu perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus berusaha semaksimal mungkin untuk memperoleh pendapatan yang diharapkannya. Pendapatan pada dasarnya diperoleh dari hasil penjualan produk atau jasa yang diberikan

Pendapatan seseorang juga dapat didefinisikan sebagai banyaknya penerimaan yang dinilai dengan satuan mata uang yang dapat dihasilkan seseorang atau suatu bangsa dalam periode tertentu. Reksoprayitno mendefinisikan: “Pendapatan (*revenue*) dapat diartikan sebagai total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu”. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah sebagai jumlah penghasilan yang diterima oleh para anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atau faktor-faktor produksi yang telah disumbangkan.¹³

Pengertian tentang pendapatan itu sendiri ada beberapa macam, berikut ini ada beberapa pandangan yang menegaskan arti konseptual dari pendapatan. Sebelum penulis lebih lanjut menelaah

¹³Reksoprayitno, *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*, Jakarta: Bina Grafika, 2004, hlm.79

mengenai pengertian pendapatan, maka terlebih dahulu perlu diketahui mengenai konsep kesatuan usaha.

Menurut ilmu ekonomi, pendapatan merupakan nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula. Definisi pendapatan menurut ilmu ekonomi menutup kemungkinan perubahan lebih dari total harta kekayaan badan usaha pada awal periode dan menekankan pada jumlah nilai statis pada akhir periode. Dengan kata lain, pendapatan adalah jumlah kenaikan harta kekayaan karena perubahan penilaian yang bukan diakibatkan perubahan modal dan hutang.

Ikatan akuntan Indonesia dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 23 mendefinisikan pendapat sebagai berikut: Pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal perusahaan selama suatu periode bila arus masuk ini mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal.¹⁴

Disamping definisi yang dinyatakan oleh Ikatan Akuntansi Indonesia. Untuk menyatakan gambaran yang lebih lengkap mengenai pengertian pendapatan, peneliti akan mengutip pendapat-pendapat yang diambil dari berbagai macam bacaan.

¹⁴ Ikatan Akuntan Indonesia, *Standar Akuntansi Keuangan*, Jakarta: Salemba Empat, 2007, hlm. 164

Menurut Zaki Baridwan dalam Buku yang berjudul *Intermediate Accounting* merumuskan pengertian pendapatan adalah sebagai berikut:

Pendapatan adalah aliran masuk atau kenaikan lain aktiva suatu badan usaha atau pelunasan utang (atau kombinasi dari keduanya) selama suatu periode yang berasal dari penyerahan atau pembuatan barang, penyerahan jasa, atau dari kegiatan lain yang merupakan kegiatan lain yang merupakan kegiatan utama badan usaha.¹⁵

Sofyan Syafri Harahap mengemukakan bahwa pendapatan adalah :

“Pendapatan adalah hasil penjualan barang dan jasa yang dibebankan kepada langganan/mereka yang menerima”.¹⁶

Definisi-definisi diatas memperlihatkan bahwa ada 2 konsep tentang pendapatan yaitu sebagai berikut:

- 1) Konsep Pendapatan yang memusatkan pada arus masuk (*inflow*) aktiva sebagai hasil dari kegiatan operasi perusahaan. Pendekatan ini menganggap pendapatan sebagai *inflow of net asset*.
- 2) Konsep pendapatan yang memusatkan perhatian kepada penciptaan barang dan jasa serta penyaluran konsumen atau produsen lainnya, jadi pendekatan ini menganggap pendapatan sebagai *outflow of good and services*.

Jika pendapatan dirumuskan dengan cara lain maka pengecualian harus dinyatakan dengan jelas, misalnya pendapatan

¹⁵ Forum Studi Keuangan Negara, *Esai Keuangan Negara Pemikiran Multi Perspektif*, Yogyakarta: Diandra Kreatif, 2017, hlm. 161

¹⁶ Sofyan Syafri Harahap, *Teori Akuntansi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001.

diakui sebelum arus masuk aktiva benar-benar terjadi. Konsep dasar pendapatan yang diungkapkan oleh Patton dan Littleton dinamakan sebagai produk perusahaan yang menekankan bahwa pendapatan merupakan arus yaitu penciptaan barang dan jasa oleh perusahaan.

b. Klasifikasi Pendapatan

Pendapatan dapat diklasifikasikan menjadi dua bagian, yaitu :

1. Pendapatan Operasional

Pendapatan Operasional adalah pendapatan yang timbul dari penjualan barang dagangan, produk atau jasa dalam periode tertentu dalam rangka kegiatan utama atau yang menjadi tujuan utama perusahaan yang berhubungan langsung dengan usaha (operasi) pokok perusahaan yang bersangkutan.

Pendapatan ini sifatnya normal sesuai dengan tujuan dan usaha perusahaan dan terjadinya berulang-ulang selama perusahaan melangsungkan kegiatannya. Pendapatan operasional untuk setiap perusahaan berbeda-beda sesuai dengan jenis usaha yang dikelola perusahaan. Salah satu jenis pendapatan operasional perusahaan adalah pendapatan yang bersumber dari penjualan. Penjualan ini berupa penjualan barang dan penjualan jasa yang menjadi objek maupun sasaran utama dari usaha pokok perusahaan.

2. Pendapatan Non Operasional

Pendapatan yang diperoleh perusahaan dalam periode tertentu, akan tetapi bukan diperoleh dari kegiatan operasional utama perusahaan. Pendapatan bunga, sewa, royalti, keuntungan (laba), penjualan aktiva tetap, investasi jangka panjang dan dividen merupakan pendapatan diluar usaha bagi perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur dan perdagangan. Dan pendapatan yang diperoleh dari peningkatan ekuitas dari transaksi-transaksi yang bukan kegiatan utama dari entitas dan dari transaksi-transaksi atau kejadian-kejadian lainnya serta keadaan-keadaan yang mempengaruhi entitas selain yang dihasilkan dari investasi pemilik disebut dengan keuntungan.¹⁷

c. Sumber-Sumber Pendapatan

Soemarso SR mengatakan pendapatan dalam perusahaan dapat diklasifikasikan sebagai pendapatan operasi dan non operasi. Pendapatan operasi adalah pendapatan yang diperoleh dari aktivitas utama perusahaan. Sedangkan, pendapatan non operasi adalah pendapatan yang diperoleh bukan dari kegiatan utama perusahaan.

Jumlah nilai nominal aktiova dapat bertambah melalui berbagai transaksi tetapi tidak semua transaksi mencerminkan timbulnya

¹⁷Kusnadi, *Akuntansi Keuangan Menengah (Prinsip, Prosedur, dan Metode)*. Edisi Kedua puluh satu. Jakarta: Salemba Empat, 2000, hal. 19.

pendapatan. Dalam penentuan laba adalah membedakan kenaikan aktiva yang menunjukkan dan mengukur pendapatan kenaikan jumlah nilai nominal aktiva dapat terjadi dari:

1. Transaksi modal atau pendapatan yang mengakibatkan adanya tambahan dana yang ditanamkan oleh pemegang saham.
2. Laba dari penjualan aktiva yang bukan berupa “barang dagangan” seperti aktiva tetap, surat-surat berharga, atau penjualan anak atau cabang perusahaan.
3. Hadiah, sumbangan, atau penemuan.
4. Revaluasi aktiva.
5. Penyerahan produk perusahaan, yaitu aliran penjualan produk.

Kelima sumber tambahan aktiva diatas hanya butir kelima yang harus diakui sebagai sumber pendapatan walaupun laba atau rugi mungkin timbul dalam hubungannya dengan penjualan aktiva selain produk sebagaimana yang disebutkan dalam butir ke-dua.¹⁸

2. Teori Kosmetik

a. Pengertian Kosmetik

Kosmetika adalah bahan atau campuran bahan untuk digosokan, dilekatkan, dituangkan, dipercikan/ disemprotkan, dimasukkan dalam, dipergunakan pada badan atau bagian badan manusia dengan maksud untuk membersihkan, menambah daya tarik atau mengubah rupa, melindungi supaya tetap dalam keadaan

¹⁸Soemarsono. SR, *Akuntansi: Suatu Pengantar, Jilid II, Edisi IV*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2000 hal 14.

baik memperbaiki bau badan tetapi tidak dimaksudkan untuk mengobati atau menyembuhkan suatu penyakit.

Produk kosmetik adalah produk yang dimanfaatkan pada bagian luar tubuh manusia dengan tujuan untuk perawatan atau pemeliharaan, melindungi, mengubah atau memperbaharui penampilan pada tubuh. Tanpa disadari, kosmetik telah memberikan warna yang berbeda bagi kehidupan manusia. Membuka beragam peluang usaha dan peluang untuk mengaktualisasikan ilmu dan keterampilan manusia.¹⁹

Sebagaimana hadist yang diriwayatkan oleh (HR. Muslim).
“Sesungguhnya Allah itu indah dan menyukai keindahan.” Allah itu menyukai keindahan dan kebersihan, wanita yang mampu menjaga diri yakni menjaga kebersihan dirinya dan mempercantik diri dengan segala sesuatu yang halal untuk tujuan ibadah seperti menyenangkan suami tentu lebih mulia daripada wanita yang berantakan dan tidak merawat diri. Sebagaimana dalam firman Allah SWT :

وَيَسْأَلُونَكَ عَنِ الْمَحِيضِ قُلْ هُوَ أَذَىٰ فَأَعْتَرُوا النِّسَاءَ فِي الْمَحِيضِ وَلَا تَقْرَبُوهُنَّ حَتَّىٰ يَطْهُرْنَ فَإِذَا تَطَهَّرْنَ فَأْتُوهُنَّ مِنْ حَيْثُ أَمَرَكُمُ اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ
 التَّوَّابِينَ وَيُحِبُّ الْمُتَطَهِّرِينَ

¹⁹Retno Iswari Tranggono, *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*, Jakarta: PT. Gramedia, 2013. hal. 31.

Artinya : “Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang bertaubat dan mencintai orang-orang menyucikan diri.” (QS. Al-Baqarah: 222)

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا
 إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا
 وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Artinya : “Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap memasuki masjid, makan dan minumlah dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.” (QS. al-A'raf: 31).

قُلْ مَنْ حَرَّمَ زِينَةَ اللَّهِ الَّتِي أَخْرَجَ لِعِبَادِهِ وَالطَّيِّبَاتِ مِنَ الرِّزْقِ قُلْ هِيَ
 لِلَّذِينَ آمَنُوا فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا خَالِصَةً يَوْمَ الْقِيَامَةِ ۗ كَذَلِكَ نُفَصِّلُ الْآيَاتِ
 لِقَوْمٍ يَعْلَمُونَ

Artinya : “Katakanlah: “Siapakah yang mengharamkan perhiasan dari Allah yang telah dikeluarkan-Nya untuk hamba-hamba-Nya dan (siapa pulakah yang mengharamkan) rezeki yang baik?” Katakanlah: “Semuanya itu (disediakan) bagi orang-orang yang beriman dalam kehidupan dunia, khusus (untuk mereka saja) di hari kiamat”. Demikianlah Kami menjelaskan ayat-ayat itu bagi orang-orang yang mengetahui.” (QS. Al A'raf: 32)

Dari ayat ayat Al Qur'an tersebut jelas, bahwa Allah menyukai keindahan dan kebersihan, sehingga tidak masalah bagi wanita yang menggunakan kosmetik dengan tujuan tersebut.

b. Jenis-jenis dan Kegunaan Kosmetik

Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Kesehatan Nomor 045/C/SK/1977 tanggal 22 Januari 1977, menurut kegunaannya kosmetika dikelompokkan dalam 13 golongan yaitu :

1. Preparat untuk bayi, misalnya minyak bayi, bedak bayi.
2. Preparat untuk mandi, misalnya sabun mandi, bath capsule.
3. Preparat untuk mata, misalnya maskara, eye-shadow.
4. Preparat wangi-wangian, misalnya parfum, toilet water.
5. Preparat rambut, misalnya cat rambut, hair spray.
6. Preparat pewarna rambut, misalnya cat rambut.
7. Preparat make up (kecuali mata), misalnya bedak, lipstik.
8. Preparat untuk kebersihan mulut, misalnya pasta gigi, *mouth washes*.
9. Preparat untuk kebersihan badan, misalnya deodorant.
10. Preparat kuku, misalnya cat kuku, lotion kuku.
11. Preparat perawatan kulit, misalnya pembersih, pelembab, pelindung.
12. Preparat cukur, misalnya sabun cukur.
13. Preparat untuk suntan dan sunscreen, misalnya sunscreen foundation.²⁰

Penggolongan menurut kegunaannya bagi kulit :

²⁰*Ibid...*hlm. 43-44

1. Kosmetik perawatan kulit (*skin care cosmetics*) jenis ini perlu untuk merawat kebersihan dan kesehatan kulit. Termasuk di dalamnya Kosmetik untuk membersihkan kulit (*cleanser*) : sabun, cleansing cream, cleansing milk, dan penyegar kulit (*freshener*).
2. Kosmetik untuk melembabkan kulit (*moisturizer*), misalnya moisturizer cream, night cream, anti wrinkle cream.
3. Kosmetik pelindung kulit, misalnya sunscreen cream dan sunscreen foundation, sun block cream / lotion.
4. Kosmetik untuk menipiskan atau mengamplas kulit (*peeling*), misalnya scrub cream yang berisi butiran-butiran halus yang berfungsi sebagai pengamplas.

Kosmetik riasan (dekoratif atau make up) Jenis ini diperlukan untuk merias dan menutup cacat pada kulit sehingga menghasilkan penampilan yang lebih menarik serta menimbulkan efek psikologis yang baik, seperti percaya diri. Dalam kosmetik riasan, peran zat warna dan pewangi sangat besar. Kosmetik dekoratif terbagi menjadi 2 (dua) golongan, yaitu :

Kosmetik dekoratif yang hanya menimbulkan efek pada permukaan dan pemakaian sebentar, misalnya lipstik, bedak, pemerah pipi, eye-shadow, dan lain-lain; dan kosmetik dekoratif yang efeknya mendalam dan biasanya dalam waktu lama baru

luntur, misalnya kosmetik pemutih kulit, cat rambut, pengeriting rambut, dan lain-lain.²¹

3. Produk Kosmetik Impor dan Domestik

a. Produk Impor

Dalam satu pengertian, impor adalah kebalikan dari ekspor: mereka menjual di pasar domestik dan membeli dari pasar asing. Impor adalah kegiatan pembelian jasa atau barang dari satu negara di kirim ke negara lain.

Bila kegiatan pengiriman barang ini berskala besar, kita memerlukan bantuan bea cukai. Impor juga dapat diartikan sebagai transportasi barang dengan memasukkan barang dari luar negeri kedalam negeri yang dilakukan secara legal. Secara lebih jelas impor adalah kegiatan dalam perdagangan internasional dengan cara memasukkan barang kewilayah pembeian Indonesia yang dilakukan secara legal. Namun terkadang pemerintah menaikkan tarif pajak pada produk impor yang harus ditanggung oleh importir. Konsekuensinya, barang impor harganya akan lebih mahal karena harga yang telah dikenai pajak tadi akan dibebankan juga bagi para konsumennya.²²

Fungsi Impor suatu negara menunjukkan hubungan antara impor negara dengan pendapatan nasionalnya. Jika ekspor sama seperti investasi yang mendorong produk domestik, yang

²¹*Ibid...*, hal. 55-50

²²Mike dkk. Penerjemah Ika Akbarwati, *Bisnis Internasional*, Jakarta: Salemba Empat, 2015. hal.152

merupakan injeksi ke dalam aliran pendapatan nasional, sedangkan impor seperti tabungan, yang mewakili bocoran dari aliran pendapatan di sisi lain impor, merupakan fungsi dari pendapatan nasional.²³

Jadi tidak mengherankan bila produk impor harganya lebih tinggi dibanding produk lokalnya. Selain itu pemerintah biasanya juga menetapkan batasan kuota atau jumlah produk impor. Tujuan dari kegiatan ini adalah memperkuat neraca pembayaran, mengurangi keluarnya devisa ke luar negeri serta memenuhi kebutuhan yang ada di dalam negeri. Selain itu impor juga memberikan manfaat seperti mendapatkan bahan baku suatu produk yang jumlahnya terbatas di dalam negeri.

b. Produk Domestik

Produk Domestik adalah semua barang dan jasa sebagai hasil dari kegiatan-kegiatan ekonomi yang beroperasi di wilayah domestik, tanpa memperhatikan apakah faktor produksinya berasal dari atau dimiliki oleh penduduk daerah tersebut, merupakan produk domestik daerah yang bersangkutan. Pendapatan yang timbul oleh karena adanya kegiatan produksi tersebut merupakan pendapatan domestik.

Kenyataan menunjukkan bahwa sebagian dari faktor produksi yang digunakan dalam kegiatan produksi di suatu daerah berasal

²³Dominick Salvatore, penerjemah : Romi Bhakti Hartanto. *Ekonomi Internasional*, Jakarta: Salemba Empat, 2014, hal. 150-151

dari daerah lain atau dari luar negeri, demikian juga sebaliknya faktor produksi yang dimiliki oleh penduduk daerah tersebut ikut serta dalam proses produksi di daerah lain atau di luar negeri. Hal ini menyebabkan nilai produk domestik yang timbul di suatu daerah tidak sama dengan pendapatan yang diterima penduduk daerah tersebut. Dengan adanya arus pendapatan yang mengalir antar daerah ini (termasuk juga dari dan ke luar negeri) yang pada umumnya berupa upah/gaji, bunga, dividen dan keuntungan / laba maka timbul perbedaan antara produk domestik dan produk regional.

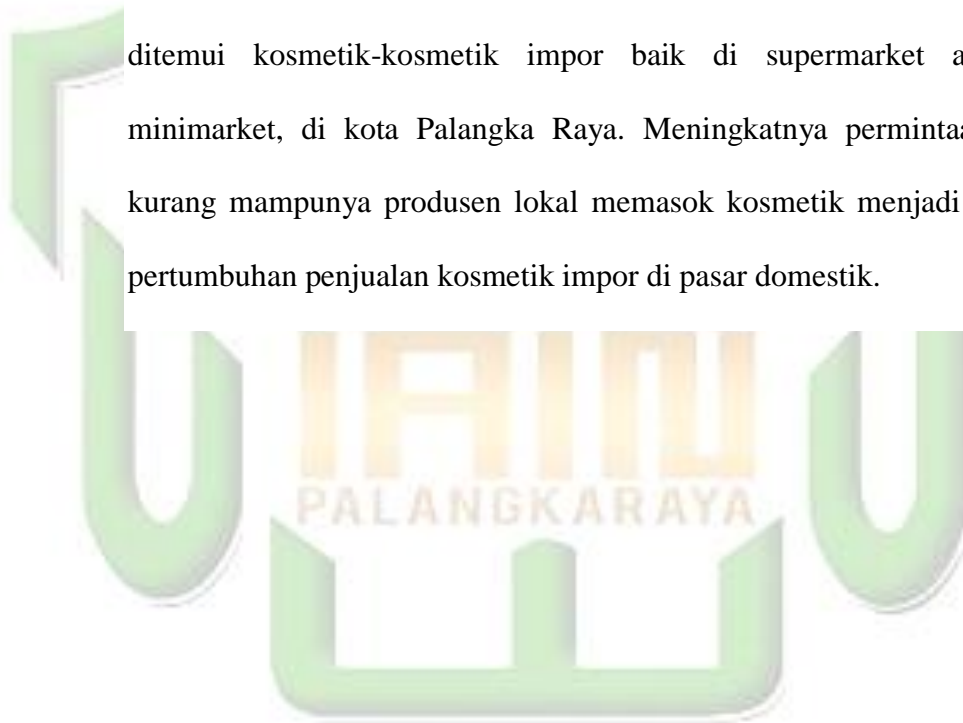
4. Kerangka Berfikir

Berkembangnya fashion di dunia termasuk kosmetik yang menunjang penampilan seseorang agar terlihat lebih menarik membuat masyarakat Indonesia berlomba-lomba untuk membeli produk kosmetik impor, dimana kosmetik yang di impor dari negara-negara maju seperti Amerika, Prancis, Jepang dan Korea Selatan yang menggunakan teknologi canggih dalam mengolah kosmetik menjadi yang merawat lebih baik. Sedikitnya produk kosmetik lokal dibandingkan impor karena kemampuan industri masih lemah, membuat produsen kosmetik yang mayoritas berasal dari industri kecil menengah wajib diberikan pendampingan guna meningkatkan kualitas produknya.

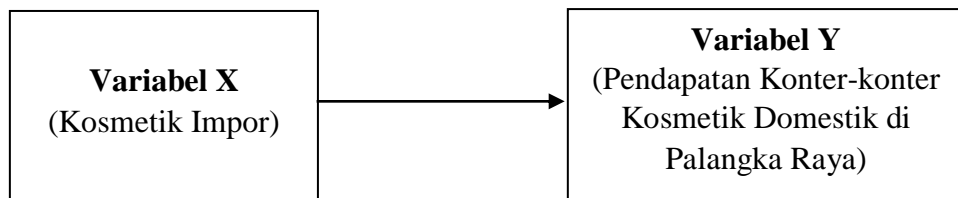
Pelaku industri kosmetik domestik sulit meningkatkan kinerja bisnisnya akibat penguasaan pangsa pasar produk impor yang sangat

besar, pasar kosmetik kelas menengah ke atas banyak didominasi produk dari Eropa, Jepang, Korea Selatan, dan Amerika Serikat. Untuk kelas menengah, banyak dihuni oleh produk asal Thailand, Korea Selatan, dan Malaysia.

Hal ini yang membuat Industri kosmetik Indonesia takut dan gelisah karena produk impor akan semakin merajalela masuk ke Tanah Air. Pasar kecantikan di Indonesia kebanjiran produk kosmetik impor hal ini memang dipengaruhi oleh permintaan pasar akan produk premium dan bermerek tidak terkecuali, di Kota Palangka Raya dimana sudah banyak ditemui kosmetik-kosmetik impor baik di supermarket ataupun minimarket, di kota Palangka Raya. Meningkatnya permintaan dan kurang mampunya produsen lokal memasok kosmetik menjadi alasan pertumbuhan penjualan kosmetik impor di pasar domestik.



Berdasarkan tujuan penelitian di atas untuk mengetahui pengaruh kosmetik impor terhadap pendapatan konter-konter kosmetik domestik di Kota Palangka Raya.



Keterangan :

X : Kosmetik Impor

Y : Pendapatan Konter-Konter Kosmetik Domestik di Kota Palangka Raya

Pengaruh kosmetik impor (X) terhadap pendapatan konter-konter kosmetik domestik di Kota Palangka Raya (Y). Jadi variabel bebas (X) adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen (Y) baik secara positif ataupun negatif. Jadi variabel (X) sebagai variabel bebas yang tidak bergantung pada variabel lainnya sedangkan variabel (Y) adalah variabel terikat yang tergantung pada variabel lainnya.

Penelitian yang akan dilakukan ini menjelaskan apakah Kosmetik impor (X) berpengaruh terhadap pendapatan konter-konter kosmetik domestik di Kota Palangka Raya (Y). Kemudian seberapa besar pengaruh kosmetik impor (X) terhadap pendapatan konter-konter kosmetik domestik di Kota Palangka Raya (Y).

5. Hipotesis

Hipotesis (atau ada pula yang menyebutnya dengan istilah hipotesa) dapat diartikan secara sederhana sebagai dugaan sementara. Hipotesis berasal dari bahasa Yunani *hypo* yang berarti di bawah dan *thesis* yang berarti pendirian, pendapat yang ditegakkan, kepastian. Jika dimaknai secara bebas, maka hipotesis berarti pendapat yang kebenarannya masih diragukan. Untuk bisa memastikan kebenaran dari pendapat tersebut, maka suatu hipotesis harus diuji atau dibuktikan kebenarannya.

Berdasarkan kerangka berfikir di atas maka dapat dirumuskan suatu hipotesis yang merupakan dugaan sementara dalam menguji suatu penelitian yakni :

Ho : Tidak ada pengaruh kosmetik impor terhadap pendapatan konter-konter kosmetik domestik di Kota Palangka Raya.

Ha : Ada pengaruh kosmetik impor terhadap pendapatan konter-konter kosmetik domestik di Kota Palangka Raya.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di beberapa pusat perbelanjaan di Kota Palangka Raya, yaitu METOS yang beralamat di Jl. Yos Sudarso, KPD Swalayan beralamat di Jalan Temanggung Tilung, dan Toko Violet beralamat di Jalan Darmo Sugondo, Palangka Raya, Kalimantan Tengah. Peneliti memilih lokasi-lokasi ini karena di pusat perbelanjaan tersebut terdapat banyak kosmetik domestik.

2. Waktu Penelitian

Adapun penelitian ini dilakukan selama 2 bulan setelah peneliti mendapat surat permohonan izin penelitian dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangara Raya, yaitu mulai bulan April sampai dengan bulan Juni tahun 2019.

B. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Metode penelitian adalah cara yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data dan informasi mengenai berbagai hal yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Istilah metode berasal dari kata *methodos* (Yunani) berarti cara atau jalan. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Dalam pendekatan kuantitatif,

hakikat hubungan di antara variabel-variabel dianalisis dengan menggunakan teori yang objektif.

Jenis penelitian kuantitatif yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian *Expose Facto*. Penelitian *Expose Facto* adalah penyelidikan secara empiris yang sistematis. Penelitian *Expose Facto* disebut demikian karena sesuai dengan artinya, yaitu “dari apa yang dikerjakan setelah kenyataan”. Penelitian ini juga sering disebut *after the fact retrispective study* atau studi penelusuran kembali.²⁴

Penelitian ini menggunakan *Expose Facto* karena peneliti mencoba menelusuri kembali bagaimana pengaruh kosmetik impor terhadap pendapatan kosmetik domestik di kota Palangka Raya.

C. Populasi dan Sampel

Populasi berasal dari kata bahasa Inggris *population*, yang berarti jumlah penduduk. Oleh karena itu, apabila disebutkan kata populasi, orang kebanyakan menghubungkannya dengan masalah-masalah kependudukan. Dalam metode penelitian kata populasi amat populer, digunakan untuk menyebutkan serumpun atau sekelompok objek yang menjadi yang menjadi sasaran penelitian. Oleh karenanya, populasi merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data

²⁴ *Ibid.*, hal. 40-41

penelitian. Populasi dalam penelitian adalah pemilik toko dan spg kosmetik domestik yang berjumlah 31 responden yaitu pedagang dan spg kosmetik di Kota Palangka Raya.

Sempel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Atau sampel dapat didefinisikan sebagai anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi.²⁵ Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik *random sampling*. *Random Sampling* adalah teknik pengambilan sampel di mana tiap-tiap individu dalam populasi mendapat peluang yang sama untuk terpilih. Dalam penarikan sampel ini, peneliti memilih sampel secara acak tanpa bias. Beberapa teknik penarikan sampel dalam *random sampling* adalah sampling acak sederhana, sapling berstrata atau bertingkat, sampling kelompok, dan sampling acak dua tingkat.²⁶

Dalam *random sampling*, setiap subjek mempunyai peluang yang sama untuk dijadikan sampel penelitian. Teknik sampling secara acak dapat dilakukan dengan cara berikut : 1. Sampling acak sederhana, yaitu penentuan sampel dengan cara melakukan undian terhadap populasi; 2. Sampling acak beraturan yaitu dalam hal ini peneliti mengambil sampel dari nomor-nomor subjek dengan jarak yang sama yang telah ditentukan sebelumnya, dan sampel acak dengan bilangan random. Setiap unit sampling sebagai unsur populasi

²⁵ Burhan Bugin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana Prenada Group, 2015, hal. 109

²⁶ Ellen Gunawan Edison, *Teknik Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi...*, hal. 321

yang terpencil memperoleh peluang yang sama untuk menjadi sampel atau untuk mewakili populasi.²⁷

Jadi, populasi dalam penelitian adalah seluruh penjual/spg kosmetik domestik di Kota Palangka Raya dan sampel pada penelitian berjumlah 31 responden yakni penjual atau spg kosmetik domestik untuk mewakili populasi.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Angket

Angket sering disebut pula kuesioner atau dalam bahasa Inggris disebut *questionnaire* (daftar pertanyaan). Metode angket merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden. Setelah di isi, angket dikirim kembali atau dikembalikan kepada peneliti.

Bentuk umum sebuah angket terdiri dari bagian pendahuluan berisikan petunjuk pengisian angket, bagian identitas berisikan identitas responden seperti: Jenis kelamin, usia, dan pendidikan terakhir kemudian baru memasuki bagian isi angket. Dari bentuk isi inilah kemudian angket dibedakan menjadi beberapa bentuk.²⁸

Angket ini menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap dalam suatu penelitian. Yang dimaksud

²⁷Sugiyono, *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, tindakan kelas dan studi kasus*, Jawa Barat: Tim CV Jejak. 2017, hal. 163

²⁸Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif...*, hal. 133.

dengan sikap menurut Thurstone ialah 1) pengaruh atau penolakan, 2) penilaian, 3) suka atau tidak suka, 4) kepositifan atau kenegatifan terhadap suatu obyek psikologis. Biasanya sikap dalam skala likert diekspresikan mulai dari yang paling negatif, netral sampai ke yang paling positif dalam bentuk sebagai berikut: sangat tidak setuju, tidak setuju, setuju, dan sangat setuju.²⁹

Pertanyaan angket disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel. Dari indikator-indikator tersebut penulis menjabarkannya dalam item-item pertanyaan (angket). Sebelum membuat angket untuk diajukan terhadap responden peneliti terlebih dahulu membuat instrumen-instrumen atau kisi-kisi (tabel 3.1) dari pertanyaan tersebut, ini diperlukan guna melihat dan memperjelas permasalahan yang dituangkan dalam angket.

Data yang ingin diperoleh dari angket yaitu identitas, jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir dan pengetahuan responden terhadap seberapa besar kontribusi kosmetik impor terhadap pendapatan konter-konter kosmetik domestik di Palangka Raya.

²⁹ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006, hal. 96.

Tabel 3.1
Kisi-kisi angket penelitian *Pengaruh Kosmetik Impor Terhadap Pendapatan Kosmetik Domestik di Kota Palangka Raya*

No.	Variabel	Sub Variabel	Nomor butir angket
1.	Kosmetik Impor	• Kualitas Produk	1,2
		• Nama brand/citra produk atau merk di masyarakat	3,4
		• Lokasi atau konter kosmetik impor	5,6
		• Promosi di media elektronik (internet)	7
		• Harga yang ditawarkan	8,9
		• Kemasan	10
		• Kriteria Konsumen	11
		• Label Halal	12
2.	Pendapatan	• Lokasi konter kosmetik domestik	1
		• Pendapatan Operasional	2,3,4,5
		• Durasi waktu kerja	6
		• Merk produk	7
		• Pengenalan nama produk melalui seminar umum.	8,9

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi penelitian sosial. Oleh karena, sebenarnya sejumlah besar fakta dan data sosial tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumen. Sebagian besar data yang tersedia adalah berbentuk surat-surat, catatan harian, laporan, foto-foto dan sebagainya³⁰. Dalam penelitian ini, bentuk dokumentasi yang peneliti ambil adalah foto dari keberadaan konter-konter kosmetik domestik, penjual kosmetik domestik dan foto saat sampel penelitian ini mengisi angket yang telah peneliti sediakan.

E. Teknik Analisi Data

1. Uji Instrumen

Instrumen penelitian memegang peran penting dalam penelitian kuantitatif karena kualitas data yang digunakan dalam banyak hal ditentukan oleh kualitas instrument yang dipergunakan. Artinya, data yang bersangkutan dapat mewakili dan atau mencerminkan keadaan sesuatu yang diukur pada diri subjek penelitian dan si pemilik data.

Untuk itu peneliti kuantitatif harus berfikir bagaimana memperoleh data seakurat mungkin dari subjek penelitian sehingga data-data itu dapat dipertanggung jawabkan dari pada berfikir teknik statistic apa yang akan dipergunakan untuk mengolahnya. Instrumen tersebut

³⁰ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana, 2010, hal. 121-122.

haruslah memiliki kualifikasi tertentu yang memenuhi persyaratan ilmiah. Untuk instrument seperti berbagai alat tes keberhasilan belajar, misalnya yang berkaitan dengan ranah kognitif dan pertanyaan-pertanyaan untuk angket, misalnya yang berhubungan dengan masalah afeksi, nilai-nilai, dan kecenderungan-kecenderungan, persyaratan kualifikasi itu paling tidak meliputi aspek validitas, dan reliabilitas.

a. Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Ada sejumlah cara mempertimbangkan kadar validitas sebuah instrumen yang secara garis besar dapat dibedakan kedalam dua kategori yakni . Kategori pertama yang pertimbangannya lewat analisis rasional yaitu *content validity* (validitas isi) dan *construct validity* (validitas konstruk).³¹

Pada penelitian ini peneliti menggunakan uji validitas yang bersifat empirik memerlukan data-data di lapangan dari hasil uji coba yang berwujud data kuantitatif. Jadi untuk keperluan analisis validitas itu diperlukan jasa statistik. Validitas sejalan

³¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21*, Semarang: Universitas Diponegoro, 2013, hal. 52.

mempertanyakan apakah kemampuan apresiasi sastra sejalan dengan kemampuan membaca. Untuk itu, perlu dilakukan dua kali pengukuran dalam dua bidang yang sejenis tersebut kepada subjek penelitian yang sama. Hasilnya Dianalisis dngan teknik korelasi product moment.

Untuk melakukan uji validitas ini menggunakan program SPSS. Teknik pengujian yang sering digunakan para peneliti untuk uji validitas adalah menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* (Produk Momen Pearson). Analisis ini dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Skor total adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Item-item pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan item-item tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkap apa yang ingin diungkap à Valid. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).³²

Rumus Korelasi Product Moment :

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x)^2)(N \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

r_{xy} = Koefisien Korelasi antara variabel X dan variabel Y

$\sum xy$ = Jumlah perkalian antara variabel X dan Y

$\sum x^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai X

³² *Ibid.*, hal. 54-56

$\sum y^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai Y

$(\sum x)^2$ = Jumlah dari X kemudian di kuadratkan

$(\sum y)^2$ = Jumlah dari Y kemudian di kuadratkan

Hasil perhitungan menggunakan program spss 20, diperoleh hasil uji validitas yang diujicobakan pada 20 orang yaitu mahasiswa IAIN Palangka Raya yang menjual kosmetik. Responden dengan jumlah pernyataan 11 item untuk variabel X dan 9 untuk variabel Y, total seluruh item pernyataan sebanyak 20 item, dapat dilihat di bagian lampiran halaman 73 dan 75, serta peneliti sajikan dalam tabel di bawah ini :



Tabel 3.2
Keputusan Validitas Variabel X (Kosmetik Impor)

No.	r_{hitung}	r_{tabel} $\alpha = 0,05; n = 20$	Keputusan
1.	0,664	0,443	Valid
2.	0,603	0,443	Valid
3.	0,011	0,443	Tidak Valid
4.	0,201	0,443	Tidak Valid
5.	0,636	0,443	Valid
6.	0,483	0,443	Valid
7.	0,247	0,443	Tidak Valid
8.	0,481	0,443	Valid
9.	0,615	0,443	Valid
10.	0,481	0,443	Valid
11.	0,611	0,443	Valid

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa uji validitas yang dilakukan dengan jumlah responden 20 orang dan 8 item pernyataan variabel X dinyatakan valid dimana r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} yaitu

0,443. Terdapat 3 variabel X yang dinyatakan tidak valid dimana r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} item no.3 = 0,011 < 0,443, item no. 4 = 0,201 < 0,443



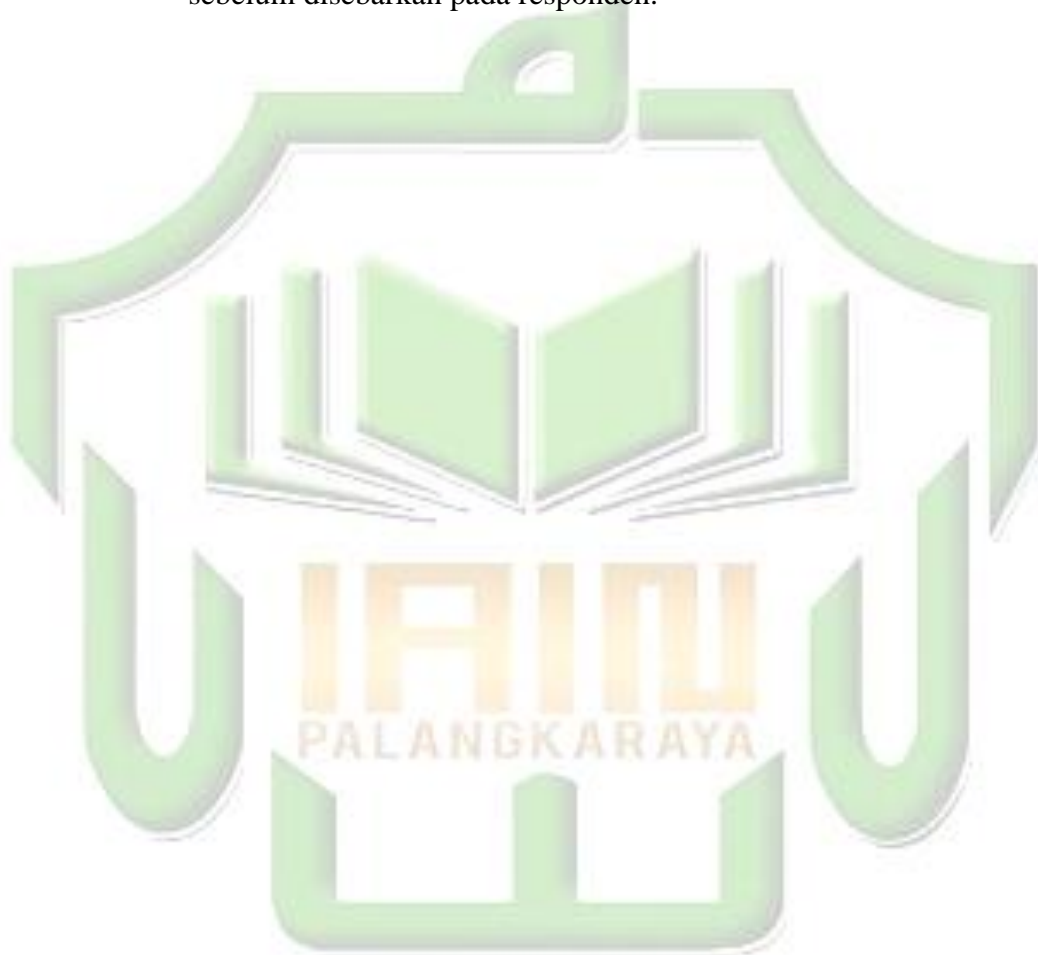
(3 dan 4 indikator : nama brand/citra produk atau merk di masyarakat), item no.7 = $0,247 < 0,443$ (indikator : promosi di media elektronik (internet)). Pernyataan yang tidak valid tersebut dihilangkan dari angket sebelum di sebar kepada responden penelitian.

Tabel 3.3
Keputusan Validitas Variabel Y (Pendapatan)

No.	r_{hitung}	r_{tabel} $\alpha = 0,05; n = 20$	Keputusan
1.	0,647	0,443	Valid
2.	0,649	0,443	Valid
3.	0,537	0,443	Valid
4.	0,663	0,443	Valid
5.	0,568	0,443	Valid
6.	0,842	0,443	Valid
7.	0,262	0,443	Tidak Valid
8.	0,596	0,443	Valid
9.	0,492	0,443	Valid

Berdasarkan tabel di atas, di ketahui bahwa uji validitas yang dilakukan dengan jumlah responden 20 orang dan 8 item

pernyataan variabel Y dinyatakan valid. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} yaitu 0,443. Terdapat 1 variabel Y yang dinyatakan tidak valid dimana r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} $0,262 < 0,443$ (indikator : merk produk), pernyataan yang tidak valid tersebut dihilangkan dari angket sebelum disebar pada responden.



b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas pada dasarnya adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya, Jika hasil pengukuran yang dilakukan berulang menghasilkan hasil yang relatif sama, pengukuran tersebut dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang baik. Hasil pengukuran dapat dipercaya hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok objek yang sama diperoleh hasil relatif sama (aspek yang diukur belum berubah), meskipun tetap terdapat toleransi bila terjadi perubahan. Jika perbedaan tersebut sangat besar dari waktu ke waktu, hasil pengukuran tidak dapat dipercaya (dikatakan tidak reliabel).³³

Metode pendekatan, secara garis besar terbagi menjadi dua jenis yakni : reliabilitas eksternal dan reliabilitas internal. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis Reliabilitas Internal, digunakan untuk menghilangkan kelemahan-kelemahan pada uji reliabilitas eksternal sehingga uji ini menjadi lebih praktis dan efisien. Uji reliabilitas internal

³³ Suliyanto, *Analisis Data "Dalam Aplikasi Pemasaran"* Bogor : Ghalia Indonesia, 2015, hal. 42-43.

diperoleh dengan menganalisis data dari satu kali pengetesan. Ada beberapa cara untuk menguji reliabilitas internal. Pemilihan metode ini sangat tergantung kepada selera peneliti serta bentuk instrumen. Hasil uji reliabilitas dengan metode yang berbeda sangat mungkin untuk menghasilkan angka yang berbeda. Hal ini dikarenakan bentuk data dan pembulatan.³⁴ Pada penelitian ini peneliti menggunakan rumus *Alpha Cronbach*.

Di bawah ini adalah tabel hasil uji reliabilitas adalah sebagai berikut :

Tabel 3.4
Scale: ALL VARIABLES Var.X

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	20	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	20	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure

Tabel 3.5
Reliability Statistics Var.X

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,734	,744	8

³⁴ *Ibid.*, hal. 44

Tabel 3.6
Item-Total Statistics Var. X

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1	26,80	13,642	,463	,667	,701
x2	26,60	14,463	,437	,672	,709
x3	27,40	11,621	,453	,688	,713
x4	27,25	13,671	,456	,456	,702
x5	27,20	14,379	,333	,488	,725
x6	26,60	13,516	,445	,601	,704
x7	26,70	14,537	,351	,658	,721
x8	26,70	13,168	,550	,641	,684

Berdasarkan output di atas, untuk variabel X (Kosmetik Impor) nilai *cronbach's alphanya* 0,734 yang mana lebih besar dari 0,6 sehingga data yang di uji cobakan dinyatakan reliabel.

Kemudian, peneliti juga melakukan reliabilitas terhadap variabel Y (Pendapatan) dengan menggunakan aplikasi SPSS 20 dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 3.7
Scale: ALL VARIABLES Var.Y

		N	%
Cases	Valid	20	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	20	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Tabel 3.8
Reliability Statistics Var.Y

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,827	,829	8

Tabel 3.9

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
y1	28,00	13,579	,470	,492	,819
y2	28,80	12,589	,736	,822	,782
y3	29,00	12,947	,530	,567	,811
y4	28,45	12,892	,665	,631	,792
y5	28,25	14,513	,357	,622	,832
y6	28,40	12,253	,683	,592	,787
y7	27,90	14,305	,527	,495	,812
y8	28,00	14,211	,472	,449	,817

Item-Total Statistics Var.Y

Berdasarkan output di atas, untuk variabel Y (pendapatan) nilai *cronbach's alphanya* 0,827 yang mana lebih besar dari 0,6 sehingga data yang di uji cobakan dinyatakan reliabel.

2. Analisis Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan di intrerpretasikan. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data tiap variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk

menguji hipotesis yang telah di ajukan.³⁵ Sebelum melakukan analisis data peneliti perlu melakukan uji analisis yaitu uji normalitas data dan analisis korelasi sederhana (*product mment*).

a. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik adalah analisis yang dilakukan untuk menilai apakah di dalam sebuah model regresi *Linear Ordinary Least Square* (OLS) terdapat masalah-masalah asumsi klasik. Syarat-syarat yang harus dipenuhi pada model regresi linear OLS agar model tersebut menjadi valid sebagai alat penduga. Tujuan pengujian asumsi klasik ini adalah untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten.

1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Untuk mendeteksi normalitas dan dapat dilakukan melalui analisis statistik *Kolmogorov-Smirnov test* (K-S).

Uji Normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2011, hal. 147.

berdistribusi normal atukah tidak. Berdasarkan pengalaman empiris beberapa pakar statistik, data yang banyaknya lebih dari 30 angka ($n > 30$), maka sudah dapat diasumsikan berdistribusi normal. Biasa dikatakan sebagai sampel besar. Namun untuk memberikan kepastian, data yang dimiliki berdistribusi normal atau tidak, sebaiknya digunakan uji normalitas. Karena belum tentu data yang lebih dari 30 bisa dipastikan berdistribusi normal, demikian sebaliknya data yang banyaknya kurang dari 30 belum tentu tidak berdistribusi normal³⁶

2. Analisis Regresi Linier

Analisis regresi linear adalah sebuah pendekatan untuk memodelkan hubungan antara variable terikat Y dan satu atau lebih variable bebas yang disebut X. Salah satu kegunaan dari regresi linear adalah untuk melakukan prediksi berdasarkan data-data yang telah dimiliki sebelumnya. Hubungan di antara variable-variabel tersebut disebut sebagai model regresi linear. Berdasarkan penggunaan variable bebas, maka regresi linear dapat dibagi menjadi dua, yaitu regresi linear *univariate* dan regresi linear *multivariate*.³⁷

³⁶Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat...*, hal. 130

³⁷Muhidin dan Sambas Ali, *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur Dalam Penelitian*, Bandung : Pustaka Setia, 2007, hal. 188

b. Analisis Korelasi Sederhana

Analisis korelasi sederhana digunakan untuk mengetahui ada atau tidak hubungan antara dua variabel dan juga untuk mengetahui seberapa erat hubungan antara dua variabel yang biasa disebut variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Penelitian ini menggunakan analisis korelasi sederhana dengan metode *pearson* atau sering disebut *Product Moment Pearson*, kegunaan korelasi pearson ialah untuk menentukan hubungan antara dua variabel yang berskala interval (skala yang menggunakan angka sebenarnya). Besarnya korelasi adalah 0 sampai dengan 1. Korelasi dapat bernilai positif, yang artinya searah. Jika variabel pertama bernilai besar, maka variabel kedua semakin besar juga. Korelasi bernilai negatif berarti berlawanan arah. Jika variabel pertama besar maka variabel kedua semakin mengecil.³⁸

Dalam penelitian ini jenis korelasi yang digunakan adalah korelasi bernilai positif dimana jika variabel X (Kosmetik Impor) meningkat maka variabel Y (Pendapatan Kosmetik Domestik) juga meningkat.

³⁸Jonathan Sarwano, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hal. 149-150.

Patokan hasil perhitungan koefisien korelasi adalah sebagai berikut :

Tabel 3.10
Patokan Hasil Perhitungan Koefisien Korelasi

Indek Korelasi	Kriteria Penafsiran
< 0,20	Hubungan dapat dianggap tidak ada
0,20 - 0,40	Hubungan ada tetapi rendah
>0, 40 - 0,70	Hubungan Cukup
>0,70-0,90	Hubungan Tinggi
>0,90-1,00	Hubungan Sangat Tinggi ³⁹

c. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel *dependent* (terikat) dapat diprediksikan melalui variabel *independent* (bebas) secara parsial ataupun secara bersama-sama. Analisis regresi dapat digunakan untuk kebijakan apakah ini menaikkan atau menurunkan variabel *independent*.⁴⁰ Regresi sederhana, bertujuan untuk mempelajari antara dua variabel. Model regresi sederhana adalah $Y = a + bX$,

³⁹ *Ibid.*, hal. 150

⁴⁰ Riduwan, Adun Rusyana, dan Enas, *Cara Mudah Belajar SPSS Versi 17.0 dan Aplikasi Statistik Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2013, hal. 93.

dimana Y adalah variabel tak bebas (terikat), X adalah variabel bebas, a adalah konstanta dan b adalah koefisien regresi.⁴¹



⁴¹ *Ibid.*

Nilai-nilai a dan b dapat dihitung dengan menggunakan rumus di bawah ini

$$a = \frac{(\Sigma y)(\Sigma x^2) - (\Sigma x)(\Sigma xy)}{n(x^2) - (\Sigma x^2)}$$

$$b = \frac{n(\Sigma xy) - (\Sigma x)(\Sigma y)}{n(x^2) - (\Sigma x^2)}$$

Keterangan :

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

n = Jumlah Data

Σx = Jumlah Skor Variabel X

Σy = Jumlah Skor Variabel Y

Σxy = Jumlah Perkalian Skor Variabel X dengan Variabel Y

Σx^2 = Jumlah Pengkuadratan Skor Variabel X

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perkembangan Kosmetik Impor di Kota Palangka Raya

Produk kosmetika telah menjadi kebutuhan primer bagi seluruh lapisan masyarakat Indonesia tidak terkecuali bagi masyarakat kota Palangka Raya. Kosmetik perawatan wajah dan tubuh merupakan kategori produk kosmetik yang berpotensi besar dan terus mengalami pertumbuhan di Kota Palangka Raya.

Kebijakan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) mengakibatkan persaingan dalam industri kosmetik semakin meningkat. Industri kosmetik skala kecil dan menengah (IKM) harus mampu memenuhi tantangan saat ini dan masa depan, dengan menciptakan produk kosmetik bermutu dan dapat bersaing dengan kosmetik impor jika tidak ingin di pandang sebelah mata oleh masyarakat. Pada awalnya sangat sulit mendapatkan produk impor di Palangka Raya masyarakat hanya bisa membeli produk impor secara online yang dikirim dari luar Kalimantan seperti Jakarta dan Batam yang banyak memasok kosmetik impor ke Palangka Raya.

Pada sekitar tahun 2014-2015 kosmetik impor dari berbagai negara mulai membuka satu persatu gerainya di Kota Palangka Raya. Bahkan karna tingginya minat masyarakat terhadap kosmetik impor warga lokal pun menjadi distributor yang memasok kosmetik impor lalu membuka gerainya dan menjual sendiri kosmetik impor tersebut.

Kosmetik impor di Palangka Raya banyak terbesar di pusat perbelanjaan terdapat kurang lebih gerai 30 s/d 35 gerai kosmetik impor angka ini terus meningkat setiap tahunnya dimulai dari 2016 dan terus bertambah hingga sekarang bahkan yang baru-baru saja di resmikan adalah gerai kosmetik impor di Palma (Palangka Raya Mall) gerai ini menyediakan produk impor dari banyak negara seperti salah satunya adalah Malaysia.

Kosmetik impor yang beredar luas di Palangka Raya antara lain berasal dari negara Thailand, Malaysia, Amerika, Jepang, Korea, Cina dan beberapa dari negara bagian Eropa. Kosmetik impor tersebut bersaing dengan produk lokal yang sudah terdahulu ada di Palangka Raya seperti Purbasari, Sari Ayu Marta Tilaar, Viva, Inez, Emina, Make Over, QL dan Mustika Ratu dll.

B. Analisis Data

1. Karakteristik Responden

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

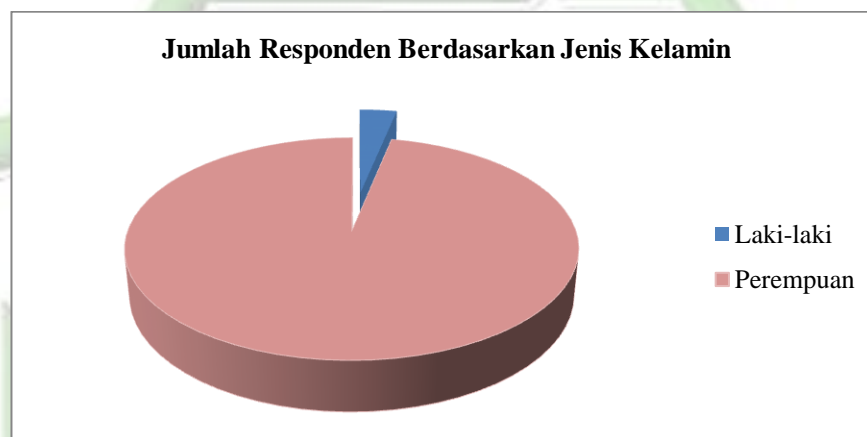
Berdasarkan dari jenis kelamin, responden dibagi menjadi dua yaitu laki-laki dan perempuan. Dari hasil kuesioner yang di sebarakan ditemukan bahwa responden laki-laki dan perempuan jumlahnya berbeda. Dari hasil pengolahan data dapat dilihat bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 1 orang dengan tingkat presentase 3% dan responden perempuan sebanyak

30 orang dengan tingkat presentase 97%. Adapun jumlah responden dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.1
Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Presentase(%)
1	Laki-laki	1	3%
2	Perempuan	30	97%
	Jumlah	31 Orang	100%

Sumber : Data angket penelitian



b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

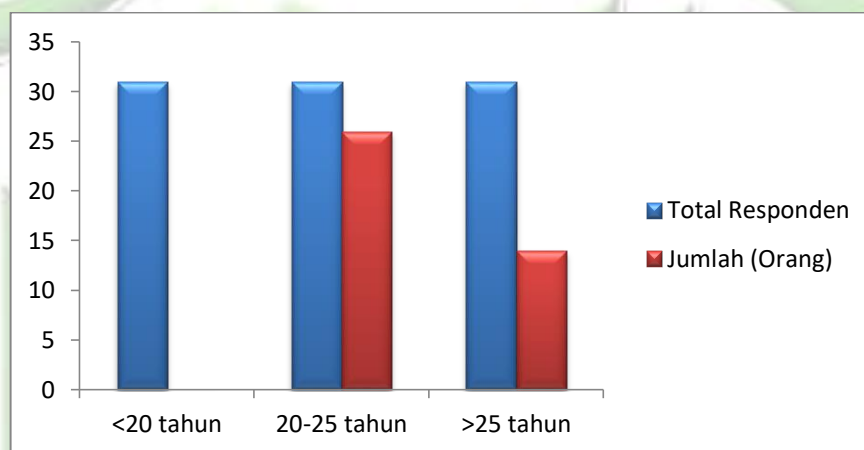
Berdasarkan usia responden, peneliti membaginya dalam 3 range usia yaitu kurang dari 20 tahun, 20 sampai 25 tahun, lebih dari 25 tahun. Dari hasil kuesioner yang di bagikan di temukan bahwa responden dengan usia kurang dari 20 tahun tidak ada atau 0%, responden dengan usia 20 sampai 25 tahun berjumlah 26 orang dengan tingkat presentase 84%, responden dengan usia lebih dari 25 tahun berjumlah 5 orang, dengan tingkat presentase 16%.

Adapun jumlah responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.2
Jumlah Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah (Orang)	Presentase(%)
1	<20 tahun	0	0%
2	20-25 tahun	26	84%
3	>25 tahun	14	16%
	Jumlah	31 Orang	100%

Sumber: Data angket penelitian



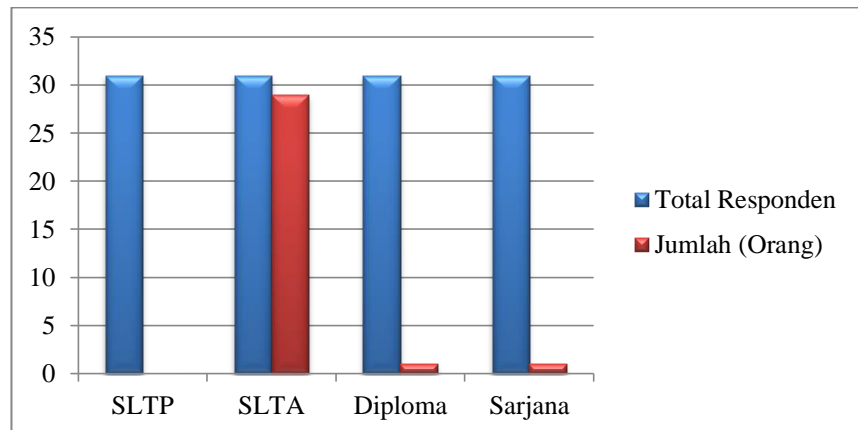
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan pendidikan terakhir responden, peneliti membaginya dalam 4 range yaitu SLTP, SLTA, Diploma, dan Sarjana. Dari hasil kuesioner yang dibagikan ditemukan bahwa responden dengan pendidikan terakhir SLTP tidak ada atau 0%, responden dengan pendidikan terakhir SLTA berjumlah 29 orang dengan tingkat presentase 94%, responden dengan pendidikan terakhir diploma berjumlah 1 orang dengan tingkat presentase 3%, dan responden dengan pendidikan terakhir sarjana berjumlah 1 orang dengan tingkat presentase 3%. Adapun jumlah responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah (Orang)	Presentase(%)
1	SLTP	0	0%
2	SLTA	29	94%
3	Diploma	1	3%
4	Sarjana	1	3%
	Jumlah	31 Orang	100%

Sumber: Data angket penelitian



2. Penyajian Data

Penelitian ini memiliki dua variabel yaitu kosmetik impor sebagai variabel X dan pendapatan sebagai variabel Y yang bertujuan mengetahui derajat hubungan dan kontribusi variabel X terhadap variabel Y maka teknik yang digunakan adalah teknik analisis korelasi *Pearson Product Moment* (r) dengan menggunakan SPSS 20. Dan dari hasil penelitian yang dilakukan, maka diperoleh data sebagai berikut:

a. Penyajian Data Variabel X (Kosmetik Impor)

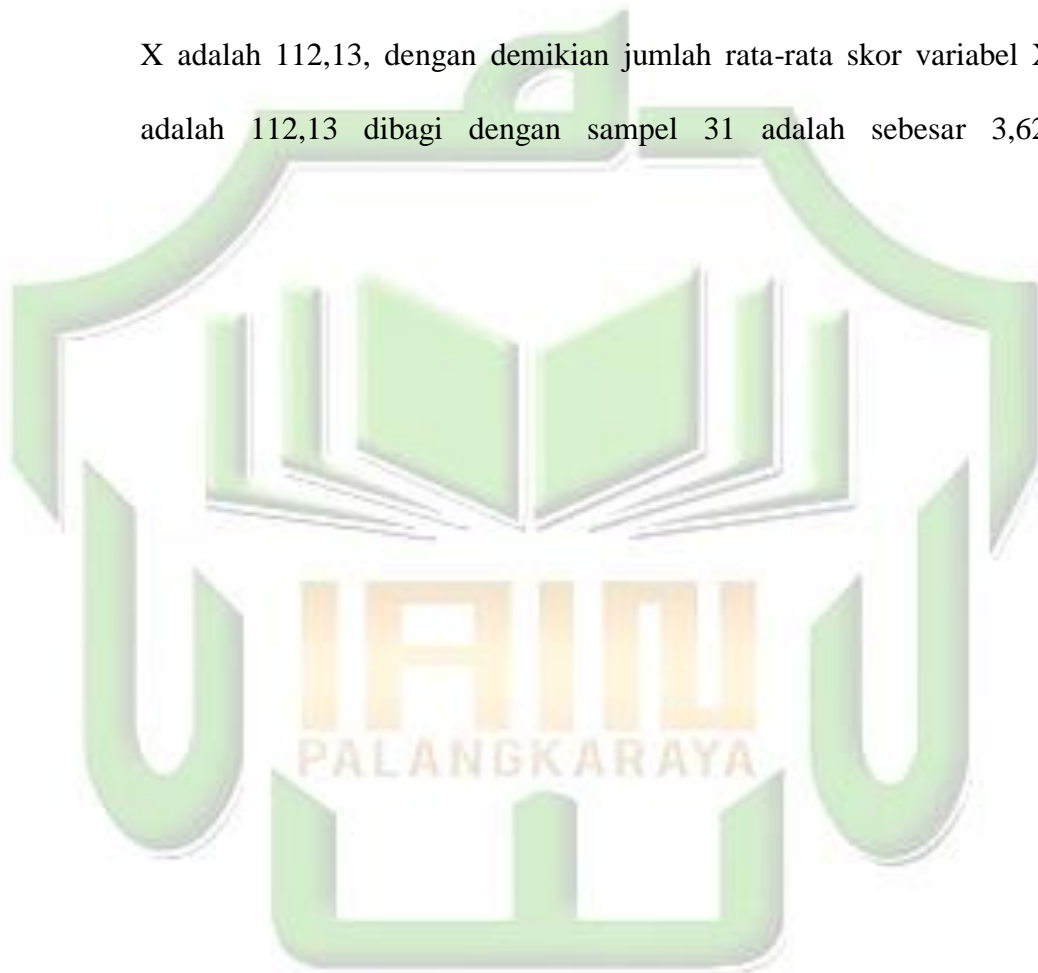
Tabel 4.4
Distribusi Frekuensi Jawaban Responden
Terhadap Penyataan Kosmetik Impor

No.	SS		S		CS		TS		STS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	1	3,2%	11	35,5%	17	54,8%	2	6,5%	-	-	31	100%
2.	6	19,4%	15	48%	10	32,3%	-	-	-	-	31	100%
3.	2	6,5%	7	22,6%	12	38,7%	10	32,3%	-	-	31	100%
4.	4	12,9%	15	48,4%	12	38,7%	-	-	-	-	31	100%
5.	7	22,6%	15	48,4%	7	22,6%	2	6,5%	-	-	31	100%
6.	3	9,7%	13	41,9%	13	41,9%	2	6,5%	-	-	31	100%
7.	8	25,8%	11	35,5%	9	29,0%	3	9,7%	-	-	31	100%
8.	7	22,6%	13	41,9%	7	22,6%	4	12,9%	-	-	31	100%

Sumber: Data angket penelitian

Tabel di atas menunjukkan hasil jawaban kuesioner yang diperoleh dari 31 responden penelitian.

Tabel tabulasi data variabel X (Kosmetik Impor) dapat dilihat di bagian lampiran 3, Dari tabel tersebut diketahui skor tertinggi sebesar 4,13 dan skor terendah adalah 3,13 kemudian jumlah rata-rata variabel X adalah 112,13, dengan demikian jumlah rata-rata skor variabel X adalah 112,13 dibagi dengan sampel 31 adalah sebesar 3,62.



b. Penyajian Data Variabel Y (Pendapatan Kosmetik Domestik)

Tabel 4.5
Distribusi Frekuensi Jawaban Responden
Terhadap Pernyataan Pendapatan Kosmetik Domestik

No.	SS		S		CS		TS		STS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	11	35,5%	11	35,5%	9	29,0%	-	-	-	-	31	100%
2.	2	6,5%	15	48,4%	12	38,7%	2	6,5%	-	-	31	100%
3.	4	12,9%	10	32,3%	15	38,7%	2	6,5%	-	-	31	100%
4.	13	41,9%	12	38,7%	6	19,4%	-	-	-	-	31	100%
5.	13	41,9%	10	32,3%	5	16,1%	3	9,7%	-	-	31	100%
6.	12	38,7%	9	29,0%	7	22,6%	2	6,5%	1	3,2%	31	100%
7.	12	38,7%	13	41,9%	9	29,0%	6	19,4%	-	-	31	100%
8.	16	51,6%	11	35,5%	4	12,9%	-	-	-	-	31	100%

Sumber: Data angket penelitian

Tabel di atas menunjukkan bahwa hasil jawaban kuesioner yang diperoleh dari 31 responden penelitian.

Tabel tabulasi Data Variabel Y (Pendapatan Kosmetik Domestik di Kota Palangka Raya) dapat dilihat di bagian lampiran 4. Dari tabel tersebut diketahui skor tertinggi sebesar 4,50 dan skor terendah adalah

3,63 kemudian jumlah rata-rata variabel Y adalah 123,75 di bagi dengan jumlah sampel 31 adalah sebesar 3,99.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Untuk mendeteksi normalitas data dapat dilakukan melalui analisis statistik *Kolmogorov-Smirnov* test (K-S).

Hipotesis untuk penelitian ini:

Ho : Data berdistribusi normal

Ha : Data tidak berdistribusi normal

Tabel 4.6
Hasil Uji Normalitas

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		31
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,49578372
Most Extreme Differences	Absolute	,102
	Positive	,102
	Negative	-,059
Kolmogorov-Smirnov Z		,569
Asymp. Sig. (2-tailed)		,902

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data

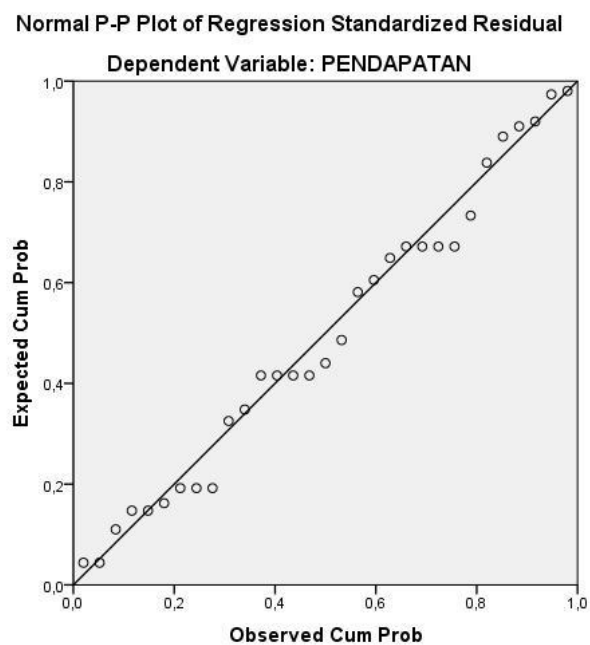
Kriteria pengujian yang diambil berdasarkan nilai probabilitas (α):

- Jika probabilitas (*sig*) > 0,01 maka Ho diterima dan Ha ditolak yang artinya data berdistribusi normal.

- b. Jika probabilitas (sig) $< 0,01$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya data tidak berdistribusi normal.

Tabel uji normalitas dengan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* di atas diperoleh nilai *Asymp. Sig.* sebesar 0,902 yang mana nilai ini lebih besar dari 0,01 yang berarti H_0 diterima atau data residual berdistribusi normal.

Chart 4.1
Histogram



Dasar pengambilan keputusan untuk mendeteksi kenormalan adalah jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal maka residual terdistribusi normal. Sedangkan jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah diagonal, maka residual tidak berdistribusi normal.

Pada output di atas dapat diketahui bahwa data menyebar desekitar dan mengikuti arah garis diagonal, maka data residual berdistribusi normal.

4. Analisis Korelasi Sederhana

Langkah pertama dalam analisis korelasi sederhana adalah membuat hipotesis dalam uraian kalimat sebagai berikut :

Ho : tidak terdapat hubungan yang signifikan antara masuknya kosmetik impor dengan pendapatan kosmetik domestik.

Ha : terdapat hubungan yang signifikan kosmetik impor dengan pendapatan kosmetik domestik.

Kriteria keputusan yang di ambil berdasarkan nilai probabilitas adalah sebagai berikut :

- a. Jika nilai sig. $> \alpha$, maka Ho diterima dan Ha ditolak, artinya tidak terdapat hubungan yang sangat signifikan.
- b. Jika nilai Sig. $< \alpha$, maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya terdapat hubungan yang signifikan.

Pada penelitian ini nilai $\alpha = 0,01$

Tabel 4.7
Hasil Analisis Korelasi Sederhana

Correlations			
		KOSMETIK IMPOR	PENDAPATAN
KOSMETIK IMPOR	Pearson Correlation	1	,486**
	Sig. (2-tailed)		,006
	N	31	31
PENDAPATAN	Pearson Correlation	,486**	1
	Sig. (2-tailed)	,006	
	N	31	31

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

Berdasarkan output di atas diketahui bahwa antara variabel kosmetik impor memiliki nilai signifikansi sebesar 0,006. Dari hasil perbandingan antara nilai Sig. dengan α , diperoleh : Sig. = 0,006 < α = 0,01, sehingga keputusannya H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat hubungan yang signifikan antara kedua variabel tersebut yakni kosmetik impor dengan pendapatan. Nilai koefisien korelasinya adalah 0,486 > 0,455 di mana $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang artinya masuk dalam kategori cukup kuat antara variabelnya.

5. Analisis Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana adalah metode statistik yang berfungsi untuk menguji sejauh mana hubungan sebab akibat antara variabel faktor penyebab (X) terhadap variabel akibatnya (Y), pengambilan keputusan dalam uji regresi linier sederhana dapat mengacu pada dua hal, yakni membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} atau dengan membandingkan nilai signifikansi dengan nilai probabilitas 0,01.



Tabel 4.8
Hasil Uji Regresi Linier Sederhana (Output 1)

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KOSMETIK IMPOR ^b		Enter

a. Dependent Variable: PENDAPATAN

b. All requested variables entered.

Tabel di atas menjelaskan tentang variabel yang dimasukkan atau dibuang dan metode yang digunakan. Dalam tabel di atas variabel yang dimasukkan adalah variabel kosmetik impor sebagai *predictor* dan metode yang digunakan adalah metode Enter.

Tabel 4.9
Hasil Uji Regresi Linier Sederhana (Output 2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,486 ^a	,236	,210	1,52135

a. Predictors: (Constant), KOSMETIK IMPOR

b. Dependent Variable: PENDAPATAN

Tabel di atas menjelaskan besarnya nilai korelasi atau hubungan (R) yaitu besarnya 0,486 dan dijelaskan besarnya presentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang disebut koefisien determinasi yang merupakan hasil dari penguadratan R, dari tabel di atas diperoleh koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,236 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (kosmetik impor) terhadap variabel terikat (pendapatan) adalah sebesar 23% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. R^2 berkisar pada

angka 0 sampai 1, dengan catatan semakin kecil angka R^2 semakin lemah hubungan kedua variabel.



Tabel 4.10
Hasil Uji Regresi Linier Sederhana (Output 3)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	20,750	1	20,750	8,965	,006 ^b
	Residual	67,121	29	2,315		
	Total	87,871	30			

- a. Dependent Variable: PENDAPATAN
 b. Predictors: (Constant), KOSMETIK IMPOR

Pada tabel di atas dijelaskan apakah ada pengaruh yang signifikan variabel kosmetik impor (X) terhadap variabel pendapatan (Y). Dapat dilihat pada output di atas bahwasannya $F_{hitung} = 8,965$ dengan tingkat signifikansi atau probabilitas Sig. $0,006 < 0,01$, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksikan variabel pendapatan.

Tabel 4.11
Hasil Uji Regresi Linier Sederhana (Output 4)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21,378	3,537		6,045	,000
	KOSMETIK IMPOR	,365	,122	,486	2,994	,006

Dependent Variable: PENDAPATAN

Berdasarkan hasil tabel di atas, dapat dilihat pada kolom B di baris Constant (a) terdapat nilai 21,378, sedangkan nilai kosmetik

impor (b) adalah 0,365, sehingga persamaan regresinya dapat ditulis sebagai berikut :

$$Y = a + b X$$

$$Y = 21,378 + 0,365$$

Koefisien b dinamakan koefisien arah regresi dan menyatakan perubahan rata-rata variabel Y untuk setiap perubahan variabel X sebesar satu-satuan. Perubahan ini adalah pertambahan bila b bertanda positif dan penurunan dan bila b bertanda negatif maka itu merupakan penurunan. Sehingga dari persamaan tersebut dapat diterjemahkan sebagai berikut :

- a. Konstanta sebesar 21,378 menyatakan bahwa jika tidak ada nilai kosmetik impor maka nilai pendapatan sebesar 21,378.
- b. Koefisien regresi X sebesar 0,365 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nilai kosmetik impor maka nilai pendapatan bertambah sebesar 0,365.

Selain menggambarkan persamaan regresi output ini juga menampilkan uji signifikansi dengan uji t yaitu untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang nyata (signifikan) variabel kosmetik impor (X) terhadap variabel pendapatan (Y). Dengan hipotesis sebagai berikut :

Ho : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel kosmetik impor (X) terhadap variabel pendapatan (Y)

Ha : Ada pengaruh yang signifikan antara variabel kosmetik impor (X) terhadap variabel pendapatan (Y).

Kaidah keputusan :

- a) Jika nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan.
- b) Jika nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak signifikan.

Output di atas dapat menunjukkan nilai $t_{hitung} = 2,994$. Dengan tingkat signifikansi ($\alpha = 0,01$) untuk uji dua pihak dan $df = n - 2 = 31 - 2 = 29$, maka di dapatkan $t_{tabel} = 1,699$. Ternyata nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, atau $2,994 > 1,701$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya signifikan .

Selanjutnya, analisis regresi dapat dilakukan teknik probabilitas 0,01. Dengan hipotesis sebagai berikut :

H_0 : Kosmetik impor tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan kosmetik domestik.

H_a : Kosmetik impor berpengaruh signifikan terhadap pendapatan kosmetik domestik.

Kaidah keputusan :

- a) Jika nilai probabilitas $0,01$ lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas Sig. Atau $[0,01 \leq \text{Sig.}]$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak signifikan.
- b) Jika nilai probabilitas $0,01$ lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas Sig. Atau $[0,01 \geq \text{Sig.}]$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan.

Tabel 4.11 menunjukkan bahwa variabel kosmetik impor dan pendapatan memperoleh Sig. = 0,006, kemudian dibandingkan dengan probabilitas 0,01 ternyata nilai probabilitas 0,01 lebih besar dari nilai probabilitas Sig. atau $[0,01 > 0,006]$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan. Terbukti bahwa kosmetik impor berpengaruh signifikan terhadap pendapatan kosmetik domestik.

C. Pembahasan

Impor produk kosmetik RI terindikasikan masih akan melonjak di tahun ini. Berdasarkan rilis data teranyar dari BPS, total impor produk kosmetik di periode Januari-Mei 2018 sudah tercatat sebesar US\$139,12 juta (Rp2,02 triliun). Nilai itu sudah melambung 66,87% dari impor periode Januari-Mei 2017 yang sebesar US\$83,37 juta (1,21 triliun).⁴²

Impor pada dasarnya adalah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sebuah negara yang mana negara tersebut belum mampu menyediakan atau memproduksinya sendiri lalu untuk mendapatkannya adalah dengan mengimpor bahan-bahan atau produk tersebut dari negara

⁴² Raditya Hanung, "Mau Dihambat, Ini Nilai Impor Kosmetika di RI", CNBC Indonesia, 30/08/18

lain untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang belum bisa disediakan oleh produsen-produsen dalam negeri tersebut.

Hal ini dimanfaatkan oleh distributor untuk memasok kosmetik dari luar negeri ke dalam negeri, impor produk kosmetik RI terus melonjak dari tahun ke tahun. Hal ini menyebabkan kurangnya minat masyarakat terhadap kosmetik domestik dan berdampak pada pendapatan kosmetik dalam negeri di mana pasar domestik menengah hingga ke atas di dominasi oleh produk impor.

Berdasarkan teori dari hasil penelitian menunjukkan bahwa antara variabel kosmetik impor dengan variabel pendapatan memiliki pengaruh yang positif. Sehingga, kosmetik impor menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi pendapatan kosmetik domestik.

Hasil analisis korelasi sederhana (*Bivariate Correlation*) menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,006 yang mana lebih kecil dari 0,01 yang artinya hubungan antara variabel kosmetik impor (X) dengan variabel pendapatan (Y) dan nilai koefisien korelasinya adalah 0,486 yang artinya masuk dalam kategori memiliki hubungan antar variabel yang kuat.

Pada BAB II bagian kerangka berfikir, peneliti telah menjelaskan bahwa dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel X (kosmetik impor) terhadap variabel Y (pendapatan kosmetik domestik di Kota Palangka Raya). Hasil analisis regresi sederhana menunjukkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,236

yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel kosmetik impor (X) terhadap variabel pendapatan (Y) adalah sebesar 23% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel yang lain.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kosmetik impor terhadap pendapatan kosmetik domestik di kota Palangka Raya. Berdasarkan data yang diperoleh maupun hasil analisis yang telah dilakukan oleh peneliti, dapat di tarik kesimpulan mengenai pengaruh Kosmetik Impor terhadap pendapatan kosmetik domestik di Kota Palangka Raya, hasil analisis korelasi sederhana (*Bivariate Correlation*) menunjukkan bahwa nilai signifikansi adalah 0,006 yang mana lebih kecil dari 0,01 yang artinya ada hubungan antara variabel kosmetik impor (X) dengan pendapatan (Y) dan nilai koefisien korelasinya adalah 0,486 yang artinya masuk dalam kategori memiliki hubungan anatar variabel yang cukup kuat. Hasil analisis regresi sederhana menunjukkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,236 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel kosmetik impor (X) terhadap pendapatan kosmetik domestik di Kota Palangka Raya (Y) adalah sebesar 23,00% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel yang lain.

B. Saran

1. Diharapkan kepada produsen-produsen kosmetik domestik dapat meningkatkan kualitas produknya dan terus berinovasi mengikuti perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat luas, karena dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh kosmetik impor sebesar 23%.
2. Diharapkan kepada mahasiswa yang ingin meneliti mengenai pendapatan kosmetik domestik dapat memperluas cakupan brand kosmetik karena masih banyak merek-merek kosmetik domestik yang belum di sebutkan dalam penelitian ini.
3. Diharapkan kepada mahasiswa yang ingin meneliti mengenai pendapatan toko/konter kosmetik domestik dapat melakukan wawancara secara langsung baik pada SPG atau manager pengelola Kosmetik domestik dan bisa ikut mengambil bagian dalam memberikan saran untuk meningkatkan kualitas dengan membandingkan kualitas kosmetik impor dan produk kosmetik dalam negeri.

DAFTAR PUSTAKA

- Annisa Yusuf. *Kontribusi Ekspor-Impor Terhadap Pendapatan Nasional Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Lampung: UIN Raden Intan. 2018.
- Assauri, Sofjan *Manajemen Pemasaran edisi pertama*, Jakarta: Rajawali, 2011.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Dani Nugroho Sutiyono. *Kontribusi Retribusi Pasar Terhadap Pendapatan Asli Daerah*, Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma. 2009.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka. 1998.
- Dominick Salvatore, penerjemah : Romi Bhakti Hartanto. *Ekonomi Internasional*, Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- Ellen Gunawan Edison, *Teknik Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi...*, hal. 321
- Forum Studi Keuangan Negara. *Esai Keuangan Negara Pemikiran Multi Perspektif*, Yogyakarta: Diandra Kreatif. 2017.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21*, Semarang: Universitas Diponegoro, 2013.
- Harahap, Sofyan Syafri. *Teori Akuntansi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001.
- Herdiansyah, Haris, *Wawancara, Obsevasi, dan Fokus Groups*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Ikatan Akuntan Indonesia. *Standar Akuntansi Keuangan*, Jakarta: Salemba Empat. 2007.
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat...*,
- Jonathan Sarwano, *Metode Penelitian Kuantitatif...*,

Kementrian Perindustrian Republik Indonesia, *Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20%*. 20 Maret 2018 web : <http://www.kemenperin.go.id/artikel/18957/Industri-Kosmetik-Nasional-Tumbuh-20>

Kusnadi, *Akuntansi Keuangan Menengah (Prinsip, Prosedur, dan Metode)*. Edisi Kedua puluh satu. Jakarta: Salemba Empat, 2000.

Kementrian Perindustrian RI, *Produk Impor Kuasai Pasar Kosmetik Doimestik*. web : <http://kemenperin.go.id/artikel/11943/Produk-Impor-Kuasai-Pasar-Kosmetik>

Majalah Harian Ekonomi Neraca, *Penjualan Produk Kosmetik Impor Naik 30%*, 08 Februari 2013 web : <http://www.neraca.co.id/article/24810/penjualan-produk-kosmetik-impor-naik-30>

M. Nafarin, *Penganggaran Perusahaan*, Jakarta: Salemba Empat, 2009.

Majalah Femina MAGZ, *Bisnis Kosmetik*. Edisi 28 September 2017 web : <https://www.femina.co.id/magz/femina-edisi-28-2017>

Marbun, BN *Kamus Manajemen*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan. 2003.

Majalah Bisnis Indonesia, *Navigasi Bisnis Terpercaya* 8 Mei 2015.

Mike dkk. Penerjemah Ika Akbarwati, *Bisnis Internasional*, Jakarta: Salemba Empat, 2015.

Muhidin dan Sambas Ali, *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur Dalam Penelitian*, Bandung : Pustaka Setia, 2007

Tranggono, Retno Iswari. *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 2007.

Raditya Hanung, "Mau Dihambat, Ini Nilai Impor Kosmetika di RP", CNBC Indonesia, 30/08/18

Reksoprayitno. *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*, Jakarta: Bina Grafika, 2004.

Riduwan, Adun Rusyana, dan Enas, *Cara Mudah Belajar SPSS Versi 17.0 dan Aplikasi Statistik Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2013.

- Syafri Harahap, Sofyan *Teori Akuntansi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001.
- Soemarsono. SR, *Akuntansi: Suatu Pengantar, Jilid II, Edisi IV*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2000.
- Suliyanto, *Analisis Data “Dalam Aplikasi Pemasaran”* Bogor : Ghalia Indonesia, 2015.
- Sugiyono, *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, tindakan kelas dan studi kasus*, Jawa Barat: Tim CV Jejak. 2017.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2011.
- Tranggono, Retno Iswari. *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*, Jakarta: PT. Gramedia, 2013.
- Wisnu Kawa, Larasati. dkk. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Konsumen: Survei Muda-dewasa tentang Kosmetik Impor di Jabodetabek*. Jakarta: The Standard International Journals, 2013.
- Yossi Hardian Aditya Purwa. *Pengaruh Minimarket Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional*, Purwokerto: IAIN Purwokerto. 2018.