

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan jaman serta teknologi yang kian pesat, akan sangat berpengaruh terhadap kegiatan bisnis, yakni dengan semakin banyaknya bermunculan industri-industri baru dalam dunia bisnis. Sehingga para pelaku bisnis dituntut untuk siap dalam menghadapi para pesaing baru serta untuk menjaga eksistensi dan keberlangsungan bisnisnya dengan permasalahan yang semakin kompleks. Dengan banyaknya muncul pelaku-pelaku bisnis baru menjadikan dunia bisnis memiliki peranan yang sangat penting sebagai roda penggerak perekonomian di Indonesia pada saat ini khususnya pada pada bidang industri, baik industri kecil, menengah, maupun industri besar.

Industri-industri menurut Departemen Perindustrian dan Perdagangan di atur dalam UU No.5 tahun 1984 tentang perindustrian, menjelaskan bahwa industri merupakan kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan atau barang jadi menjadi barang-barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangunan dan perekayasaan industri.¹ Salah satu industri yang saat ini semakin banyak bermunculan di wilayah Tulungagung khususnya di desa Gamping yakni usaha kerajinan batu marmer, yang mana hampir setiap

¹ Departemen Perindustrian dan Perdagangan, *Perindustrian*, (UU No.5 Pasal 1 Tahun 1984 Tentang Perindustrian)

rumah di desa gamping memiliki usaha tersebut. Sampai dengan saat ini jumlah pengrajin batu marmer di Desa Gamping Campurdarat kurang lebih sejumlah 124 pengrajin batu marmer dengan kapasitas produksi mencapai 2.700.000 buah kerajinan batu marmer pertahun.

Kegiatan industri merupakan suatu kegiatan bisnis yang bertujuan untuk memperoleh keuntungann yang sebesar-besarnya. Besar kecilnya jumlah keuntungan dari suatu bisnis dapat terlihat dari banyaknya jumlah volume penjualan yang diperoleh. Jika jumlah volume penjualan yang diperoleh besar maka kemungkinan keuntungan yang diperoleh pun besar. Bayaknya Jumlah volume penjualan yang dihasilkan pada periode tertentu dalam suatu kegiatan usaha dapat dipengaruhi oleh bebrapa faktor diantaranya yakni peran pemasaran atau promosi, produk, harga, dan sistem distribusi.²

Selanjutnya dalam menjalankan suatu bisnis pasti tidak terlepas dari kegiatan jual beli yang mana di dalam islam kegiatan jual beli atau dagang merupakan salah satu pekerjaan yang paling dianjurkan, hal ini sesuai dengan surat An-Nisa: 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: *“Hai orang orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu, dan janganlah kamu*

² Arif Mariansyah Putra, *Skripsi: Pengaruh Harga Jual Terhadap Volume Penjualan CPO pada PT. Perkebunan Nuusantara VII (Persero) di Unit Usaha Betung*, (Palembang: Universitas Muhammadiyah Palembang, 2009), Hlm 2

membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”, (QS. Al-Nisa [4]:29)

Di dalam ayat tersebut menjelaskan mengenai konsep mengenai jual beli dengan memperhatikan aspek saling rida diantara kedua belah pihak karena memakan harta dengan cara batil sangat dilarang oleh islam, serta menekankan pada keharusanan dalam menaati peraturan-peraturan yang ada untuk tidak menindahkan segala sesuatu yang di sebut dengan istilah batil. Di dalam ayat ini menekankan pada konsep kerelaan, yang mana di dalam bisnis perlu adanya hubungan timbal balik yang harmonis, sehingga terdapat etika di dalam perilaku bisnis yang tidak hanya menuntut akan keuntungan materi semata³.

Karena pada dasarnya didirikannya suatu bisnis yakni untuk memperoleh keuntungan, maka para pelaku bisnis tetap harus memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tingkat keuntungan salah satunya yakni terkait dengan harga jual. Pasar dapat tercapai apabila produk yang dihasilkan memiliki harga yang sebanding dengan kualitas produk yang diberikan. Maka dari itu seorang pelaku bisnis harus berhati-hati ketika menetapkan harga jual suatu produk, agar kualitas produk yang dimiliki sesuai dengan harga jual yang telah ditetapkan. Selain itu harga jual yang ditetapkan harus memperhatikan serta mempertimbangkan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan produksi sehingga dalam bisnis yang dijalkannya tidak

³Rofiul Wahyudi & Riduwan, *Bayani: Memahami Makna Ayat-Ayat Ekonomi dalam Al-Quran*, (Bantul: UAD Press, 2020), Hlm 30-31

mengalami kerugian, dan terciptanya hubungan timbal balik yang harmonis dalam kegiatan bisnis karena adanya kerelaan dari kedua belah pihak.

Harga merupakan suatu komponen yang penting dalam kegiatan usaha, harga juga memiliki peranan yang sangat penting dalam menarik minat konsumen untuk membeli suatu produk yang ditawarkan. Seorang konsumen dalam membeli suatu produk pasti akan membandingkan antara produk yang ditawarkan dengan harga yang akan mereka keluarkan. Sehingga penetapan harga jual akan memengaruhi jumlah dari volume penjualan yang artinya juga akan berpengaruh pada jumlah pendapatan yang akan diperoleh dalam kegiatan usaha. Pada usaha kerajinan batu marmer ini dalam penentuan harga biasanya didasarkan pada jenis batu yang digunakan, ukuran serta tingkat kesulitan dari proses pembuatan. Selain itu salah satu kendala yang dialami oleh pengrajin batu marmer dalam penentuan harga jual yakni Ketika terdapat pengrajin lain yang menjual dengan harga yang lebih murah dari harga pasar maka akan berpengaruh terhadap penjualan. Karena ketika penjual menjual dengan harga yang lebih murah lagi maka penjual tersebut akan mengalami kerugian dan Ketika penjual tersebut menjual dengan harga yang lebih tinggi maka barang yang dijual menjadi tidak laku karena banyaknya jumlah pengrajin barang sejenis.

Dalam kegiatan penentuan harga jual terdapat beberapa metode yang dapat digunakan diantaranya penentuan harga jual *cost type contrac* merupakan suatu kontrak pembuatan produk ataupun jasa dimana pihak pembeli menyetujui untuk membeli produk dengan harga yang didasarkan pada biaya

total yang dikeluarkan oleh produsen yang ditambah dengan laba yang dihitung dari presentase dari total biaya sesungguhnya. *Cost Plus Pricing* merupakan penentuan harga jual dengan menambah biaya masa yang akan datang dengan presentase *markup* yang dihitung dengan formula tertentu. *Time and material pricing* merupakan harga jual yang ditentukan sebesar biaya penuh yang dijumlah dengan laba yang diharapkan.⁴ Seperti halnya yang disampaikan oleh Dea Rahmat, dkk bahwa penetapan harga jual yang tinggi akan menyebabkan penurunan volume penjualan dan sebaliknya penetapan harga jual yang lebih rendah akan menyebabkan meningkatnya volume penjualan.⁵

Faktor lain yang juga dapat mempengaruhi volume penjualan yakni kegiatan promosi. Promosi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk berkomunikasi dengan pasar dalam rangka memperkenalkan suatu produk serta memberikan keyakinan kepada konsumen atau calon konsumen terhadap produk yang mereka miliki. dengan adanya kegiatan ini diharapkan dapat menarik minat konsumen serta dapat meningkatkannya permintaan terhadap produk yang ditawarkan sehingga juga dapat berpengaruh terhadap peningkatan jumlah volume penjualan. Pada usaha kerajinan batu marmer ini biasanya kegiatan promosi dilakukan pada media sosial, website, marketplace, dll, dengan tujuan untuk menarik minat dari konsumen. Namun terdapat beberapa pengrajin batu marmer yang masih belum menggunakan media digital dalam melakukan promosi mereka hanya

⁴ Heri Sudarsono, *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*, (Jember: CV. Pustaka Abadai, 2020), Hlm 38-40

⁵ Dea Rahmat, dkk, *Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Volume Penjualan pada CV Yoshiko Bogor* "(Studi Kasus Sepatu Hak Tinggi Kode HM. 04)", *Jurnal Ilmiah Inovator*, Maret 2013.

mengandalkan media kartunama dan promosi dari mulut ke mulut, Hal ini dikarenakan masih adanya beberapa pengrajin yang belum menguasai media digital. Sehingga mereka akan kalah dalam persaingan karena banyaknya jumlah pengrajin batu marmer sejenis di desa Gamping apalagi Ketika masa pandemic seperti sekarang ini yang kebanyakan penjualan melalui media digital. Maka dari itu mereka harus update dalam media digital.

Selain faktor promosi dan harga terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi volume penjualan yakni faktor dari adanya variasi produk. Variasi produk merupakan seluruh produk yang ditawarkan oleh seorang penjual kepada pembeli. Variasi produk merupakan suatu pengembangan dari satu produk sehingga menghasilkan berbagai pilihan produk.⁶ Dengan adanya variasi produk maka akan memberikan harapan terhadap minat konsumen, artinya semakin banyak variasi produk yang di hasilkan dalam kegiatan usaha maka akan memberikan peluang bagi seorang pengusaha dalam meningkatkan penjuannya. Hal ini merupakan strategi dari seorang produsen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan menciptakan berbagai produk yang bervariasi.⁷ Dengan adanya variasi produk serta inovasi produk yang dimiliki akan dapat membantu menjaga eksistensinya dalam industri ataupun bisnis yang dimiliki, seperti halnya pada usaha kerajinan batu marmer. Yang mana seiring berjalannya waktu pada usaha kerajinan batu marmer ini

⁶ Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: Unitomo Press, 2019), Hlm 31

⁷ Hayatun Isqo, *Pengaruh Variasi Produk Terhadap Volume Penjualan Merek Ako Pada Matahari Departemen Store Lembuswana di Samarinda*, E Journal Ilmu Administrasi Bisnis, 2015, Vol 3. No 2, Hlm 474

pasti akan mengalami perubahan perubahan model, bentuk dan jenis kerajinan seiring dengan berkembangnya trend. Sehingga apabila tidak dibarengi dengan inovasi-inovasi produk dengan memperbanyak variasi produk yang dimiliki maka tidak menutup kemungkinan apabila eksistensi mereka akan surut dan digantikan oleh industri-industri baru yang menawarkan variasi produk yang lebih banyak dan lebih inovatif. Kendala terkait dengan produk yang dialami oleh pengrajin batu marmer di desa gamping yakni terkait dengan ketersediaan bahan baku untuk pembuatan kerajinan batu marmer pada musim penghujan yang terkadang sulit untuk diperoleh. Sehingga para pengrajin harus menyediakan stok yang cukup banyak disaat musim penghujan.

Faktor yang tidak kalah pentingnya dari ketiga faktor yang telah disebutkan diatas yakni mengenai faktor saluran distribusi. Saluran distribusi merupakan faktor yang sangat krusial di dalam kegiatan pemasaran produk dimana saluran distribusi merupakan suatu strategi dalam perusahaan untuk menyalurkan barang-barang kepada konsumen melalui agen, distributor, dealer, pengecer atau yang disebut sebagai perantara. Dengan adanya perantara akan meningkatkan efisensi dalam kegiatan distribusi sehingga produk dapat tersebar secara merata dan dapat menambah peluang untuk meningkatkan jumlah volume penjualan. Namun terdapat kendala yang dialami oleh pengrajin batu marmer di desa Gamping dalam melakukan saluran distribusi yakni ketika melakukan pengiriman barang. Karena kerajinan marmer merupakan barang yang mudah pecah maka harus melakukan pengemasan khusus agar saat pengiriman barang tidak mengalami kerusakan sehingga tidak

mengalami kerugian karena terkadang terdapat konsumen yang melakukan komplain atau meminta ganti rugi ketika terjadi kerusakan pada barang pesanan mereka.

Volume penjualan merupakan jumlah produk yang terjual dalam satu periode tertentu atau jumlah penjualan yang dapat di capai oleh perusahaan. Volume penjualan menandakan naik turunnya penjualan dalam suatu kegiatan usaha. Dengan volume penjualan dapat menunjukkan tingkat pendapatan dan keuntungan yang diterima dalam kegiatan usaha tersebut. Dan jika masing-masing factor tersebut diterapkan dengan baik maka akan berpengaruh dalam meningkatkan jumlah volume penjualan pada pengrajin marmer di Desa Gamping Campurdarat.

Tulungagung merupakan salah satu kabupaten yang terletak di provinsi Jawa Timur. Yang merupakan salah satu wilayah penghasil kerajinan batu marmer terbesar di Indonesia serta memiliki tambang batu marmer terbesar di Indonesia menjadikan Tulungagung disebut sebagai kota marmer, yangberpusat di wilayah Tulungagung seletan tepatnya di desa Gamping dan desa Besole.

Batu mamer merupakan batuan metamorf yang merupakan hasil dari proses metamorfisme batu gamping akibat dari tekanan suhu yang dapat mengakibatkan terjadinya perubahan struktur dan tekstur dari batu gamping. Kerajinan yang dihasilkan dari batu marmer banyak digunakan untuk mempercantik interior rumah mulai dari lantai, perabot rumah tangga, Selain wastafel, karya seni patung, prasasti, fandel dan lain-lain, yang disesuaikan

dengan permintaan pasar pada saat itu.⁸ Kerajinan batu marmer yang dihasilkan oleh pengrajin-pengrajin batu di Desa Gamping kemudian akan dijual baik di pasar lokal, luar kota bahkan sampai pasar Internasional. Untuk penjualan pasar lokal biasanya akan dijual pada pasar domestik yakni di wilayah Tulungagung sendiri, ataupun dari luar kota seperti Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Bali, dan kota-kota lain yang biasanya dikunjungi oleh wisatawan asing. Penjualan kerajinan batu marmer yang bersekala internasional biasanya di ekspor ke negara-negara di Asia, Amerika bahkan sampai dengan Eropa yang mayoritas dilakukan oleh industri-industri bersekala besar dan menengah. Sedangkan untuk industri bersekala kecil dan menengah kebanyakan menjual pada pemasok-pemasok dari luar kota seperti Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Bali, dan kota-kota lain. Dan kebanyakan dari wilayah Bali dan Yogyakarta.

Tingginya minat konsumen baik dari dalam maupun luar negeri terhadap kerajinan batu marmer akan mendorong munculnya industri-industri kerajinan marmer baru di Tulungagung. Tingginya minat konsumen akan kerajinan marmer ini dapat dilihat dari grafik penjualan kerajinan batuan marmer di Tulungagung dari tahun 2015 sampai dengan tahun 2020.

Berikut merupakan data penjualan kerajinan marmer di Tulungagung:

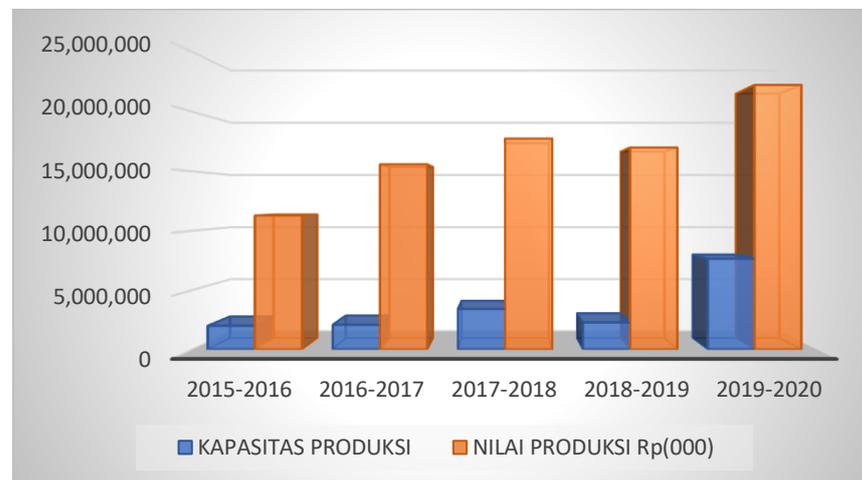
Tabel 1.1
Data Penjualan Kerajinan Marmer

⁸ Arif Nugroho Wibowo, Analisis Strategi Pemasaran Marmer, *Sosio E-Kons*, 2016, Vol 8, No. 3, Hlm 191

Tahun 2015-2020

| TAHUN | KAPASITAS PRODUKSI | NILAI PRODUKSI Rp (000) |
|-----------|--------------------|-------------------------|
| 2015-2016 | 1.987.000 | 11.288.836 |
| 2016-2017 | 2.072.000 | 15.592.813 |
| 2017-2018 | 3.408.889 | 17.744.399 |
| 2018-2019 | 2.274.000 | 16.990.861 |
| 2019-2020 | 7.637.712 | 22.240.000 |

Gambar 1.1
Grafik Penjualan Kerajinan Marmer
Tahun 2015-2020



Sumber: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab. Tulungagung

Berdasarkan dari data penjualan kerajinan marmer diatas menunjukkan peningkatan pada tahun 2015 sampai dengan tahun 2018 yakni kapasitas produksi pada tahun 2015-2016 mencapai 1.987.000 buah dengan nilai produksi sebesar Rp 11,288 miliar, tahun 2016-2017 jumlah kapasitas produksi mencapai 2.072.000 buah dengan nilai produksi sebesar Rp 15,592 miliar, pada tahun 2017-2018 jumlah kapasitas produksi kerajinan marmer yakni sebesar 3.408.889 buah dengan nilai produksi sebesar Rp 17,744 miliar, kemudian kapasitas produksi marmer sempat mengalami penurunan pada

tahun 2018-2019 sebanyak 1.134.889 buah menjadi 2.274.000 buah dengan nilai produksi sebesar Rp 16,991 miliar, dan pada tahun 2019-2020 kapasitas produksi kerajinan marmer mengalami peningkatan sehingga kapasitas produksi marmer yang dihasilkan mencapai 7.637.712 buah dengan nilai produksi sebesar Rp 22,240 miliar.

Pada saat pandemi Covid-19 penjualan kerajinan batu marmer sempat mengalami penurunan namun tidak begitu signifikan. Hal ini dapat diatasi karena kebanyakan dari pengrajin batu marmer di desa Gamping telah melakukan pemasaran secara digital. Seperti melakukan pemasaran melalui beberapa market place terbesar di Indonesia, melalui media sosial, selain itu juga terdapat beberapa pemilik usaha yang membuat website sendiri untuk memasarkan produk mereka. Sehingga meski para pengrajin batu marmer mengalami penurunan penjualan dapat teratasi dengan melakukan pemasaran digital bahkan penjualan kerajinan batu marmer mengalami peningkatan.

Dengan demikian menunjukkan bahwa kerajinan marmer merupakan salah satu produk unggulan di Tulungagung serta memiliki potensi yang cukup besar untuk terus mengalami peningkatan dan semakin banyaknya konsumen yang tertarik terhadap kerajinan marmer, ketertarikan konsumen terhadap kerajinan marmer ini dikarenakan kerajinan marmer ini memiliki keunikan tersendiri jika dibandingkan dengan kerajinan-kerajinaaan yang berbahan dasar tanah liat yakni kerajinan marmer ini memiliki permukaan yang lebih rata dan mengkilap, serta memiliki serat-serat pada batu yang memberikan kesan alami dan mewah menjadikan daya tarik tersendiri pada kerajinan yang

berbahan dasar batu marmer ini. Tingginya ketertarikan konsumen terhadap kerajinan batu marmer dapat dilihat dari semakin meningkatnya permintaan terhadap kerajinan batu marmer dari tahun ke tahun serta ketahanan industri marmer di saat pandemi Covid-19 seperti sekarang ini akan mendorong para para pelaku bisnis baru untuk mendirikan usaha kerajinan batu marmer. Munculnya industri-industri kerajinan marmer ini akan berdampak pada semakin meningkatkan persaingan pada usaha kerajinan marmer di Tulungagung khususnya di Desa Gamping. Sehingga untuk menjaga eksistensi serta meningkatkan jumlah volume penjualannya, maka para pemilik usaha kerajinan batu marmer perlu mengetahui factor-faktor apa saja yang dapat berpengaruh dalam meningkatkan jumlah volume pejualan. Faktor-faktor tersebut diantaranya yakni dengan melakukan kegiatan promosi, penetapan harga, meningkatkan variasi terhadap produk yang ditawarkan dan meningkatkan saluran distribusi. Sehingga para pemilik usaha kerajinan marmer baru tetap dapat bersaing dan meningkatkan jumlah volume penjualannya kemudian untuk pemilik usaha kerajinan marmer yang lama tetap dapat menjaga eksistensinya dengan mempertahankan konsumen lama dan menarik minat konsumen baru sehingga jumlah volume penjualan dapat mengalami peningkatan.

Maka berdasarkan uraian latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Promosi, Harga, Variasi Produk serta Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan pada Usaha Pengrajin Batu Mamer di Desa Gamping Campurdarat”**.

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

Di dalam Penelitian ini, peneliti ingin mengkaji bagaimana cara yang bisa digunakan untuk meningkatkan volume penjualan. Agar dalam pembahasannya lebih terarah serta sesuai dengan tujuan penelitian yakni untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara promosi, harga, variasi produk dan saluran distribusi terhadap volume penjualan pada usaha pengrajin batu marmer di desa Gamping Campurdarat. Maka, peneliti memutuskan untuk memberikan batasan-batasan dalam penelitian yang mana hanya membahas terkait degan, promosi, harga, produk, saluran distribusi dan volume penjualan. Adapun tempat penelitian yang akan digunakan, peneliti memutuskan untuk melakukan pengambilan data pada pengrajin batu marmer yang ada di Desa Gamping Campurdarat, Kabupaten Tulungagung.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dirumuskan suatu rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh positif signifikan antara promosi terhadap volume penjualan pada usaha pengrajin batu marmer di Desa Gamping, Campurdarat?
2. Apakah terdapat pengaruh positif signifikan antara harga terhadap volume penjualan pada usaha pengrajin batu marmer di Desa Gamping, Campurdarat?

3. Apakah terdapat pengaruh positif signifikan antara variasi produk terhadap volume penjualan pada usaha pengrajin batu marmer di Desa Gamping, Campurdarat?
4. Apakah terdapat pengaruh positif signifikan antara saluran distribusi terhadap volume penjualan pada usaha pengrajin batu marmer di Desa Gamping, Campurdarat?
5. Apakah terdapat pengaruh positif signifikan antara promosi, harga, variasi produk, dan saluran distribusi terhadap volume penjualan pada usaha pengrajin batu marmer di Desa Gamping, Campurdarat?

D. Tujuan Penelitian .

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji apakah terdapat pengaruh positif signifikan antara promosi terhadap volume penjualan pada usaha pengrajin batu marmer di Desa Gamping, Campurdarat.
2. Untuk menguji apakah terdapat pengaruh positif signifikan antara harga terhadap volume penjualan pada usaha pengrajin batu marmer di Desa Gamping, Campurdarat.
3. Untuk menguji apakah terdapat pengaruh positif signifikan antara variasi produk terhadap volume penjualan pada usaha pengrajin batu marmer di Desa Gamping, Campurdarat?

4. Untuk menguji apakah terdapat pengaruh positif signifikan antara saluran distribusi terhadap volume penjualan pada usaha pengrajin batu marmer di Desa Gamping, Campurdarat.
5. Untuk Menguji apakah terdapat pengaruh positif signifikan antara promosi, harga, variasi produk, dan saluran distribusi terhadap volume penjualan pada usaha pengrajin batu marmer di Desa Gamping, Campurdarat

E. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, serta dapat bermanfaat baik secara Teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Secara Teoritis

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih terhadap kajian di bidang Manajemen Pemasaran terkait dengan Peningkatan Volume Penjualan.

2. Manfaat Secara Praktis

a. Pelaku Usaha Batu Marmer

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada para pelaku usaha kerajinan batu marmer mengenai pengaruh dari promosi, harga, variasi produk, serta saluran distribusi dalam meningkatkan volume penjualan.

b. Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih perbendaharaan kepustakaan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung.

c. Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian dengan tema yang sama dengan variabel yang berbeda.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel promosi (X1), harga (X2), variasi produk (X3), saluran distribusi (X4), dan volume penjualan pada pemilik usaha pengrajin batu marmer di Desa Gampng Campurdarat (Y).

2. Pembatasan Masalah

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh promosi, harga, variasi produk, serta saluran distribusi terhadap volume penjualan pada pemilik usaha pengrajin batu marmer di Desa Gamping Campurdarat. Subjek pada penelitian ini adalah para pemilik usaha sekaligus pengrajin batu marmer di Desa Gamping Kecamatan Campurdarat.

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

Secara konseptual yang dimaksud dengan “Pengaruh Promosi, Harga, Produk, serta Saluran Distribusi terhadap Volume Penjualan” yakni sebagai berikut:

a. Promosi

Promosi menurut Stanton adalah persamaan dari penjualan dimana promosi merupakan informasi yang diberikan kepada konsumen yang bertujuan untuk mempengaruhi khalayak banyak.⁹

b. Harga

Harga merupakan sejumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh sejumlah barang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk memperoleh produk yang ditawarkan oleh konsumen.¹⁰

c. Produk

Produk menurut Kotler dan Amstrong yakni segala sesuatu yang ditawarkan kepada pasar untuk memperoleh perhatian, dibeli, dan digunakan serta yang dapat memuaskan kebutuhan¹¹.

d. Saluran Distribusi

⁹Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009), Hlm 49

¹⁰ Riyono & Gigih Erlik Budiharja, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua*, Jurnal STIE Semarang, 2016, Vol 8. No 2, Hlm 100

¹¹ Kwat Supriyono, dkk, *Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Rumah pada Perumahan Bukit Semarang Baru (BSB) City*, Jurnal Skripsi, 2015, Vol 3. No 2, Hlm 474

Saluran distribusi menurut David A. Revzan di dalam bukunya yang berjudul “*Marketing Organization Through the Channel*” menjelaskan bahwa saluran distribusi merupakan alura ataupun arus yang dilewati oleh barang-barang produksi dari produsen yang kemudian dilanjutkan pada perantara dan yang terakhir samapai ke tangan konsumen sebagai pemakai.¹²

e. Volume Penjualan

Volume Penjualan merupakan pencapaian yang dihasilkan dari kegiatan penjualan yang dilakukan oleh perusahaan, ditunjukkan dalam bentuk angka atas sejumlah produk yang berhasil dijual.¹³

2. Definisi Operasional

Secara operasional penelitian ini dimaksudkan untuk menguji pengaruh Promosi, Harga, Produk serta Saluran Distribusi terhadap Volume Penjualan pada Usaha Pengrajin Batu Marmer di Desa Gamping Campurdarat. Pada penelitian ini terdiri dari empat variabel indepenent (X), dan satu variabel dependent (Y). Yang mana X₁ adalah promosi, X₂ adalah Harga, X₃ adalah Variasi Produk, X₄ adalah Saluran Distribusi, dan Y adalah Volume Penjualan.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

¹² Mikael Hang Suryanto, *Sistem Operasional Manajemen Distribusi*, (Jakarta: PT Gramedia, 2016), Hlm 4

¹³ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi ...* Hlm 58

Untuk memudahkan sistematika penulisan karya ilmiah skripsi, maka diperlukan teknik penyusunan yang baik dan benar. Oleh karena itu penulis menggunakan pedoman penulisan skripsi Institut Agama Islam Negeri Tulungagung sebagai acuan dalam penyusunan karya ilmiah skripsi ini. Untuk mempermudah dalam memahami maka penulis membuat sistematika penulisan skripsi yang sesuai dengan buku pedoman penulisan skripsi Institut Agama Islam Negeri Tulungagung sebagai panduan dalam penyusunan karya tulis ilmiah ini. Adapun sistematika penyusunan laporan model penelitian kuantitatif dapat dibagi menjadi tiga bagian yaitu bagian awal, yang terdiri dari halaman sampul, halaman judul, persetujuan, lembar pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar lampiran dan abstrak.

Bagian inti skripsi terdiri dari:

- Bab I** Pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan skripsi
- Bab II** Landasan Teori terdiri dari tinjauan pustaka, tentang tinjauan dasar teori ilmu manajemen pemasaran, promosi, harga, variasi produk saluran distribusi dan volume penjualan. Selanjutnya tentang kajian penelitian terdahulu dan kerangka konseptual.
- Bab III** Metode penelitian terdiri dari pendekatan penelitian, populasi, sampling dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data,

teknik pengujian keabsahan data, teknik analisis data dan analisis jalur.

Bab IV Hasil Penelitian terdiri dari hasil penelitian yang berisi deskripsi latar belakang objek penelitian, deskripsi data, pengujian hipotesis dan analisis jalur.

Bab V Pembahasan menjelaskan tentang hasil penelitian atau temuan-temuan penelitian yang didapatkan dari proses pengolahan data sebelumnya.

Bab VI Penutup terdiri dari kesimpulan analisis data dan saran dari peneliti.

Pada bagian akhir terdiri dari (a) daftar rujukan, (b) lampiran-lampiran, (c) surat pernyataan keaslian skripsi, (d) daftar riwayat hidup.