

BAB V

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Pengaruh Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Usaha Pengrajin Batu Marmer Di Desa Gamping, Campurdarat

Di dalam penelitian ini promosi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap volume penjualan pada usaha pengrajin marmer di Desa gamping Campurdarat. Dengan demikian kegiatan promosi yang dilakukan untuk menarik minat konsumen melalui media sosial yang dilakukan oleh para pemilik usaha pengrajin batu marmer dapat meningkatkan jumlah volume penjualan pada usaha pengrajin batu marmer di Desa Gamping. Hal ini ditunjukkan dengan adanya kegiatan promosi yang mereka lakukan dapat meningkatkan jumlah penjualan serta target penjualan juga tercapai. Promosi ini biasanya dilakukan melalui marketplace seperti Tokopedia, Shopee, dan lain-lain, serta media sosial dan juga melalui website. Untuk usaha skala kecil biasanya mereka menggunakan media yang tidak bebayar untuk mempromosikan produk mereka. Dan untuk usaha yang memiliki skala besar mereka menggunakan media berbayar seperti google ads dan *paid social* untuk memperluas skala penjualan mereka. Biaya yang biasanya dikeluarkan untuk memasang iklan di google ads atau *paid social* mulai dari Rp 100.000,00 perbulan tergantung dengan intensitas iklan yang diinginkan.

Dengan demikian, hasil dari penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Freddy Rangkuti, yakni sebagai berikut:

pertahankan pembeli sehingga memungkinkan pembeli untuk melakukan pembelian ulang, sehingga hal ini juga akan berpengaruh terhadap meningkatnya jumlah volume penjualan.

Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Ugeng Budi Haryoko, yang berjudul “Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Pencapaian Volume Penjualan pada PT. Midi Utama Indonesia Cabang Raden Patah Cileduk”¹ juga mendukung penelitian ini. Hasil dari penelitian tersebut memperlihatkan bahwa promosi memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap volume penjualan pada PT. Midi Utama Indonesia Cabang Raden Patah Cileduk artinya jika promosi penjualan ditingkatkan maka volume penjualan juga akan mengalami peningkatan.

Dengan demikian kegiatan promosi penting dilakukan untuk meningkatkan kegiatan penjualan dan volume penjualan. Hal ini karena dengan adanya promosi pembeli atau calon pembeli akan tau mengenai produk yang kita jual. Dan semakin tinggi intensitas dalam melakukan kegiatan promosi maka akan semakin tinggi pula peluang yang diperoleh untuk meningkatkan volume penjualan. berdasarkan pada pernyataan indikator dan pernyataan angket yang digunakan. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam melakukan kegiatan promosi yakni frekuensi promosi, kualitas promosi, kuantitas promosi, waktu promosi, kesesuaian sasaran promosi.

¹ Ugeng Budi Haryoko, Pengaruh Promosi..., Hlm 145

Oleh sebab itu, maka dapat ditetapkan bahwa semakin tinggi intensitas kegiatan promosi yang dilakukan maka akan semakin tinggi pula volume penjualan yang diperoleh, dan sebaliknya yakni semakin rendah intensitas kegiatan promosi yang dilakukan maka volume penjualan yang akan dihasilkan semakin rendah. Jadi dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan faktor yang terpenting dalam meningkatkan volume penjualan.

B. Pengaruh Harga Terhadap Volume Penjualan Pada Usaha Pengrajin Batu Marmer Di Desa Gamping, Campurdarat

Di dalam penelitian yang dilakukan pada pemilik usaha pengrajin marmer di Desa Gamping Cmapurdarat pada bab sebelumnya, menunjukkan bahwa hasil pada pengujian hipotesis kedua menunjukkan adanya pengaruh yang positif signifikan antara variabel harga terhadap volume penjualan. Penetapan harga pada yang dilakukan oleh para pemilik usaha kerajinan marmer di Desa Gamping telah sesuai dengan daya beli, kualitas serta manfaat yang di peroleh dari kerajinan marmer yang mereka tawarkan, sehingga konsumen cenderung melakukan pembelian ulang dan berpengaruh terhadap meningkatnya volume penjualan.

Dengan demikian hasil penelitian tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Achmad Rizal, yakni sebagai berikut:

“Penetapan harga jual produk merupakan salah satu bagian penting dari keseluruhan rencana bisnis dan strategi pemasaran perusahaan, karena langsung berpengaruh terhadap pelanggan dan perusahaan”

“Salah satu faktor yang dipengaruhi oleh harga yakni volume penjualan, karena pada umumnya semakin tinggi harga maka semakin rendah volume penjualan dan sebaliknya.”²

Sesuai dengan teori tersebut menunjukkan bahwa harga jual merupakan bagian penting dalam rencana bisnis serta strategi pemasaran hal ini disebabkan harga akan berhubungan langsung dengan pelanggan dan perusahaan. Dalam teori tersebut juga menjelaskan bahwa semakin murah harga jual produk, maka akan semakin tinggi volume penjualan yang diperoleh dan semakin tinggi harga maka akan semakin rendah volume penjualan yang diperoleh.

Selain itu, penelitian oleh Oktariansyah di dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Volume Penjualan Besi pada PT Inti Logam Palembang”. Hasil dari penelitian tersebut memperlihatkan bahwa Harga memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap volume penjualan pada PT. Inti Logam Palembang. Artinya jumlah volume penjualan pada PT. Inti Logam Palembang dipengaruhi oleh harga yang ditetapkan.³

Dengan demikian harga merupakan salah satu faktor penting dalam mempengaruhi jumlah volume penjualan. semakin murah harga yang ditawarkan maka semakin tinggi jumlah volume penjualan yang akan diperoleh, semakin sesuai harga dengan kualitas produk, dan manfaat yang

²Achmad Rizal, *Buku Ajar Manajemen ...*, Hlm 192-184

³ Oktariansyah, *Pengaruh Penetapan Harga ...*, Hlm 81

ditawarkan maka semakin tinggi potensi konsumen akan melakukan pembelian dan melakukan pembelian ulang. Berdasarkan berbagai indikator dan pernyataan angket yang digunakan dalam menentukan harga diantaranya yakni harga yang ditawarkan sesuai dengan daya beli konsumen, kualitas yang diberikan sebanding dengan harga jual, dalam menentukan harga harus tetap memperhatikan harga pesaing, harga yang diberikan sesuai dengan manfaat yang ditawarkan, dengan harga yang ditawarkan adanya kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Selain beberapa hal tersebut faktor yang dapat digunakan dalam menentukan harga yakni jumlah biaya produksi yang harus dikeluarkan dalam memproduksi suatu produk atau barang.

Oleh sebab itu, dapat ditetapkan bahwa semakin murah harga yang ditawarkan, semakin sesuai harga dengan manfaat dan kualitas yang diberikan maka akan semakin tinggi pula volume penjualan yang akan diperoleh, dan sebaliknya. Sehingga harga merupakan faktor penting dalam meningkatkan jumlah volume penjualan.

C. Pengaruh Variasi Produk Terhadap Volume Penjualan Pada Usaha Pengrajin Batu Marmer Di Desa Gamping, Campurdarat

Di dalam penelitian yang dilakukan pada pemilik usaha pengrajin marmer di Desa Gamping Campurdarat pada bab sebelumnya, menunjukkan bahwa hasil pada pengujian hipotesis ketiga menunjukkan adanya pengaruh yang positif signifikan antara variabel variasi produk

terhadap volume penjualan pada usaha pengrajin marmer di Desa gamping Campurdarat. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak variasi produk yang ditawarkan akan meningkatkan jumlah volume penjualan pada usaha pengrajin marmer di Desa gamping Campurdarat.

Dengan demikian hasil penelitian tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Engel et.al, yakni sebagai berikut:

“Keragaman produk atau variasi produk merupakan berbagai macam produk mulai dari merk, ukuran, kualitas serta ketersediaan produk tersebut pada suatu toko yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian oleh konsumen.”⁴

Berdasarkan pada teori tersebut menjelaskan bahwa semakin banyak jenis produk yang ditawarkan mulai dari merek, ukuran, kualitas serta ketersediaan produk di toko akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Karena variasi produk merupakan suatu pengembangan dari produk-produk yang dihasilkan maka akan memberikan harapan atau pilihan bagi seorang konsumen untuk melakukan konsumsinya guna memenuhi kebutuhannya sehingga dapat meningkatkan jumlah volume penjualan.

Selain teori tersebut hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Putu Agsu Semara Jaya di dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Variasi Produk Terhadap Volume Penjualan Merek Ako Pada Matahari Departemen Store Lembuswana di

⁴Meithiana Indrasari, *Pemasaran ...*, Hlm 29

Samarinda”. Dalam hasil penelitiannya tersebut menunjukkan variasi produk berpengaruh terhadap volume penjualan. Sehingga jika tidak terdapat variasi terhadap produk maka akan mengakibatkan penurunan terhadap volume penjualan.⁵ Berdasarkan berbagai indikator dan pernyataan yang digunakan dalam angket yang digunakan dalam penelitian hal-hal yang dapat diperhatikan dalam menentukan variasi produk yakni ukuran produk yang beragam, jenis produk yang beragam, desain produk yang beragam, bahan produk yang beragam, kualitas produk yang beragam.

Dengan begitu, dapat ditetapkan bahwa semakin banyaknya variasi produk yang dijual maka akan semakin banyak peluang untuk menarik minat konsumen dan akan berpengaruh pada meningkatnya jumlah volume penjualan dan sebaliknya. Jadi, kesimpulan yang dapat diambil yakni variasi produk merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan volume penjualan.

D. Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada Usaha Pengrajin Batu Marmer Di Desa Gamping, Campurdarat

Di dalam penelitian yang dilakukan pada pemilik usaha pengrajin marmer di Desa Gamping Campurdarat pada bab sebelumnya, menunjukkan bahwa hasil pada pengujian hipotesis keempat menunjukkan adanya pengaruh yang positif signifikan antara variabel saluran distribusi terhadap volume penjualan pada usaha pengrajin marmer di Desa gamping

⁵ Hayatun Isqo, Pengaruh Variasi ..., Vol 3. No 2

Campurdarat. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik saluran distribusi yang dilakukan maka akan semakin tinggi volume penjualan yang akan diperoleh.

Dengan demikian hasil penelitian tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Efendi Pakpahan, yakni sebagai berikut:

“Saluran distribusi merupakan faktor terpenting dalam menentukan volume penjualan. saluran distribusi bertujuan untuk melihat peluang pasar apakah dapat memberikan keuntungan secara maksimal. Dan semakin luas saluran distribusi maka produk akan semakin dikenal oleh masyarakat sehingga akan berdampak pada meningkatnya volume penjualan.”⁶.

Berdasarkan teori di atas menjelaskan bahwa pentingnya saluran distribusi yang mana saluran distribusi memiliki peranan yang sangat penting karena pada umumnya tidak semua produk yang dapat digunakan atau dikonsumsi langsung oleh konsumen, sehingga dengan adanya saluran distribusi ini konsumen dapat memperoleh produk yang diinginkan dengan mudah, sehingga semakin luas saluran distribusi maka produk akan semakin dikenal oleh masyarakat dan berdampak pada meningkatnya volume penjualan.

Selain teori tersebut hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ajeng Setianingsih, dkk yang berjudul “Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan: Studi Kasus

⁶ Agusri, Pengaruh Harga Terhadap ..., Hlm 193

pada PT. Sinar Sosro Cabang Rancaekek Bandung” dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif menjelaskan bahwa saluran distribusi memiliki pengaruh terhadap Volume Penjualan pada PT Sinar Sosro Cabang Rancaekek.⁷

Sementara itu saluran distribusi salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi jumlah volume penjualan yang akan diperoleh. Berdasarkan pada indikator-indikator yang digunakan dalam angket penelitian beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam menentukan saluran distribusi yakni ketersediaan barang, proses pemesanan, kecepatan pengiriman, kemudahan memperoleh produk.

Jadi dapat disimpulkan bahwa saluran distribusi yang dilakukan oleh suatu perusahaan, akan dapat meningkatkan jumlah volume penjualan. Sehingga semakin sadar perusahaan dalam melakukan saluran distribusi maka akan meningkat pula jumlah volume penjualan pada perusahaan. Dan sebaliknya semakin rendah kesadaran pengusaha dalam melakukan saluran distribusi maka akan semakin rendah pula jumlah volume penjualan yang diperolehnya. Sehingga hal tersebut membuktikan bahwa saluran distribusi merupakan salah satu faktor terpenting dalam meningkatkan jumlah volume penjualan.

⁷Ajeng Setianingsih, dkk, Pengaruh Saluran Distribusi ..., Hlm 212

E. Pengaruh Promosi, Harga, Variasi Produk, serta Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada Usaha Pengrajin Batu Marmer Di Desa Gamping, Campurdarat

Di dalam penelitian yang dilakukan pada pemilik usaha pengrajin marmer di Desa Gamping Cmapurdarat pada bab sebelumnya, yakni pengujian hipotesis keenam (uji F) membuktikan bahwa promosi, harga, variasi produk, serta saluran distribusi secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap volume penjualan pada pemilik usaha pengrajin marmer di Desa Gamping Cmapurdarat. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya promosi, memperhatikan penetapan harga, memperbanyak jumlah variasi produk serta meningkatkan saluran distribusi akan memberikan pengaruh dalam meningkatkan jumlah volume penjualan. Sementara itu berdasarkan pengujian koefisien determinasi, pada penelitian ini memperlihatkan bahwa adanya pengaruh yang diberikan oleh keempat variabel tersebut terhadap volume penjualan namun masih banyak faktor-faktor lain dari luar variabel penelitian yang dapat mempengaruhi jumlah volume penjualan.

Dengan demikian hasil penelitian tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh William J. Stanton;

“Pemasaran merupakan suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat

memuaskan kebutuhan baik pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

8”

Berdasarkan pada teori tersebut William J. Stanton berpendapat bahwa kegiatan penentuan harga, mempromosikan serta mendistribusikan barang dan jasa merupakan suatu kegiatan atau proses pemasaran yang bertujuan untuk menaarik minat beli dari pembeli yang ada maupun pembeli potensial yang akan berpengaruh pada meningkatnya jumlah volume penjualan.

Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Djamaluddin Karim, dkk, di dalam penelitiannya yang berjudul “Marketing Mix Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Manado Sejati Perkasa Group”. Dalam penelitiannya tersebut menunjukkan produk, promosi, harga dan tempat secara simultan dan parsial memiliki pengaruh terhadap volume penjualan pada PT. Manado Sejati Perkasa Group.⁹. Mungkin variabel depeden tersebut masih berbeda dengan variabel yang digunakan dalam penelitian ini, namun variabel tersebut termasuk dari indikator penentu dari variabel volume penjualan. Sehingga untuk dapat meningkatkan volume penjualan maka dapat memperhatikan faktor produk, promosi, harga dan tempat.

Sementara itu perpaduan antara kegiatan promosi, penetapan harga, variasi produk, serta saluran distribusi akan dapat memberikan pengaruh

⁸Oktariansyah, Pengaruh Penetapan Harga..., Hlm 70

⁹Djamaliddin Karim, dkk, Marketing Mix Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan pada PT. Manado Sejati Perkasa, *Jurnal EMBA*, Vol. 2, No. 1, 2014, Hlm 430

kepada pemilik usaha pengrajin batu marmer di Desa Gampng Campurdart dalam meningkatkan kegiatan usahanya sehingga volume penjualan yang diinginkan dapat tercapai. Sehingga berbagai hal tersebut dapat memberikan pengaruh positif terhadap volume penjualan pada usaha pengrajin batu marmer di Desa Gamping Campurdarat.

Jadi, berdasarkan pembahasan mengenai berbagai hipotesis penelitian, dan dapat disimpulkan bahwa baik secara simultan maupun parsial setiap variabel yang terdiri dari promosi, harga, variasi produk dan saluran distribusi dapat memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel volume penjualan. Jadi kesimpulan yang dapat diambil yakni promosi, harga, variasi produk serta saluran distribusi merupakan beberapa faktor penting yang dapat digunakan dalam meningkatkan jumlah volume penjualan.