

**PENGARUH KINERJA JALUR PEMASARAN TERHADAP
PROSPEK PASAR GETUK TRIO
(Studi Kasus Pada Industri Getuk Trio di Magelang)**

Aan Purwadi, Uswatun Hasanah dan Istiko Agus Wicaksono
Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian
Universitas Muhammadiyah Purworejo

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Mengetahui profil industri getuk Trio di Kota Magelang. 2) Mengetahui jalur pemasaran dan kinerja jalur pemasaran getuk pada industri getuk Trio. 3) Menganalisis kinerja jalur pemasaran dengan komponen tingkat kenaikan penjualan (X_1), tingkat kenaikan jumlah transaksi (X_2) berpengaruh terhadap prospek pasar getuk pada industri getuk Trio.

Metode penelitian yang digunakan metode deskriptif. Pengambilan sampel daerah penelitian dilakukan secara *purposive sampling*. Sampel yang diambil sebanyak 15 industri getuk Trio. Metode analisis yang digunakan metode deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, dan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian industri getuk Trio adalah industri yang mengolah ketela pohon menjadi getuk dengan tiga warna yaitu merah, putih, dan coklat. Getuk dibuat setiap hari dengan jumlah produksi yang tidak tetap karena mengikuti permintaan pasar. Getuk dibuat dengan menggunakan bantuan mesin penggiling untuk mendapatkan tekstur getuk yang lembut. Jalur pemasaran yang digunakan industri getuk Trio ada yang menggunakan jalur pemasaran langsung, ada yang melalui perantara dan ada yang menggunakan gabungan 2 jalur. Nilai F hitung $>$ dari F tabel pada α 1% sebesar $7,443 > 4,75$. Hal ini berarti secara bersama-sama variabel kenaikan penjualan dan kenaikan transaksi berpengaruh terhadap prospek pasar. Kinerja jalur pemasaran dengan komponen tingkat kenaikan penjualan (X_1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap prospek pasar dengan signifikansi 0,003 dan nilai koefisien -0,010. Tingkat kenaikan transaksi (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap prospek pasar dengan signifikansi 0,002 dan nilai koefisien 0,028.

Kata kunci: Getuk Trio, Kinerja Jalur Pemasaran

PENDAHULUAN

Getuk adalah makanan tradisional yang terbuat dari ketela pohon dan gula kelapa maupun gula pasir yang ditumbuk atau dihaluskan dengan cara digiling. Getuk juga bisa dibuat dengan bahan baku dari ubi, talas dan pisang. Getuk Magelang yang banyak dikenal memiliki tiga warna yaitu merah, putih dan coklat, serta mempunyai tekstur yang lembut dan memiliki aroma yang harum. Getuk Magelang memiliki warna yang berbeda dari getuk pada umumnya karena pada proses pembuatan ditambah pewarna makanan yaitu merah, putih dan coklat serta

aroma makanan sehingga getuk Magelang memiliki ciri khas sendiri dan dikenal dengan nama getuk “TRIO”.

Getuk tidak bisa tahan lama, paling lama adalah 3 hari dengan kemasan yang rapat dan proses pembuatan telah modern sehingga memperlambat pertumbuhan bakteri yang membuat getuk cepat basi. Industri getuk masih bertahan sampai sekarang dan pemasaran telah mencapai luar daerah Kota Magelang. Daerah penjualan getuk tiap industri beragam mulai dari Kota Magelang, Kabupaten Magelang hingga luar wilayah Magelang seperti: Yogyakarta, Semarang dan Purworejo. Pembuatan yang telah menggunakan peralatan modern dan pemasaran telah mencapai luar Kota Magelang memungkinkan getuk Trio memiliki kesempatan yang baik diwaktu mendatang.

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah survei. Survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Sangarimbun dan Effendi, 2006: 3). Pengambilan sampel daerah penelitian dilakukan secara *purposive sampling* atau sengaja. Pertimbangan peneliti adalah Kota Magelang memiliki makanan dan menjadi ciri khas Kota Magelang yaitu getuk Trio. Pengambilan sampel industri getuk menggunakan metode sampel jenuh (sensus). Sampel yang diteliti adalah seluruh industri getuk Trio di Kota Magelang yang berjumlah 15 industri.

B. Metode Analisis Data

1. Metode deskriptif, digunakan untuk menganalisis profil industri getuk Trio di Kota Magelang, jalur pemasaran yang digunakan industri getuk Trio di Kota Magelang, penjualan, dan transaksi.
2. Uji validitas dan reliabilitas, digunakan untuk mengukur prospek pasar getuk Trio di Kota Magelang.
3. Regresi Linier Berganda, untuk menganalisis pengaruh kinerja jalur pemasaran terhadap prospek pasar.

Persamaan :

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + u$$

Keterangan:

- Y : Prospek pasar
X₁ : Kenaikan penjualan
X₂ : Kenaikan transaksi
b₀ : Intercept atau konstanta
b₁.b₂ : Besarnya parameter
u : Gangguan stokhastik atau kesalahan

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil Industri Getuk Trio di Kota Magelang

Industri getuk Trio adalah industri yang mengolah ketela pohon menjadi getuk dengan tiga warna yaitu merah, putih, dan coklat. Pemilik industri rata-rata berusia produktif, sebagian merupakan usaha yang diwariskan dari orang tua dan sebagian usaha yang didirikan sendiri. Tingkat pendidikan pemilik industri paling banyak yaitu SMA sebanyak 6 industri, SMP sebanyak 5 industri, SD sebanyak 3 industri dan perguruan tinggi sebanyak 1 industri. Pengalaman industri getuk Trio tergolong sangat berpengalaman karena sudah > 20 tahun memproduksi getuk Trio. Izin usaha yang dimiliki industri masih sangat sedikit, dan sebagian besar belum mendaftarkan industrinya ke Dinas Perindustrian.

Getuk dibuat setiap hari dengan jumlah produksi yang tidak tetap karena mengikuti permintaan pasar. Getuk dibuat dengan menggunakan bantuan mesin penggiling untuk mendapatkan tekstur getuk yang lembut. Proses penggilingan dan ketela yang digunakan berpengaruh pada kualitas getuk. Lama atau tidaknya proses penggilingan akan mempengaruhi tekstur getuk, semakin lama proses penggilingan akan membuat tekstur getuk semakin lembut. Proses produksi dilakukan pada malam hari sehingga saat pagi getuk siap dijual, namun untuk industri dengan jumlah produksi yang besar produksi dilakukan malam dan pagi hari. Kemasan getuk bagian dalam menggunakan plastik, kemasan luar getuk berbeda-beda, ada yang menggunakan mika dan ada yang menggunakan kardus.

B. Jalur Pemasaran

Jalur pemasaran yang digunakan industri getuk Trio ada yang menggunakan jalur pemasaran langsung, ada yang melalui perantara dan ada yang menggunakan gabungan 2 jalur tersebut. Jalur pemasaran langsung yaitu industri getuk memproduksi getuk dan menjual sendiri langsung ke konsumen. Penjualan

ini dilakukan di toko yang dimiliki industri. Jalur pemasaran menggunakan perantara yaitu industri getuk menjual getuk yang diproduksinya dengan menitipkan pada pengecer atau di toko untuk dijual. Industri yang menggunakan gabungan 2 jalur yaitu industri yang memproduksi getuk, yang sebagian getuk dijual sendiri dan sebagian akan dijual melalui perantara sebelum ke konsumen. Industri yang menjual getuk secara langsung sebanyak 10 industri, penjualan dengan melalui perantara sebanyak 3 industri dan menggunakan gabungan 2 jalur penjualan sebanyak 2 industri. Harga jual kemasan mika lebih rendah dibanding kemasan kardus dan tekstur getuk kemasan mika kurang lembut, ini karena pada proses penggilingan tidak dilakukan berulang-ulang seperti getuk pada kemasan kardus. Getuk kemasan mika biasa dijual di terminal dan taman Kyai Langgeng. Harga kemasan mika yaitu Rp.8.000,00 dengan isi 12 biji, harga kemasan kardus yaitu isi 12 biji harga Rp.11.000,00 dan isi 16 biji dijual dengan harga Rp.14.000,00.

C. Kinerja Jalur Pemasaran

Hasil analisis regresi untuk mengetahui kinerja jalur pemasaran dengan komponen tingkat kenaikan penjualan (X1), dan kenaikan jumlah transaksi (X2) dengan prospek pasar (Y) pada industri getuk di Kota Magelang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1.
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Koefisien Regresi	Standar Error	t-hitung	Sig
(Constant)	23.256	.392	59.285	.000***
Penjualan	-.010	.003	-3.720	.003***
Transaksi	.028	.007	3.853	.002***
F	7.443			
R ²	.554			

Sumber: Analisis Data Primer 2015

Keterangan :

*** signifikan pada $\alpha = 0,01$

1. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,554, menunjukkan bahwa 55,40% variasi variabel dependen (prospek pasar) mampu dijelaskan oleh variabel independen seperti: kenaikan penjualan dan kenaikan transaksi, sedangkan 44,60% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan kedalam

model. Faktor tersebut antara lain promosi, jumlah pedagang perantara, kemasan dan harga.

2. Nilai F hitung sebesar 7,443. Nilai tersebut menunjukkan bahwa $F_{hitung} >$ dari F tabel pada α 1% sebesar $7,443 > 4,75$. Tingkat signifikan juga menunjukkan 0,003 yang lebih kecil dari tingkat kesalahan (α) 0,01. Artinya prospek pasar dipengaruhi secara simultan (bersama-sama) oleh variabel independen yang ada dalam model..
3. Hasil analisis uji t diketahui bahwa kenaikan penjualan dan kenaikan transaksi berpengaruh signifikan terhadap prospek pasar. Kenaikan penjualan berpengaruh signifikan dengan nilai koefisien regresi -0,010 yang berarti kenaikan penjualan 1% menurunkan prospek pasar 0,010%. Hasil ini disebabkan tingkat kenaikan penjualan pada tahun 2014 sampai tahun 2015 tidak terlalu tinggi, hanya mencapai 1,46% karena orang yang membeli getuk sedikit namun dalam jumlah banyak, sehingga penjualan berdampak negatif terhadap prospek pasar.
4. Kenaikan transaksi berpengaruh signifikan terhadap prospek pasar dengan koefisien regresi 0,028 yang artinya kenaikan transaksi 1% menurunkan prospek pasar 0,028%. Kenaikan transaksi lebih tinggi dari tingkat kenaikan penjualan, kenaikan transaksi mencapai 1,96%, hal ini disebabkan frekuensi pembelian getuk lebih banyak, yang ditunjukkan dengan struk pembelian sehingga transaksi berpengaruh terhadap prospek pasar.

PENUTUP

Simpulan

1. Industri getuk adalah industri yang dijalankan secara turun temurun. Pembuatan getuk dilakukan di malam hari sehingga saat pagi hari getuk siap dijual. Proses pembuatan getuk tiap industri sama perbedaannya pada proses penggilingan dengan mesin. Lama penggilingan akan berpengaruh pada tekstur getuk, semakin lama digiling akan semakin halus dan lembut. Ketela pohon yang digunakan berasal dari tengkulak yang bekerja sama dengan industri. Sebagian industri menjual getuk sendiri dan sebagian lain dijual dengan dititipkan di toko lain dan di jual di tempat wisata.

2. Jalur pemasaran industri getuk ada 2 yaitu jalur pemasaran langsung dan melalui perantara. Jalur pemasaran langsung yaitu industri menjual langsung getuk ke tangan konsumen. Jalur pemasaran melalui perantara yaitu industri getuk menjual getuk melalui toko atau penjual getuk sebelum ke konsumen.
3. Kinerja jalur pemasaran dengan komponen tingkat kenaikan penjualan (X_1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap prospek pasar dengan signifikansi 0,003 dan nilai koefisien -0,010 yang artinya setiap penambahan 1% penjualan akan menurunkan prospek pasar 0,010%. Tingkat kenaikan transaksi (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap prospek pasar dengan signifikansi 0,002 dan nilai koefisien 0,028 yang artinya setiap penambahan 1% transaksi akan menambah prospek pasar 0,028%.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Suatu Penelitian: Pendekatan Praktek*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. PT Indeks.
- Nazir. 2013. *Metode Penelitian*. Bogor. Ghalia Indonesia.
- Purwono, dan Purnawati, Heni. 2007. *Budidaya 8 Jenis Tanaman Pangan Unggul*. Jakarta. Penebar Swadaya.
- Stanton, William J. 1990. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta. Erlangga.
- Sugiyono. 2004. *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung. Alfabeta.
- Swasta, Basu dan Ibnu Sukotjo. 2002. *Pengantar Bisnis Modern (Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern) Edisi Ke Tiga*. Yogyakarta. Liberty.