BAB V

PEMBAHASAN

Setelah peneliti melakukan penelitian di lapangan dengan menyebar angket yang diajukan kepada anggota Kelompok Petani Jamur Sumber Makmur Tulungagung. Kemudian peneliti mengolah data hasil jawaban angket yang telah diisi oleh responden. Dalam pengolahan data hasil jawaban angket tersebut peneliti menggunakan aplikasi *IBM SPSS 16.0,* maka pembahasan dalam penelitian ini yaitu:

A. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kinerja Pemasaran pada Kelompok Petani Jamur Sumber Makmur Tulungagung

Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan pada variabel kualitas produk terhadap kinerja pemasaran pada Kelompok Petani Jamur Sumber Makmur.Pengaruh yang positif dan signifikan ini menunjukkan bahwa apabila terjadi peningkatan jumlah kualitas produk, maka kinerja pemasaran juga akan meningkat. Sebaliknya, apabila terjadi penurunan jumlah kualitas produk, maka kinerja pemasaran juga akan menurun. Hal ini menandakan bahwa jumlah kualitas produk dapat menjadi penentu tingkat kinerja pemasaran pada Kelompok Petani Jamur Sumber Makmur Tulungagung.

Kualitas produk pada Kelompok Petani Jamur Sumber Makmur memiliki kemampuan dalam memenuhi apa yang dibutuhkan konsumen, dapat diketahui dengan beberapa indikator yaitu: dari segi kinerja, KPJ

Sumber Makmur memproduksi jamur sesuai target yang ditentukan. Dari segi kehandalan, KPJ Sumber Makmur tetap menjaga kestabilan persediaan jamur untuk mencukupi permintaan pasar. Dari segi tambahan (*Features*), KPJ Sumber Makmur menggunakan plastic yang tebal dan kedap udara untuk tetap menjaga kesegaran jamur. Hal ini sesuai dengan teori dari Kotler dan Amstrong (2004) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya.[96] Jadi kualitas produk merupakan suatu produk dan jasa yang melalui berbagai proses dengan memperhitungkan nilai atas suatu produk dan jasa tanpa ada kekurangan sedikitpun atas suatu nilai produk dan jasa, serta menghasilkan produk dan jasa sesuai harapan dari pelanggan. Dengan adanya kualitas produk yang tidak cepat rusak, produk yang ditawarkan terjamin kualitasnya, dan mempunyai kemasan yang baik, maka hal tersebut dapat mempengaruhi kinerja pemasaran pada Kelompok Petani Jamur Sumber Makmur Tulungagung.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Kasmiruddin[97] dimana hasil penelitiannya dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja pemasaran industry kecil rotan di Kecamatan Rumbai Pesisir.Dengan meningkatkan kemampuan

---

[96]Zenia Perwitasari dan Agus hermani DS, *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan The Botol Sosro (Studi Kasus pada Konsumen The Botol Sosro yang Melakukan Pembelian di Indomaret Kelurahan Tembalang),* (Universitas Diponegoro: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 2018), diakses 25 Februari 2021, Pukul 17.54 WIB

[97]Kasmiruddin, *Pengaruh Kualitas Produk dan Pengembangan produk Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Kerajinan Kecil Rotan di Kecamatan Rumbai Pesisir,* Jurnal: Aplikasi Bisnis, Vol. 7 No. 1 Oktober 2016

produk yang berkualitas sesuai dengan kebutuhan dan daya tarik konsumen, maka hal ini dapat menghasilkan peningkatan kinerja pemasaran.

Penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Muhajir dan Sabri Hasan[98], yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada wilayah distribusi PT. Semen Tonasa di Kota Makassar. Variabel kualitas produk berpengaruh paling dominan terhadap kinerja pemasaran. Sehingga jika produk yang dihasilkan lebih berkualitas maka akan lebih meningkatkan kinerja pemasarannya.

Kesimpulannya, jika kualitas produk turut memberikan pengaruh terhadap kinerja pemasaran. Dalam penelitian terdahulu juga disebutkan jika kinerja pemasaran dipengaruhi oleh besaran kualitas produk yang ditawarkan. Hasil dari penelitian ini pun menunjukkan jika kualitas produk memberikan pengaruh terhadap kinerja pemasaran, karena pelanggan ataupun konsumen cenderung merperhatikan kualitas produk yang baik, sehingga berdampak pada kinerja pemasaran yang meningkat. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa "Ada pengaruh kualitas produk terhadap kinerja pemasaran pada Kelompok Petani Jamur Sumber Makmur Tulungagung."

---

[98]Muhajir dan Sabri Hasan, *Analisis Pengaruh Kinerja Saluran Distribusi, Orientasi Pasar dan Kualitas Prodk terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada Wilayah Distribusi PT. Semen Tonasa di kota Makassar,* Jurnal: Ilmu Ekonomi Vol. 1 No. 1 Oktober 2018.

B. Pengaruh Harga terhadap Kinerja Pemasaran pada Kelompok Petani Jamur Sumber Makmur Tulungagung

Hasil pengujian hipotesis menyimpulkan bahwa harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja pemasaran pada Kelompok Petani Jamur Sumber Makmur Tulungagung. Artinya, apabila terjadi peningkatan jumlah harga, maka kinerja pemasaran akan menurun. Sebaliknya, apabila terjadi penurunan jumlah harga, maka kinerja pemasaran akan meningkat.

Kotler dan Keller mendefinisikan harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.[99]

Menurut Tjiptono salah satu tujuan penetapan harga adalah tujuan berorientasi pada volume penjualan dan laba. Jadi semakin tinggi harga sesuai dengan keterjangkauan masyarakat, kualitas dan daya saing harga maka akan meningkatkan kinerja pemasaran.[100] Teori ini tidak memiliki kesesuaian dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kinerja pemasaran.

Harga yang ditawarkan oleh KPJ Sumber Makmur tidak terlalu mempengaruhi konsumen ataupun pelanggan dalam melakukan pembelian

---

[99] Tengku Firli Musfar, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2020), hal 75.

[100]Satria Tirtayasa, Yeni Ardini Daulay, *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Kecil Menengah Sektor Konstruksi Bengkel Las di Moderasi Kebijakan Pemerintah Pada Masa Pandemi Covid 19,* Jurnal Ilmiah Magister Manajemen, Vo. 4, No. 1 Maret 2021, hal. 117

sehingga tidak mempengaruhi kinerja pemasarannya. Harga jual jamur tiram di pasar cenderung stabil. Meskipun jumlah barang yang ditawarkan jumlahnya sedikit atau banya harga jamur akan terus stabil.Harga jual jamur pada KPJ Sumber Makmur kisaran Rp. 14.000/kg, harga yang ditawarkan tersebut berbeda dengan harga jual untuk para pedagang besar maupun pengecer di pasar. Prioritas utama KPJ Sumber Makmur adalah pedagang di pasar besar, tetapi juga melayani untuk pembelian ecer yang biasanya dilakukan oleh konsumen langsung. Untuk pembelian jamur dalam jumlah besar KPJ Sumber Makmur memberikan potongan harga khusus dan pembayaran bisa dilakukan setelah jamur sampai ditempat tujuan sesuai dengan kesepakatan. Mudahnya pembayaran yang diberikan KPJ Sumber Makmur ini menimbulkan masalah karena pembayaran yang dilakukan pedagang besar menunggak, karena hal tersebut KPJ Sumber makmur mencari pengganti pedagang besar di pasar lain. Namun,penjualan jamur yang dilakukan langsung pada konsumen juga tinggi. Meskipun harga jamur di pasaran relative berbeda dengan produsen lain, konsumen cenderung tidak memperhatikan besaran harga yang ditawarkan. Karena konsumen lebih memperhatikan kualitas dari jamur itu sendiri.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Aptaguna A, Pitaloka E[101] yang menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap minat beli. Hal ini disebabkan oleh kualitas layanan

[101]Aptaguna A, Pitaloka E, *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek,* Jurnal Widyakala, Vo. 3 Maret 2016.

yang sudah baik sehingga membuat pelanggan tidak mempertimbangkan harga.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran. Sesuai dengan teori yang disebutkan oleh Taufiq, bahwa faktor harga tidak selamanya menjadi faktor penentu. Di era pemasaran penuh dinamika untuk tampil secara berbeda, faktor non harga seringkali justru menentukan.[102] Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran karena faktor non harga masih menjadi pertimbangan utama dalam melakukan pembelian. Faktor non harga memiliki peran yang semakin signifikan dibandingkan faktor harga.Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa "Tidak ada pengaruh harga terhadap kinerja pemasaran pada Kelompok Petani Jamur Sumber Makmur Tulungagung."

C. Pengaruh Tempat terhadap Kinerja Pemasaran pada Kelompok Petani Jamur Sumber Makmur Tulungagung

Hasil pengujian hipotesis menyimpulkan bahwa tempat berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja pemasaran pada Kelompok Petani Jamur Sumber Makmur Tulungagung. Artinya, apabila terjadi peningkatan jumlah tempat, maka kinerja pemasaran akan menurun. Sebaliknya, apabila terjadi penurunan jumlah tempat, maka kinerja pemasaran akan meningkat.

---

[102]M. Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran,* (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2005), hal. 163

Kotler dan Keller mendefinisikan saluran pemasaran atau tempat adalah sekelompok organisasi yang saling bergantung dan terlibat dalam proses pembuatan produk atau jasa yang disediakan untuk digunakan atau dikonsumsi. Saluran pemasaran merupakan seperangkat alur yang diikuti produk atau jasa setelah diproduksi, berakhir dalam pembelian dan digunakan oleh pengguna akhir.[103]

Keputusan dalam menentukan saluran distribusi yang dipilih merupakan salah satu keputusam penting yang diambil oleh produsen. Hal ini dikarenakan pemilihan saluran distribusi akan mempengaruhi keputusan pemasaran yang lainnya seperti biaya produksi, biaya pemasaran, harga jual dan tentunya juga akan mempengaruhi penjualan dan keuntungan yang akan diperoleh. Dsiamping itu pemilihan saluran distribusi juga bertujuan untuk menjaga kelancaran distribusi sebuah produk sehingga produk tersebut selalu tersedia saat dibutuhkan dan dapat diperoleh dengan mudah serta dekat dengan konsumen. Maka pemilihan saluran pemasaran yang tepat sangatlah penting untuk menjaga kelancaran distribusi barang.

Saluran distribusi yang dilakukan KPJ Sumber Makmur adalah saluran distribusi tidak langsung. KPJ Sumber Makmur menggunakan perantara yaitu pedagang pengepul untuk memasarkan sebagian besar produksi jamur tiram. Pedagang perantara ini membantu dalam pencarian konsumen, kegiatan penyediaan informasi, kegiatan distribusi, menyediakan transportasi dan dalam kegiatan penyimpanan produk sehingga produk yang

[103]Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hal. 93

diterima konsumen terjaga kualitasnya.Pasar lokal yang menjadi tujuan utama KPJ Sumber Makmur adalah pasar Surabaya. KPJ Sumber Makmur lebih mengoptimalkan pemasokan jamur di pasar tersebut, hal ini dikarenakan permintaan jamur di pasar tersebut cukup tinggi. Dengan banyaknya permintaan yang tinggi, KPJ Sumber Makmur berusaha untuk tetap menjaga ketersediaan jamur tiram. Pada saat kondisi tertentu dimana permintaan jamur tinggi tetapi persediaan jamur tiram menurun atau permintaan jamur sedikit persediaan jamur banyak, hal tersebut yang menjadi kendala yang dihadapi oleh KPJ Sumber Makmur. Kendala tersebut bisa mempengaruhi volume penjualan dan kinerja pemasaran pada KPJ Sumber Makmur Tulungagung karena belum bisa memenuhi permintaan pasar sesuai yang dibutuhkan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Angelita Elisabeth Salindeho dan Silivya L. Mandey[104] menunjukkan bahwa tempat tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran pada PT. Sinar Galesong Mandiri cabang Maralayang. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian Muhammad Irfan Nasution, dkk[105] yang menunjukkan bahwa tempat tidak berpengaruh terhadap volume penjualan pada Usaha Mikro di Kecamatan Medan Denai.

---

[104]Angelita Elisabeth Salindeho dan Silvya L. Mandey, *Pengaruh Inovasi Produk, Tempat dan Promosi Terhadap Kinerja Pemasaran Motor Suzuki (Pada PT. Sinar Galesong Mandiri Cab. Malayang)*, Jurnal EMBA, Vol. 6 No. 4 September 2018

[105]Muhammad Irfan Nasution, Muhammad Andi Prayogi, Satria Mirsya Affandy Nasution, *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan pada Usaha MIkro di Kecamatan Medan Denai,* Jurnal: Riset Sains Manajemen, Vol. 1 No. 1 Tahun 2017

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa tempat tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran. Penyebab tidak berpengaruhnya tempat terhadap kinerja pemasaran adalah karena ketersediaan jamur KPJ Sumber Makmur yang belum bisa memenuhi permintaan pasar dan jumlah lokasi pasar yang kurang. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa "Tidak ada pengaruh tempat terhadap kinerja pemasaran pada Kelompok Petani Jamur Sumber Makmur Tulungagung."

D. Pengaruh Promosi terhadap Kinerja Pemasaran pada Kelompok Petani Jamur Sumber Makmur Tulungagung

Hasil pengujian hipotesis menyimpulkan bahwa tempat berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja pemasaran pada Kelompok Petani Jamur Sumber Makmur Tulungagung. Artinya, apabila terjadi peningkatan jumlah tempat, maka kinerja pemasaran akan menurun. Sebaliknya, apabila terjadi penurunan jumlah tempat, maka kinerja pemasaran akan meningkat.

Kotler dan Amstrong menyatakan bahwa promosi mengacu pada kegiatan berkomunikasi mengenai produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membeli.[106] Dengan adanya promosi yang menarik seperti memberikan diskon kepada konsumen dan memberikan informasi mengenai produknya melalui social media seperti Whatsapp, Facebook

[106]Ezrifal Sany, *Sistem Informasi Sebagai Media Promosi dan Pemasaran Pada CV Anugerah Sinar Abadi*, Jurnal: Fortech P-ISSN: 2580-3476, 2020, hal. 20.

dan Instagram yang dapat mudah diakses oleh konsumen, maka hal tersebut dapat menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian.

Strategi promosi yang dilakukan KPJ Sumber Makmur adalah melakukan promosi dengan media social Whastapp dan Facebook dan blog.KPJ Sumber Makmur tidak terlalu aktif dalam melakukan promosi, hal ini karena kelompok ini sudah memiliki pasar tetap untuk penjualan jamur tiram. Dengan banyaknya permintaan jamur di pasar yang tinggi ini KPJ Sumber Makmur merasa promosi tidak diperlukan untuk memperkenalkan produk jamur tiramnya kepada konsumen. Hal yang lebih penting yang dilakukan KPJ Sumber Makmur adalah tetap menjaga hubungan baik dengan perantara yaitu pedagang besar ataupun pengecer agar pemasaran jamur tiram terus belangsung.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Fitria Noor Hayati, Leny Muniroh, Achyar Eldine[107] menunjukkan bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran pada UMKM Tas Kota Depok Kecamatan Sukmajaya. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian Asrizal Efendy Nasution dkk[108] yang menujukkan bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada 212 Mart di Kota Medan.

---

[107]Fitriana Noor Hayati, Leny Muniroh, Achyar Eldine, *Pengaruh Distribudi dan Promosi Terhadap KInerja Pemasaran pada UMKM Tas Kota Depok Kecamatan Sukmajaya,* Jurnal: Ilmu Manajemen, Vol. 4, No. 1 Februari 2021

[108]Asrizal Efendy Nasution, Linzzy Pratama Putri, Muhammad Taufik Lesmana, *Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaam dan Karakteristik Konsumen Terhadap keputusan Pembelian Konsumen pada 212 Mart di Kota Medan,* Jurnal Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan, 1(1), 2019

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran. KPJ Sumber Makmur merasa promosi tidak terlalu diperlukan karena tujuan utama penjualan jamur tiram tersebut dilakukan di pasar besar. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa "Tidak ada pengaruh promosi terhadap kinerja pemasaran pada Kelompok Petani Jamur Sumber Makmur Tulungagung."

E. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Tempat dan Promosi terhadap Kinerja Pemasaran pada Kelompok Petani Jamur Sumber Makmur Tulungagung

Hasil penelitian yang dilakukan kepada anggota Kelompok Petani Jamur Sumber Makmur Tulungagung yang merupakan responden, kemudian peneiliti melakukan analisis data dari hasil penelitian yang dapat diketahui bahwa kualitas produk, harga, tempat dan promosi secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran pada Kelompok Petani Jamur Sumber Makmur Tulungagung. Artinya, apabila nilai kualitas produk, harga, tempat dan promosi ditingkatkan maka kinerja pemasaran juga akan meningkat. Sebaliknya, apabila nilai kualitas produk, harga, tempat dan promosi menurun, maka kinerja pemasaran juga akan mengalami penurunan. Hal ini menandakan bahwa kualitas produk, harga, tempat dan promosi dapat menentukan tingkat kinerja pemasaran.

Gao (2010) bependapat bahwa kinerja pemasaran merupakan proses multidimensional yang mencakup tiga dimensi efektivitas, efisiensi dan kemampuan beradaptasi; efektivitas dan efisiensi dan aktivitas pemasaran organisasi terkait dengan tujuan terkait pasar, seperti pendapatan, pertumbuhan, dan pangsa pasar.[109] Teori tersebut sesuai dengan hasil penelitian yaitu kualitas produk, harga, tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Keberhasilan kinerja pemasaran ditentukan oleh kualitas produk, harga, tempat dan promosi. Dengan adanya kualitas produk, harga, tempat dan promosi dapat meningkatkan penjualan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Nuri Arisa[110] yang menyebutkan bahwa produk, harga, tempat/saluran distribusi, dan promosi berpengaruh terhadap tingkat penjualan. Pada umumnya, setiap perusahaan mempunyai strategi dalam menawarkan produk yang nantinya dapat menarik minat para konsumen atau pelanggan. Oleh karena itu, semakin baik kualitas produk, harga, tempat dan promosi yang dilakukan, maka akan semakin meningkat pula tingkat penjualannya. Dengan demikian, dapat dijelaskan jika variabel bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi dan saluran distribusi meningkat, akan diikuti dengan meningkatnya penjualan dan sebaliknya jika variabel bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi dan saluran distribusi terhadap tingkat penjualan turun, maka akan diikuti dngan menurunnya tingkat

---

[109] Dede Solihin, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja Pemasaran pada PT Prima Ufuk Semesta,* Jurnal: Semarak, Vol. 2, No. 3, Oktober 2019, hal. 23.

[110]Nuri Arisa, *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Tingkat Penjualan dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi pada Rahmat Batik Lampung, Bandar Lampung),* Skripsi, (Bandar Lampung: IAIN Raden Intan Lampung, 2017)

penjualan. Jadi, dari keempat variabel yang digunakan dalam penelitian ini, variabel kualitas produk mempunyai variabel yang paling dominan pengaruhnya dibandingkan ketiga variabel lainnya pada Kelompok Petani Jamur Sumber Makmur Tulungagung.

Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan kinerja pemasaran, maka penting bagi pemasar untuk mengetahui atau memperhatikan faktor-faktor yang akan mempengaruhi kinerja pemasaran tersebut salah satunya adalah dengan memperhatikan kualitas produk, harga, tempat dan promosi, karena apabila hal tersebut dilakukan dengan tepat akan meningkatkan penjualan yang dapat berdampak pada kinerja pemasaran pada Kelompok Petani Jamur Sumber Makmur Tulungagung.