

**PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI, PELAYANAN, PENETAPAN HARGA JUAL
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP VOLUME PENJUALAN TAHU DI UD.
SUMBER REJEKI REMBANG**

Oleh:

Dewi Sri Mulyani

Dosen Pembimbing:

Dr. Ir. H. Sundjoto, MM

RINGKASAN

Untuk mendapatkan volume penjualan yang diharapkan para produsen harus memperhatikan beberapa faktor penting diantaranya adalah saluran distribusi, pelayanan, penetapan harga jual, kualitas produk. Berdasarkan kenyataan tersebut peneliti bertujuan untuk mengetahui saluran distribusi, pelayanan, penetapan harga jual, dan kualitas produk terhadap volume penjualan tahu di UD. Sumber Rejeki Rembang.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen/pembeli tahu di UD. Sumber Rejeki. Sedangkan ukuran sampel ditentukan menggunakan pengambilan sample secara acak sebanyak 50 orang. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari saluran distribusi, pelayanan, penetapan harga jual, kualitas produk sebagai variabel bebas dan volume penjualan sebagai variabel terikat.

Metode pengumpulan data menggunakan angket, wawancara dan dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis deskriptif persentase dan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel saluran distribusi, pelayanan, penetapan harga jual, kualitas produk memberikan pengaruh secara parsial dan simultan terhadap volume penjualan, Hasil analisis regresi diperoleh persamaan : $Y = 0,944 + 0,321 X_1 + 0,033 X_2 + 0,327 X_3 + 0,375 X_4 + e$. Hasil uji diperoleh T hitung untuk variabel saluran distribusi sebesar 3,068 lebih besar dari T tabel = 2,58 dengan nilai sig = 0,000 < 0,05, untuk variabel pelayanan diperoleh T hitung sebesar 2,272 dengan signifikansi 0,000 < 0,05, untuk variabel penetapan harga jual diperoleh T hitung sebesar 2,979 dengan signifikansi 0,000 < 0,05,

untuk variabel kualitas produk diperoleh T hitung sebesar 3,082 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ untuk variabel volume penjualan diperoleh thitung sebesar 3,082 lebih besar dari T tabel = 2,58 dengan nilai $\text{sig} = 0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa saluran distribusi, pelayanan, penetapan harga jual, kualitas produk terhadap volume penjualan termasuk cukup besar (50,1%%). Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa saluran distribusi, pelayanan, penetapan harga jual, kualitas produk merupakan hal yang perlu diperhatikan guna meningkatkan volume penjualan. Perlu banyak peningkatan disetiap variabel atau bagian guna memperoleh volume penjualan yang diharapkan.

Kata Kunci: Saluran Distribusi, Pelayanan, Penetapan Harga Jual, Kualitas Produk dan Volume Penjualan

PENDAHULUAN

Banyak sebagian dari masyarakat yang mendirikan industri tahu. Meskipun persaingan dalam memproduksi tahu ini masih sangat ketat, namun tidak menutup kemungkinan industri tahu suatu saat nanti mendapatkan permintaan dari konsumen. Prospek usaha ini sangat bagus dan tidak ada matinya, karena tahu merupakan makanan pokok di masyarakat. Keberadaan suatu industri adalah untuk mencapai tujuan. Tujuan yang akan dicapai antara lain profitabilitas, efisiensi, kepuasan dan pengembangan karyawan, kualitas produk dan jasa yang memuaskan pelanggan, tanggung jawab sosial dan hubungan baik dengan masyarakat, kemampuan pasar, pelayanan masyarakat dan tujuan lainnya. Untuk mencapai tujuan tersebut tentunya akan melibatkan sistem pemasaran yang menjadi tujuan utama industri, yaitu meningkatkan volume penjualan sehingga tingkat laba jangka panjang yang ditargetkan industri itu akan bisa tercapai.

Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan tahu di UD. Sumber Rejeki Rembang?
2. Apakah ada pengaruh pelayanan terhadap volume penjualan tahu di UD. Sumber Rejeki Rembang?
3. Apakah ada pengaruh penetapan harga jual terhadap volume penjualan tahu di UD. Sumber Rejeki Rembang?
4. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap volume penjualan tahu di UD. Sumber Rejeki Rembang?

-
5. Apakah ada pengaruh saluran distribusi, pelayanan, penetapan harga jual, dan kualitas produk terhadap volume penjualan tahu di UD. Sumber Rejeki Rembang?

Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan tahu di UD. Sumber Rejeki Rembang.
2. Untuk menganalisis pengaruh pelayanan terhadap volume penjualan tahu di UD. Sumber Rejeki Rembang.
3. Untuk menganalisis pengaruh penetapan harga jual terhadap volume penjualan tahu di UD. Sumber Rejeki Rembang.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap volume penjualan tahu di UD. Sumber Rejeki Rembang.
5. Untuk menganalisis pengaruh saluran distribusi, pelayanan, penetapan harga jual, dan kualitas produk terhadap volume penjualan tahu di UD. Sumber Rejeki Rembang.

Manfaat Penelitian

1. Aspek akademis, Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan dan referensi perpustakaan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh saluran distribusi, pelayanan, penetapan harga jual, dan kualitas produk terhadap volume penjualan
2. Aspek pengembangan ilmu pengetahuan, Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan referensi dalam ilmu pendidikan sehingga dapat memperkaya dan menambah wawasan. Dapat meningkatkan, memodifikasi dan mengembangkan pengetahuan atau menambah perbendarahan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan pengaruh saluran distribusi, pelayanan, penetapan harga jual, dan kualitas produk terhadap volume penjualan.
3. Secara praktis, Hasil penelitian diharapkan bermanfaat bagi pengusaha industri tahu untuk mengambil kebijakan-kebijakan untuk meningkatkan volume penjualan sehingga dapat mencapai target penjualan dengan mendapatkan laba yang sebesar-besarnya.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Machfoedz (2010:86). Distribusi adalah membawa produk ke pasar sasaran. Membawa produk ke pasar memerlukan serangkaian aktivitas, aktivitas tersebut adalah penjualan dan pengiriman barang dari produsen ke konsumen akhir. Saluran distribusi pada umumnya mempunyai perantara pemasaran, yakni perusahaan penyedia jasa yang secara langsung berhubungan dengan pembelian atau penjualan produk dari produsen kepada konsumen.

Pelayanan menurut Kotler and Amstrong (2008:11) adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain. Pada dasarnya jasa tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Harga merupakan salah satu unsur dari bauran pemasaran. Harga sangat penting dalam menentukan nilai suatu produk nilai produk tergantung pada harganya. Kotler (2010:74) menyatakan nilai produk ditentukan berdasarkan

harganya. Pernyataan ini biasa dikenal dengan teori nilai. Semakin mahal harga produk, maka semakin tinggi nilainya.

Menurut Kotler (2007:4). Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk-produk yang dipasarkan meliputi barang fisik, jasa, pengalaman, acara-acara, orang, tempat, properti, organisasi, dan gagasan. Menurut Kotler (2007:23). Komponen produk dalam bauran pemasaran adalah: keberagaman produk, kualitas produk, desain produk, ciri produk, nama merek produk, kemasan produk, ukuran produk, pelayanan, garansi produk dan imbalan.

Menurut Swastha DH (2004: 403) penjualan adalah interaksi antara individu saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran sehingga menguntungkan bagi pihak lain.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian kuantitatif, karena data yang diperoleh nantinya berupa angka. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2010: 14).

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen/pembeli tahu UD. Sumber Rejeki mulai Desember 2015 sampai dengan Januari 2016 sebanyak 100 orang. Sampel yang diambil sebesar 50 orang.

Metode pengumpulan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: metode dokumentasi dan angket. Skala yang sering dipakai dalam penyusunan kuesioner adalah Skala Ordinal atau sering disebut Skala Likert, yaitu skala yang berisi empat tingkat preferensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut: 1 = Sangat Tidak Setuju. 2 = Tidak Setuju. 3 = Setuju. 4 = Sangat Setuju. (Ghozali, 2011:41).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini sudah memenuhi uji persyaratan analisis regresi linear berganda. Data yang dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada responden telah diuji validitas dan reliabilitasnya sehingga dapat dilanjutkan pada pengujian asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji asumsi non multikolinearitas dan uji asumsi klasik non heteroskedastisitas.

1. Pengaruh Signifikansi Simultan

$13,290 > 2,58$ ($df_1 = 5-1 = 4$ dan $df_2 = 50-5 = 45$) dengan nilai signifikansinya $0,000$ ($0,000 < 0,05$), artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara saluran distribusi, pelayanan, penetapan harga jual dan kualitas produk terhadap volume penjualan.

2. Pengaruh Signifikanasi Parsial

Nilai t-hitung $3,082 > t$ - tabel yaitu $2,014$ dengan nilai signifikansinya sebesar $0,000 < \alpha 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga hipotesis berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap volume penjualan. Artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap volume penjualan.

3. Pembahasan Hasil Uji Dominan

variabel kualitas produk yang paling dominan berpengaruh terhadap volume penjualan karena memiliki nilai BETA paling besar dari pada variabel bebas lainnya yaitu $0,366$ dan memiliki probabilitas signifikan sebesar $0,000$. Hal ini berarti nilai-nilai indikator dari variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang besar terhadap volume penjualan.

4. Hasil Koefisien Determinasi

Nilai R Square yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai Adjusted $R^2 = 0,501$ atau $50,1\%$. Hal ini berarti bahwa variabel saluran distribusi, pelayanan, penetapan harga jual, dan kualitas produk terhadap volume penjualan memiliki kontribusi sebesar $50,1\%$ terhadap variabel volume penjualan, sedangkan sisanya $49,9\%$ dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang dipergunakan dalam penelitian ini.

5. Implikasi Hasil Penelitian

a. Variabel Saluran Distribusi

Variabel saluran distribusi (X_1) mempunyai pengaruh yang positif terhadap volume penjualan dengan koefisien regresi sebesar $0,321$ yang artinya jika nilai variabel saluran distribusi terjadi peningkatan sebesar 1 satuan maka volume penjualan meningkat sebesar $0,321$. Hal ini menunjukkan bahwa dalam memutuskan tempat membeli tahu, seseorang akan memperhatikan kemudahan akses terhadap lokasi penjualan tahu, UD. Sumber Rejeki harus terus meningkatkan kemudahan dalam penyaluran produknya meskipun telah memiliki lokasi yang cukup strategis dan mudah di akses.

b. Pelayanan

Variabel pelayanan (X_2) mempunyai pengaruh yang positif terhadap volume penjualan dengan koefisien regresi sebesar $0,033$ yang artinya jika nilai variabel saluran distribusi terjadi peningkatan sebesar 1 satuan maka volume penjualan meningkat sebesar $0,033$. Hal ini menunjukkan bahwa dalam membeli tahu, seseorang akan memperhatikan pelayanan yang diberikan oleh produsen/penjual, pelayanan yang baik memberikan kepuasan pada konsumen/pembeli. UD. Sumber Rejeki harus terus meningkatkan kualitas pelayanan sehingga para konsumen puas dan nyaman saat melakukan transaksi jual beli.

c. Penetapan Harga Jual

Variabel harga (X_3) mempunyai pengaruh yang positif terhadap volume penjualan dengan koefisien regresi sebesar $0,327$ yang artinya jika nilai variabel harga terjadi peningkatan sebesar 1 satuan maka volume penjualan meningkat sebesar $0,327$. Ini mengindikasikan bahwa harga menjadi perhatian utama dan sangat penting bagi konsumen dalam meningkatkan volume penjualan tahu di UD. Sumber Rejeki. UD. Sumber Rejeki harus terus berupaya

untuk bisa menetapkan harga kompetitif yang dibebankan kepada konsumen, agar tahu UD. Sumber Rejeki menjadi pilihan utama bagi konsumen.

d. Kualitas Produk

Variabel kualitas produk (X_4) mempunyai pengaruh yang positif terhadap volume penjualan dengan koefisien regresi sebesar 0,375 yang artinya jika nilai variabel kualitas produk terjadi peningkatan sebesar 1 satuan maka volume penjualan meningkat sebesar 0,375. Ini mengindikasikan bahwa kualitas produk menjadi perhatian utama dan sangat penting bagi konsumen dalam meningkatkan volume penjualan tahu di UD. Sumber Rejeki. UD. Sumber Rejeki harus bisa mempertahankan kualitas produknya agar konsumen bisa meningkat, karena kualitas produk yang baik menjadikan konsumen/pembeli puas saat mengkonsumsi tahu .

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel saluran distribusi, pelayanan, penetapan harga jual, dan kualitas produk terhadap volume penjualan tahu di UD. Sumber Rejeki Rembang, dan untuk mengetahui pengaruh dari keempat variabel independen tersebut. Dari rumusan masalah penelitian yang diajukan, maka analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai r hitung = 0,453 > r tabel (0,05)(18) = 0,243. Dengan demikian disimpulkan variabel saluran distribusi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan tahu di UD. Sumber Rejeki Rembang.

2. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai r hitung = 0,427 dengan r tabel (0,05)(15) = 0,243. Dengan demikian dapat disimpulkan variabel pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan tahu di UD. Sumber Rejeki Rembang.

3. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai r hitung = 0,535 > r tabel (0,05)(18) = 0,243. Dengan demikian disimpulkan variabel penetapan harga jual memberikan pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan tahu di UD. Sumber Rejeki Rembang.

4. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai r hitung = 0,527 > r tabel (0,05)(49) = 0,243. Dengan demikian dapat disimpulkan variabel kualitas produk memberikan pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan tahu di UD. Sumber Rejeki Rembang.

5. Uji keberatan koefisien diperoleh nilai F hitung 13,290 > F tabel (2,58) pada taraf signifikansi 5%, Dengan demikian disimpulkan analisis saluran distribusi, pelayanan, penetapan harga jual, dan kualitas produk berpengaruh terhadap volume penjualan tahu di UD. Sumber Rejeki Rembang.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Pengelola

-
- a. Analisis pengaruh saluran distribusi, pelayanan, penetapan harga jual dan kualitas produk terhadap volume penjualan secara simultan menunjukkan pengaruh secara signifikan. Oleh karena itu, UD. Sumber Rejeki Rembang sebisa mungkin memahami faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan dan terus mengembangkan sehingga perusahaan akan terus mendapatkan hasil jual yang maksimal.
 - b. UD. Sumber Rejeki Rembang dapat terus menambah saluran distribusinya sehingga dapat lebih meningkatkan volume penjualan.
 - c. Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan, sebaiknya UD. Sumber Rejeki Rembang lebih proaktif dengan menjalin komunikasi serta kerjasama dengan distributornya. Dan juga lebih meningkatkan pelayanannya terhadap konsumen agar volume penjualan lebih meningkat lagi.
 - d. Dalam menetapkan harga jualnya UD. Sumber Rejeki harus memberikan sesuai dengan kualitas produk karena penetapan harga jual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan.
 - e. Kualitas Produk memiliki pengaruh yang paling signifikan terhadap volume penjualan. Oleh karena itu, pihak UD. Sumber Rejeki harus sebisa mungkin memberikan kualitas produk terbaiknya yang sesuai dengan keinginan konsumen, agar konsumen merasa puas.
2. Bagi peneliti
- Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dengan variabel bebas yang lainnya, sehingga variabel yang mempengaruhi volume penjualan dapat teridentifikasi lebih banyak lagi.