

PENGARUH MARKETIG MIX TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI HOME INDUSTRI PECI DESA BADUNG DARUSSALAM KECAMATAN KEBUMEN

Nurjanah

Pendidikan Ekonomi, FKIP

Universitas Muhammadiyah Purworejo

enje.tasmania@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:(1) ada tidaknya pengaruh positif antara produk terhadap volume penjualan,(2) ada tidaknya pengaruh positif antara harga terhadap volume penjualan, (3) ada tidaknya pengaruh positif antara saluran distribusi terhadap volume penjualan, (4) ada tidaknya pengaruh positif antara promosi terhadap volume penjualan,(5) ada tidaknya pengaruh positif dan antara produk, harga, saluran distribusi, dan promosi terhadap volume penjualan di home industri peci desa Bandung Darussalam Kecamatan Kebumen. Populasi dalam penelitian ini adalah 20 orang pekerja peci, dengan menggunakan tabel penentuan jumlah sampel Isac dan Michael dengan taraf signifikan 5% maka sampel sebanyak 19 orang pekerja peci. Metode yang digunakan adalah kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan kuantitatif. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa produk pada kategori tinggi sebesar 63,5%, harga pada kategori tinggi sebesar 25,5%, saluran distribusi pada kategori tinggi sebesar 49,9%, dan promosi pada kategori tinggi sebesar 49,8%. Dari hasil analisis kuantitatif menunjukkan bahwa variabel produk memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan t_{hitung} sebesar 0,797 dengan sig = 0,000. Variabel harga memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan t_{hitung} sebesar 0,505 dengan sig 0,046. Variabel saluran distribusi memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan t_{hitung} sebesar 0,707 dengan sig 0,002. Variabel promosi memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan t_{hitung} sebesar 0,706 dengan sig 0,002. Variabel produk, harga, saluran distribusi, dan promosi secara bersama-sama memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan F 27,668 dengan sig. $0,000 < 0,05$ dan koefisien determinasi (R²) sebesar 0,888. Persamaan regresi ganda $Y = 4,607 + 0,471X_1 + 0,187X_2 + 0,383X_3 + 0,398X_4$

Kata Kunci : Produk, Harga, Saluran Distribusi, Promosi, dan Volume Penjualan

A. PENDAHULUAN

Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat untuk berwirausaha maka saat ini banyak bermunculan perusahaan – perusahaan baru penghasil

barang sejenis. Hal ini mengakibatkan masyarakat harus mempunyai kreatifitas. Salah satunya dengan cara home industri. Home industri merupakan “rumah atau usaha produk barang atau perusahaan kecil (<http://arumdyankhumalasari.Wordpress.com/2011/04/16/home-industri/>). Home industri bagi sebagian orang merupakan sebuah pilihan karena sulit mencari pekerjaan. *Marketing mix* merupakan “seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengejar tujuan pemasarannya” (Kotler dan Keller, 2009 : 23). Dengan penaksiran bauran pemasaran diharapkan akan dapat mengetahui pengaruhnya terhadap volume penjualan. Volume penjualan adalah “penjualan bersih dari laporan laba perusahaan” (Basu Swastha dan Irawan, 2008 : 141).

Hal yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah : “ apakah ada pengaruh yang positif dan signifikan antara produk, harga, saluran distribusi, dan promosi secara bersama – sama terhadap volume penjualan?”. Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang positif dan signifikan antara produk, harga, saluran distribusi, dan promosi secara bersama - sama terhadap volume penjualan.

Penelitian ini didasari oleh penelitian yang terdahulu yaitu penelitian yang dilakukan oleh Tri Lestari tentang pengaruh marketing mix dan kepuasan pelanggan terhadap volume penjualan di home industri sepatu dan sandal paradisi pada tahun 2010 menyimpulkan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara produk, harga, saluran distribusi, dan promosi secara bersama-sama terhadap volume penjualan.

B. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di desa Bandung Darussalam Kecamatan Kebumen mulai pada bulan Mei 2013.

1 (Constant)	4.607	2.046		2.25	.04					
x1	.471	.095	.536	4.94	.00	.832	.797	.44	.681	1.46
x2	.187	.085	.218	2.19	.04	.390	.505	.19	.813	1.23
x3	.383	.102	.102	3.73	.00	.430	.707	.33	.737	1.35
x4	.398	.107	.374	3.73	.00	.506	.706	.33	.800	1.25

Berdasarkan hasil pengolahan data tabel 1, maka dapat disusun persamaan regresi ganda sebagai berikut :

$$Y = 4,607 + 0,417 X_1 + 0,187 X_2 + 0,383 X_3 + 0,398 X_4$$

Artinya: (a) Jika $X_1, X_2, X_3,$ dan X_4 masing – masing 0 maka $Y = 4,607$; (b) Jika X_1 naik satu satuan dan X_2, X_3, X_4 tetap maka Y akan naik sebesar 0,417 satuan; (c) Jika X_2 naik satu satuan dan X_1, X_3, X_4 tetap maka Y akan naik menjadi 0,187 satuan; (d) Jika X_3 naik satu satuan dan X_1, X_2, X_4 tetap maka Y akan naik menjadi 0,383 satuan; (e) Jika X_4 naik satu satuan dan X_1, X_2, X_3 tetap maka Y akan naik menjadi 0,398 satuan.

2. Hasil Uji t

- Besarnya t_{hitung} 4.942 dengan sig = 0,000. Karena sig 0,000 < 0,05 maka dapat dikatakan positif dan signifikan, berarti produk memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan
- Besarnya t_{hitung} 2.191 dengan sig 0,046. Karena sig 0,046 < 0,05 maka dapat dikatakan positif dan signifikan, berarti harga memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan
- Besarnya t_{hitung} 3.736 dengan sig 0,002. Karena sig 0,002 < 0,05 maka dapat dikatakan positif dan signifikan, berarti saluran

distribusi memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan

- d. Besarnya t_{hitung} 3.733 dengan sig 0,014. Karena sig 0,014 < 0,05 maka dapat dikatakan positif dan signifikan, berarti promosi pengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan.

3. Uji F

Tabel 2 Hasil Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	56.907	4	14.227	27.668	.000 ^a
	Residual	7.199	14	.514		
	Total	64.105	18			

a. Predictors: (Constant), x4, x3, x2, x1

b. Dependent Variable: y

Berdasarkan hasil pengolahan data tabel 2, diketahui bahwa nilai F 27,668 dengan sig. 0,000. Karena sig = 0,000 < 0,05 maka dapat dikatakan berpengaruh positif dan signifikan, berarti produk, harga, saluran distribusi, dan promosi secara bersama – sama memberi pengaruh yang positif dan signifikan terhadap volume penjualan.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang dapat diambil bahwa “ produk, harga, saluran distribusi, dan promosi memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan”.

Saran yang dapat diberikan sebagai berikut : (1) agar volume terus meningkat sebaiknya dilakukan pengembangan motif peci, (2) penjualan dilakukan melalui internet (jual beli online), (3) perlu adanya pengembangan SDM.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim.2013. Arumdyankhumalasari. Home industri. Diakses dari <http://arumdyankhumalasari.wordpress.com/2011/04/16/home-industri/> pada tanggal 22 april 2013.
- Anonim.2013. Ureechan wordpress. Definisi Operasional. Diakses dari <http://Ureechan.wordpress.com/2011/0/14/variabel-penelitian-definisi-operasional-dan-data/> pada tanggal 15 mei 2013.
- Arikunto,Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto,Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Produk*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Buchari Alma. 2010. *Kewirausahaan*. Bandung : Alfabeta.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : BPFE.
- Keegan, J. Wareen. 1996. *Manajemen Pemasaran Global*. Jakarta : Prehallindo.
- Kotler, keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Lestari, Tri. 2010. *Pengaruh marketing mix dan kepuasan pelanggan terhadap volume penjualan (Studi Kasus di home industri sepatu dan sandal paradisi) di Purworejo*. Skripsi. UMP.
- Sugiyono, 2011. *Metode Penelitian Kombinasi (mixed metode)*.Bandung : Alfabeta.
- Swastha, Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Lyberty.
- Swastha, Basu. 2007. *Azaz – Azas Marketing*. Liberty : Yogyakarta.