

PELAKSANAAN PENGEMBANGAN PRODUK DAN SALURAN DISTRIBUSI GUNA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA INDUSTRI TAHU JAYA SENDANG AGUNG LAMPUNG TENGAH

Arohman¹⁾, Kohar²⁾, Purwanto³⁾

^{1,2,3} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah
Pringsewu Jl. Makam K.H Gholib no.112 Lampung Tengah Lampung 35373

Email : arohman.mm@stiemuh-LampungTengah.ac.id¹⁾, koharlampung@umpri.ac.id²⁾

Abstrak

Pengembangan produk merupakan sekumpulan aktivitas yang dimulai dengan mengidentifikasi peluang pasar dan diakhiri dengan kegiatan produksi, penjualan, dan pengiriman produk. Untuk tetap mampu bersaing dalam dunia industri, perusahaan tidak hanya memerlukan pengembangan produk saja melainkan perlu meningkatkan produktivitas kerja. Perancangan alat bantu dalam proses produksi menghasilkan manfaat yang cukup signifikan dalam proses produksi. Masalah penelitian ini adalah jumlah konsumen pada Industri Tahu Jaya Sendang Agung fluktuatif. Rumusan masalah penelitian ini adalah Apakah ada pengaruh pengembangan produk dan saluran distribusi terhadap volume penjualan pada Industri Tahu Jaya Sendang Agung. Tujuan penelitian ini adalah Ingin mengetahui Apakah ada pengaruh pengembangan produk dan saluran distribusi terhadap volume penjualan pada Industri Tahu Jaya Sendang Agung. Dalam penelitian ini menggunakan metode Deskriptif kuantitatif.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah Dokumentasi dan kuesioner. populasi dalam penelitian ini adalah karyawan pada Industri Tahu Jaya Sendang Agung yang berjumlah 15 Orang karyawan. Dalam penelitian ini maka jumlah sampel yang dibutuhkan peneliti adalah 15 orang karyawan. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Berdasarkan perhitungan didapat nilai t_{hitung} Pengembangan Produk (X_1) sebesar $1,427 > t_{tabel} (0,699)$, yang berarti terdapat pengaruh Kompensasi (X_1) terhadap Volume Penjualan (Y), dengan demikian H_1 diterima dan H_0 ditolak. Sedangkan nilai t_{hitung} Saluran Distribusi (X_2) sebesar $2,716 > t_{tabel} (0,699)$ yang berarti terdapat pengaruh Saluran Distribusi (X_2) terhadap Volume Penjualan (Y), dengan demikian H_1 diterima dan H_0 ditolak. Nilai $r-square$ sebesar 0,692 sehingga dapat disimpulkan bahwa, Pengembangan Produk dan Saluran Distribusi memberikan kontribusi sebesar 69,2% terhadap volume penjualan pada Industri Tahu Jaya Sendang Agung dan sisanya sebesar 30,8% dijelaskan atau dipengaruhi faktor lain yang tidak diidentifikasi dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Pelaksanaan Pengembangan Produk, Saluran Distribusi dan Volume Penjualan.*

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pengembangan produk merupakan sekumpulan aktivitas yang dimulai dengan mengidentifikasi peluang pasar dan diakhiri dengan kegiatan produksi, penjualan, dan pengiriman produk. Untuk tetap mampu bersaing dalam dunia industri, perusahaan tidak

hanya memerlukan pengembangan produk saja melainkan perlu meningkatkan produktivitas kerja. Perancangan alat bantu dalam proses produksi menghasilkan manfaat yang cukup signifikan dalam proses produksi. Dalam proses produksi untuk pengembangan produk, perusahaan harus lebih berani berinovasi dan memantapkan pengembangan produk sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Persaingan antar

perusahaan akan tetap terjadi, maka dari itu perusahaan harus memiliki identitas tersendiri dalam memproduksi barang .

Sementara itu perusahaan di tuntut untuk menghadapi para pesaing dan lingkungannya yang selalu berubah dengan cara antara lain meninjau, mengkaji ulang serta memperbaiki produk yang di tawarkan pada masyarakat (konsumen), jadi perusahaan harus menitikberatkan atau berfokus pada pencapaian keuntungan melalui kepuasan konsumen. Didasari bahwa betapapun baiknya mutu suatu barang apabila tidak ada pendistribusian atau tidak didistribusikan dengan cepat dan secara tepat maka akan mengurangi arti dari barang yang di produksi tersebut, agar barang tersebut dapat dinikmati dan dijangkau oleh konsumen, kegiatan distribusi harus dilakukan melalui kegiatan distribusi yang cepat dan terkoordinir, misalnya dengan perantara pedagang besar, agen serta pengecer.

Industri Tahu Jaya Sendang Agung memproduksi dengan peralatan sederhana, antara lain : mesin penggiling, tungku uap, drum uap, drum masak, ember, cetakan tahu, saringan tahu. Selain alat untuk memproduksi tahu, mereka juga memiliki peralatan produksi oncom, antara lain : alat pres, karung, plastik, ancak, cetakan, penggaris, rak, meja, penyaring/ayakan dan lainnya.

Berdasarkan observasi pra penelitian pada perusahaan Industri Tahu Jaya Sendang Agung terlihat data jumlah penjualan bulan januari sampai desember tahun 2018, pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.1 Penjualan pada bulan januari sampai desember tahun 2019.

No	Bulan	Penjualan			
		Tahu Mentah	Oncom	Tahu Goreng	Tahu Peres
1.	Januari	319	151	348	344
2.	February	409	219	266	148
3.	Maret	418	349	310	271
4.	April	547	321	335	191
5.	Mei	572	456	395	217
6.	Juni	587	442	351	260
7.	Juli	590	200	183	191
8.	Agustus	792	420	276	133
9.	September	706	200	170	185
10	Oktober	728	125	143	134
11	November	800	130	100	114

12	Desember	808	100	110	98
	Jumlah	7.276	3.113	2.987	2.286

Sumber : Industri Tahu Jaya Sendang Agung

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa penjualan tahu pada Industri Tahu Jaya Sendang Agung mengalami fluktuatif pada 3 produk, yaitu oncom dibulan januari sampai juni mengalami kenaikan, lalu di bulan juli sampai desember turun kembali.pada produk tahu goreng, setiap bulan nya mengalami fluktuatif penjualan. Dan pada produk tahu peres juga mengalami fluktuatif penjualan setiap bulan. Dari data di atas diketahui bahwa penjualan setiap produk mengalami fluktuatif (naik turun) sehingga penulis tertarik untuk meneliti hal tersebut yang berkaitan dengan pengembangan produk dan saluran distribusi.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang masalah di atas, penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh pengembangan produk terhadap volume penjualan pada Industri Tahu Jaya Sendang Agung?
2. Apakah ada pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan pada Industri Tahu Jaya Sendang Agung ?
3. Apakah ada pengaruh pengembangan produk dan saluran distribusi terhadap volume penjualan pada Industri Tahu Jaya Sendang Agung?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah yang tertulis, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Ingin mengetahui apakah ada pengaruh pengembangan produk terhadap volume penjualan pada Industri Tahu Jaya Sendang Agung.
2. Ingin mengetahui apakah ada pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan pada Industri Tahu Jaya Sendang Agung.
3. Ingin mengetahui Apakah ada pengaruh pengembangan produk dan saluran distribusi terhadap volume penjualan pada Industri Tahu Jaya Sendang Agung.

BAB II TINJAUAN TEORITIS

A. Landasan Teori

1. Pengertian Volume Penjualan

Penjualan merupakan salah satu fungsi pemasaran yang sangat penting dan menentukan bagi perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Sebenarnya pengertian penjualan sangat luas, Penjualan merupakan suatu proses dimana setelah barang produksi telah siap jual, maka perusahaan akan melakukan kegiatan jual beli dipasar dengan tujuan mendapatkan laba dan memenuhi kebutuhan masyarakat. beberapa para ahli mengemukakan tentang definisi penjualan antara lain :

“Penjualan adalah proses dimana sang penjual memuaskan segala kebutuhan dan keinginan pembeli agar dicapai manfaat baik bagi sang penjual maupun sang pembeli yang berkelanjutan dan yang menguntungkan kedua belah pihak.” Menurut William G. Nickels, 1998 (dalam Hendri Siswanto, 2014:13). Menurut Basu Swastha (2016:8), adalah “Menjual adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual, untuk mengajak orang lain bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan”

Menurut Philip Kotler (2014:8) pengertian penjualan adalah: ”Penjualan adalah proses sosial manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain”

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah kegiatan memasarkan barang produksi dari perusahaan dan mendapatkan imbalan atau bayaran sesuai harga produk yang telah diperhitungkan oleh perusahaan dengan pertimbangan untung dan rugi.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan

Sedangkan menurut Alex S. Nitisemito, 1981 (dalam Feby Sariyoni, 2016:46) volume penjualan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain:

Faktor yang bersifat intern Faktor-faktor yang mempunyai sifat intern yaitu berasal dari

dalam perusahaan itu. Faktor ini sangat mempengaruhi volume penjualan suatu barang. Faktor-faktor tersebut antara lain:

- 1) Tujuan manajer
- 2) Modal
- 3) Mutu dari produk yang dikeluarkan oleh perusahaan
- 4) Kondisi organisasi perusahaan
- 5) Faktor yang bersifat ekstern Yaitu yang berasal dari luar kekuasaan perusahaan antara lain:
 - 1) Selera konsumen
 - 2) Kebutuhan konsumen
 - 3) Pendapatan konsumen
 - 4) Keadaan geografis setempat, dll

3. Langkah-Langkah Dalam Penjualan

Langkah-langkah dalam penjualan merupakan suatu rangkaian sejak produk telah siap jual, ditawarkan hingga terjual dipasaran.

Menurut Kotler (2017:26) ada 7 langkah utama dalam proses penjualan yang efektif, sebagai berikut :

- a. Menentukan siapa dan kualifikasi calon
- b. Pendekatan awal
- c. Pendekatan
- d. Demonstrasi produk
- e. Mengatasi keberatan
- f. Penutupan
- g. Tindak lanjut dan pemeliharaan

B. Pengembangan Produk

1. Pengertian Pengembangan Produk

Pengembangan produk merupakan upaya suatu perusahaan yang dilakukan dalam satu jenis bahan pokok atau produk agar tetap diminati pelanggan dan memiliki keunggulan bersaing dipasaran. Hal ini menunjukkan bahwa keunggulan bersaing jangka panjang dari suatu perusahaan, adalah dari hasil suatu perusahaan meningkatkan kapabilitas pengembangan produknya. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016 : 123) “pengembangan produk adalah strategi untuk pertumbuhan perusahaan dengan menawarkan produk baru atau yang dimodifikasi ke segmen pasar yang sekarang. Mengembangkan konsep produk menjadi produk fisik untuk meyakinkan bahwa gagasan produk dapat diubah menjadi produk yang dapat diwujudkan”. Menurut (Sofjan

Assauri.2016 : 114) “Pengembangan produk adalah menerjemahkan tuntutan pelanggan sasaran ke dalam suatu produk yang dihasilkan oleh riset pasar dan mengubahnya menjadi atribut rekayasa yang dapat digunakan oleh rekayasawan.” Berdasarkan pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa pengembangan produk merupakan serangkaian kegiatan produksi yang memperbarui suatu produk yang dijual oleh perusahaan agar tetap memiliki nilai jual dipasaran dan memenuhi kebutuhan pangsa pasar.

2. Tujuan Pengembangan Produk

Adapun tujuan pengembangan produk adalah sebagai berikut :

- a. Memenuhi keinginan konsumen
- b. Memenangkan persaingan
- c. Meningkatkan jumlah penjualan
- d. Mendayagunakan sumber-sumber produks
- e. Mencegah kebosanan konsumen

C. Saluran Distribusi

Saluran distribusi merupakan bagian yang penting untuk dipertimbangkan oleh perusahaan, dimana perusahaan harus menempatkan produk melalui saluran distribusi yang tepat agar perusahaan tidak salah dalam pangsa pasar yang dituju. Saluran distribusi merupakan jalur yang digunakan perusahaan untuk menyalurkan produknya ke para masyarakat/konsumen, dimana perusahaan telah mempertimbangkan laba/rugi dari pendistribusian produk tersebut.

Menurut Srawono, (2017:57) saluran distribusi adalah “serangkaian jalur atau rute yang digunakan untuk menyalurkan produk atau barang dari produsen ke konsumen, berupa pelayanan pemindahan barang atau perpindahan hak kepemilikan untuk memperoleh keuntungan. Saluran Distribusi selalu melibatkan unsur produsen, konsumen, juga perantara yang berfungsi sebagai pemindahan kepemilikan barang. Perantara juga merupakan bagian dari saluran distribusi meskipun mereka tidak memiliki hak atas kepemilikan barang”. Menurut Laksana (2016:123), saluran distribusi adalah “serangkaian organisasi yang terkait dalam semua kegiatan yang digunakan untuk

menyalurkan produk dan status pemilikannya dari produsen ke konsumen”.

Menurut Muchlisin (Riadi,2017:97), saluran distribusi adalah “saluran yang dipakai oleh produsen untuk menyalurkan barang hasil produksinya kepada konsumen, baik berpindahnya hak (penguasaan) hingga pemindahan barang maupun hanya pemindahan hak kepemilikannya.”

Dari pernyataan para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa saluran distribusi merupakan rangkaian jalur untuk mendistribusikan produk hasil dari produksi sebuah perusahaan dari tangan produsen ke konsumen.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016: 29), “metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas”. Dalam metode ini meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masyarakat sekarang.

B. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan aspek penelitian yang memberikan informasi atau petunjuk kepada kita tentang bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Definisi operasional juga dapat membantu peneliti yang lain yang ingin melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang sama.

Menurut Sugiyono (2016: 38) “definisi operasional variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel dependen (variabel terikat) dan variabel independen (variabel bebas). Variabel terikat

dalam penelitian ini adalah Volume Penjualan. Sedangkan variabel bebas yaitu Pengembangan Produk dan Saluran Distribusi.

C. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah:

1. Kuesioner “Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”. (Sugiyono: 2016: 199). Dalam penelitian ini, kuesioner akan di berikan kepada konsumen Industri Tahu Maju Berkah Sendang Agung untuk memperoleh tanggapan tentang pengaruh Pengembangan Produk dan Saluran Distribusi terhadap Volume Penjualan pada Industri Tahu Maju Berkah Sendang Agung.
2. Dokumentasi
Menurut Sugiyono (2016: 202), ”metode dokumentasi adalah menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat dan sebagainya”. Pengumpulan data dengan metode dokumentasi internal dalam penelitian ini adalah data berupa sejarah, profil, visi, misi, tujuan dan struktur organisasi, jumlah tenaga kerja Pada Industri Tahu Maju Berkah Sendang Agung serta berbagai hal yang berkaitan dengan penelitian.

D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan semua nilai baik hasil perhitungan maupun pengukuran, mengenai sekelompok objek yang lengkap dan jelas. Menurut Sugiyono (2013: 115) “ Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya”. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah karyawan

pada Industri Tahu Maju Berkah Sendang Agung yang berjumlah 15 Orang karyawan.

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian objek yang diteliti dan dianggap mewakili seluruh populasi. Menurut Sugiyono (2016: 116) “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang di miliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang di ambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative* (mewakili) “. Mengenai besarnya sampel Suharsimi Arikunto mengemukakan didalam pengambilan sampel apabila subyeknya kurang dari 100 maka diambil semua sehingga penelitian merupakan penelitian populasi. Dalam penelitian ini maka jumlah sampel yang dibutuhkan peneliti adalah 15 orang karyawan.

E. Metode Analisis Data

Kuesioner perlu di lakukan uji coba terlebih dahulu kepada 10 responden di luar sampel agar kalimat-kalimat yang tidak di mengerti dapat di perbaiki. Setelah kuesioner dinyatakan lulus uji coba selanjutnya kuesioner di uji tingkat validitas dan reliabilitasnya dengan menyebar kuesioner kepada 15 karyawan pada Industri Tahu Maju Berkah Sendang Agung memberikan hasil yang tepat dan dapat dipercaya untuk menjawab masalah penelitian. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Uji Instrument Penelitian

a. Uji validitas

Menurut Arikunto (2015: 211) “ Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan suatu instrumen. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang di gunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid”. Sedangkan Menurut Sugiyono (2016: 173) “ Valid berarti instrumen tersebut dapat di gunakan untuk mengukur apa yang seharusnya

diukur". Untuk mengukur uji validitas instrumen menggunakan rumus korelasi *product moment*. Rumus teknik korelasi *product moment* menurut Sugiyono (2016: 248).

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan :

- r_{xy} : koefisien korelasi antara X dan Y
- n : jumlah subyek
- $\sum x_i$: jumlah skor butir soal X
- $\sum y_i$: jumlah skor total
- \sum : jumlah kuadrat skor butir soal X
- \sum : jumlah kuadrat skor total
- $\sum x$: jumlah perkalian X dan Y

b. Uji reliabilitas

Rumus reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus koefisien *Alpha Cronbach* dengan rumus :

$$r_{ii} = \frac{k}{(k-1)} \left[1 - \frac{\sum s_{2b}}{s_{2total}} \right]$$

Keterangan :

- r_{ii} = koefisien reliabilitas
- k = jumlah item varibe
- ♦ = jumlah semua varibel
- b = varian total

2. Analisis Regresi Berganda

Menurut Sugiyono (2013:277) persamaan regresi linier berganda yang ditetapkan adalah sebagai berikut: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$

Keterangan :

Y = Volume Penjualan (variabel *dependen*)

a = konstanta

b_1, b_2 = Koefisien Persamaan regresi prediktor X_1 dan X_2

X_1 = Pengembangan Produk (variabel *independen*)

X_2 = Saluran Distribusi (variabel *independen*)

3. Pengujian Hipotesis

a. Uji Hipotesis 1(Uji F)

Menurut Sugiyono (2013:257) dirumuskan sebagai berikut:

$$F = \frac{r^2/k}{(1-r^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan:

F = Nilai F hitung

r^2 = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel *independen*

n = Jumlah anggota sampel

Kesimpulan:

Apabila f hitung < f tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh secara simultan. Apabila f hitung > f tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh secara simultan.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2006).

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Singkat Perusahaan

Pada Tahun 1965-1990 industri tahu di Desa Sendang Agung Kecamatan Sendang Agung Kabupaten Lampung Tengah mengalami peningkata baik dari segi produksi, permintaan, alat produksi/ mesin, dan bahan baku. Tahun tersebut adalah masa kejayaan industri tahu di Desa Sendang Agung, karena pada tahun tersebut hanya orang-orang Desa Sendang Agung saja yang membuat tahu untuk daerah Sendang Agung, Sendang Asri dan desa yang lain di kecamatan Sendang Agung Kabupaten Lampung Tengah. Semakin hari semakin banyak akan permintaan tahu dipasaran baik pasar Sendang Agung, pasar Sendang Asri Kabupaten Lampung Tengah, sehingga terjadi peningkatan jumlah produksi di masyarakat. Tahu adalah makanan yang bergizi tinggi dan harganya sangat terjangkau oleh masyarakat, sehingga banyak orang yang berbondong-bondong untuk datang ke Desa Sendang Agung untuk membuat tahu dan mencari lapangan pekerjaan. Meningkatnya permintaan tahu di masyarakat ternyata memberikan dampak positif

terhadap perkembangan industri tahu di Desa Sendang Agung, sehingga terjadi perubahan dari cara-cara yang sederhana/ tradisional ke cara-cara yang lebih maju hal ini sesuai dengan teori perkembangan industri secara evolutif dimana alat-alat yang digunakan untuk memproduksi tahu masih menggunakan alat-alat yang sederhana/ tradisional kini berubah ke arah yang lebih maju, ada beberapa faktor yang mempengaruhi perkembangan industri di Desa Sendang Agung antara lain : modal, tenaga kerja, bahan baku, fasilitas/ mesin dan pemasaran. Industri Tahu Maju Berkah Sendang Agung adalah industri tahu dan tempe rumahan yang berdiri dipenghujung tahun 1995 dengan pemilik atau pendirinya adalah bapak Muhammad Parsy industri ini beralamatkan di Jalan raya Desa Sendang Agung Dusun 03 RT/RW 005/003 Kecamatan Sendang Agung Kabupaten Lampung Tengah Kode Pos 34174.

B. Pengumpulan Dan Penyajian Data

1. Uji Validitas dan Realibilitas Try out
 Uji Validitas

Kuesioner sebelum disebar kepada sampel, perlu dilakukan uji coba untuk memeriksa setiap item pernyataan, sehingga nantinya memberikan hasil yang valid dan reliabel jika disebar kepada sampel yang sebenarnya. Uji coba kuesioner dilakukan kepada 10 karyawan yaitu pada karyawan Industri tahu Sanjaya di Gedong Tataan Pesawaran dan bersedia untuk mengisi kuesioner. Hasil penghitungan menggunakan bantuan program SPSS Versi 24.0, berikut hasil rangkuman penghitungan dapat dilihat pada tabel di bawah ini..

Pengembangan Produk (X1)	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Item 1	0.693	0,632	Valid
Item 2	0.666		
Item 3	0.871		
Item 4	0.790		
Item 5	0.754		
Item 6	0.822		
Item 7	0.871		
Item 8	0.855		
Item 9	0.834		

Item 10	0.822		
Item 11	0.808		
Item 12	0.674		
Item 13	0.754		
Item 14	0.822		
Item 15	0.871		
Variabel Saluran Distribusi (X2)	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Item 1	0.649	0,632	Valid
Item 2	0.695		
Item 3	0.688		
Item 4	0.723		
Item 5	0.686		
Item 6	0.692		
Item 7	0.913		
Item 8	0.692		
Item 9	0.890		
Item 10	0.649		
Item 11	0.695		
Item 12	0.688		
Item 13	0.723		
Item 14	0.686		
Item 15	0.692		
Variabel Volume Penjualan (Y)	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Item 1	0.858	0,632	Valid
Item 2	0.688		
Item 3	0.892		
Item 4	0.919		
Item 5	0.708		
Item 6	0.725		
Item 7	0.865		
Item 8	0.739		
Item 9	0.829		
Item 10	0.785		
Item 11	0.767		
Item 12	0.725		
Item 13	0.892		
Item 14	0.919		
Item 15	0.735		

Sumber: Data hasil pengolahan tahun 2019

Berdasarkan perhitungan validitas membuktikan bahwa dari 45 item pernyataan kuesioner yang diuji cobakan dapat dinyatakan valid, hal tersebut dikarenakan nilai r-hitung pada setiap nomor item pernyataan lebih besar (>) daripada r-tabel 0.632 (nilai r-tabel untuk n/ sampel = 10). Sedangkan perhitungan nilai reliabilitas kuesioner didapatkan sebagai berikut:

Hasil nilai reliabilitas Kuesioner Pada 10 Responden
Tryout

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Ketetapan	Keterangan
Pengembangan Produk (X1)	0.940	0,60	Reliabel
Saluran Distribusi (X2)	0.890	0,60	Reliabel
Volume Penjualan (Y)	0.962	0,60	Reliabel

Sumber: Data hasil pengolahan

Pada perhitungan reliabilitas menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* pada Pengembangan Produk (X1) sebesar 0,940 dan *Cronbach Alpha* variable Saluran Distribusi (X2) sebesar 0,890 sedangkan nilai *Cronbach Alpha* pada variabel Volume Penjualan (Y) sebesar 0,962. Nilai *Cronbach Alpha* pada tiga variabel dinyatakan reliabel karena nilai tersebut di atas batas nilai ketetapan yaitu 0,60. Hal tersebut menandakan bahwa kuesioner dapat dilanjutkan pada target sampel sebenarnya yang telah ditentukan yaitu 15 karyawan di Industri Tahu Jaya Sendang Agung.

b. Analisis Data

1. Analisis Regresi Berganda

Untuk menjawab hipotesis dan melihat besaran Pengaruh Pengembangan Produk dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Industri Tahu Jaya Sendang Agung, maka digunakan alat statistik regresi linear berganda.

Berikut hasil perhitungan dengan menggunakan regresi Sederhana yang didasari dari hasil penyebaran kuesioner kepada 10 Karyawan Industri Tahu Jaya Sendang Agung.

Tabel 8 Rangkuman hasil analisis regresi linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	138,383	18,790		7,365	0,000
	X1	1,327	0,930	0,794	1,427	0,197
a. Dependent Variable:		Y	1,447	1,511	2,716	0,030

Sumber: Data hasil pengolahan

Berdasarkan penghitungan regresi Sederhana diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 138,383 + 1,327 X_1 + 3,930 X_2$$

Persamaan di atas merupakan bentuk persamaan Pengaruh Pengembangan Produk dan Saluran Distribusi terhadap Volume Penjualan Industri Tahu Jaya Sendang Agung. Berdasarkan persamaan tersebut, dapat diketahui bahwa:

1. Nilai konstanta sebesar 138,383. Nilai tersebut berarti apabila terdapat Pengembangan Produk (X1) dan Saluran Distribusi (X2) nilainya adalah 0 maka Volume Penjualan (Y) nilainya adalah 138,383.
2. Koefisien regresi Pengembangan Produk (X1) sebesar 1,327. Nilai tersebut berarti apabila nilai Pengembangan Produk (X1) naik dan Saluran Distribusi (X2) tetap maka Volume Penjualan (Y) akan meningkat sebesar 1,327. Koefisien bernilai positif yang berarti terdapat pengaruh positif antara Pengembangan Produk dengan Volume Penjualan Industri Tahu Jaya Sendang Agung .
3. Koefisien regresi Saluran Distribusi (X2) sebesar 3,930. Nilai tersebut berarti apabila nilai variabel Saluran Distribusi (X2) naik dan Pengembangan Produk (X1) tetap maka Volume Penjualan (Y) akan meningkat sebesar 3,930. Koefisien bernilai positif yang berarti terdapat pengaruh positif antara Saluran Distribusi dengan Volume Penjualan Industri Tahu Jaya Sendang Agung.

Dalam melakukan uji F, parameter yang digunakan adalah dengan membandingkan nilai F-hitung dengan F-tabel. Hasil perhitungan uji F dengan menggunakan alat hitung *SPSS Versi 24.00* dapat dilihat pada tabel berikut: Tabel 10. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1132,274	2	566,137	7,859	,016 ^b
	Residual	504,226	7	72,032		
a. Dependent Variable:		1636,500	9			

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Data hasil pengolahan

Berdasarkan hasil penghitungan regresi berganda didapat nilai F_{hitung} sebesar $7,859 > F_{tabel}$ sebesar $4,10$ (untuk pembilang $df=2$). Dengan demikian H_1 diterima dan H_0 ditolak, hal ini berarti Pengembangan Produk (X_1) dan Saluran Distribusi (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap variabel Volume Penjualan (Y) pada dengan Volume Penjualan Industri Tahu Jaya Sendang Agung.

D. Koefisien Determinasi

Pengujian hipotesis determinasi (R-square) ditunjukkan untuk melihat apakah variabel Volume Penjualan (Y) Industri Tahu Jaya Sendang Agung mampu dijelaskan oleh Pengembangan Produk (X_1) dan Saluran Distribusi (X_2). Dengan kata lain, penggunaan koefisien determinasi untuk mengetahui kontribusi variabel pengaruh Pengembangan Produk (X_1) dan Saluran Distribusi (X_2) terhadap Volume Penjualan (Y) Industri Tahu Jaya Sendang Agung. Hasil perhitungan menggunakan bantuan SPSS Versi 24.00 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 11. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,832 ^a	0,692	0,604	8,487
a. Predictors: (Constant), X2, X1				

Sumber: Data hasil pengolahan

Hasil perhitungan regresi linear berganda didapat nilai *r-square* sebesar $0,692$ sehingga dapat disimpulkan bahwa Volume Penjualan Pada Karyawan Industri Tahu Jaya Sendang Agung mampu dijelaskan sebesar $69,2\%$ oleh Pengembangan Produk dan Saluran Distribusi yang dilakukan oleh Industri Tahu Jaya Sendang Agung. Dengan kata lain, Pengembangan Produk dan Saluran Distribusi memberikan kontribusi sebesar $69,2\%$ terhadap Volume Penjualan Industri Tahu Jaya Sendang Agung dan sisanya sebesar $30,8\%$ dijelaskan atau dipengaruhi faktor lain yang tidak diidentifikasi dalam penelitian ini.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Tujuan dari penelitian ini ingin melihat Pengaruh Pengembangan Produk dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Industri Tahu Jaya Sendang Agung. Dari hasil

pengujian data didapatkan bentuk pengaruh Pengembangan Produk dan Saluran Distribusi terhadap Volume Penjualan Industri Tahu Jaya Sendang Agung dengan arah positif. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa jika Pengembangan Produk dan Saluran Distribusi Industri Tahu Jaya Sendang Agung ditingkatkan maka akan diikuti dengan meningkatnya Volume Penjualan Industri Tahu Jaya Sendang Agung. Pada nilai t_{hitung} Pengembangan Produk dan Saluran Distribusi $> t_{tabel}$, yang berarti terdapat Pengaruh Pengembangan Produk dan Saluran Distribusi terhadap Volume Penjualan Industri Tahu Jaya Sendang Agung dengan demikian H_1 ditolak dan H_0 diterima, hal ini berarti Pengembangan Produk dan Saluran Distribusi berpengaruh kuat terhadap variabel Volume Penjualan Industri Tahu Jaya Sendang Agung.

BAB V KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang penulis lakukan pada bab sebelumnya, dapat penulis simpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat Pengaruh Pengembangan Produk terhadap Volume Penjualan Industri Tahu Jaya Sendang Agung. Hal tersebut dikarenakan pada pengujian hipotesis didapatkan nilai t_{hitung} Pengembangan Produk $> t_{tabel}$. Sehingga hipotesis yang diajukan diterima.
2. Terdapat Pengaruh Saluran Distribusi terhadap Volume Penjualan Industri Tahu Jaya Sendang Agung. Hal tersebut dikarenakan pada pengujian hipotesis didapatkan nilai t_{hitung} Saluran Distribusi $> t_{tabel}$. Sehingga hipotesis yang diajukan diterima
3. Terdapat pengaruh Pengembangan Produk dan Saluran Distribusi secara simultan terhadap Volume Penjualan Industri Tahu Jaya Sendang Agung. Hal tersebut dikarenakan pada pengujian hipotesis didapatkan nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} . Sehingga hipotesis yang diajukan diterima.
4. Nilai Hasil perhitungan regresi linear berganda didapat nilai *r-square* sebesar $0,692$ sehingga dapat disimpulkan bahwa Volume Penjualan Industri Tahu Jaya

Sendang Agung mampu dijelaskan sebesar 69,2% oleh variabel Pengembangan Produk dan saluran distribusi yang dilakukan oleh Industri Tahu Jaya Sendang Agung. Dengan kata lain, Pengembangan Produk dan Saluran Distribusi memberikan kontribusi sebesar 69,2% terhadap Volume Penjualan Industri Tahu Jaya Sendang Agung dan sisanya sebesar 30,8% dijelaskan atau dipengaruhi faktor lain yang tidak diidentifikasi dalam penelitian ini.

B. SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan maka peneliti perlu memberikan saran sebagai berikut :

1. Koperasi Industri Tahu Jaya Sendang Agung lebih mengoptimalkan lagi terkait dengan Pengembangan produk sehingga para konsumen lebih optimal lagi dalam mengkonsumsi produk tersebut.
2. Industri Tahu Jaya Sendang Agung lebih meningkatkan Saluran distribusi yang intensif kepada para kosumen.

DAFTAR PUSTAKA

Assauri, 2016. *Pemasaran Strategik*.
Yogyakarta : Penerbit Andi.

Basu Swasta dan iriawan . 2016. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Feby Sariyoni, 2016. *Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen)*. Yogyakarta: BPFE.

Hendri Siswanto. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Yogyakarta: Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Kotler, 2017. *Manajemen Pemasaran Digital*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Repo Utama. 2016. *Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen)*. Yogyakarta: BPFE.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sujana, 2015. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Henry Simamora. 2017. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta : Mitra Wacana Media

Suharsimi Arikunto. 2015. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: CV. Rineka Cipta.

Laksana . 2016. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Gramedia

Swastha dan Irawan. 2017. *Manajemen Pemasaran, Terjemahan*. Yogyakarta : Penerbit Andi

Tjiptono, Fandy; Chandra, Gregorius. 2012. *Service, Quality, Satisfaction*. Yogyakarta : Penerbit Andi.

Tjiptono, Fandy; Chandra, Gregorius Julid 2. 2017. *Service, Quality, Satisfaction*. Yogyakarta : Penerbit Andi.