



PENGARUH PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN GULA AREN TROPICA SIDIMCO

Irmalia Fitri Siregar^{1*)}, Rafiqah Amanda Lubis^{2*)}

^{1,2*)} Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Tapanuli Selatan, Sumatera Utara

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap peningkatan penjualan gula aren tropica sidimco. Penelitian ini dilaksanakan di industri rumah tangga pengolahan gula aren tropica sidimco di Kelutahan Losung Batu, Kecamatan Padangsidempuan Hutaimbaru, Kota Padangsidempuan. Mulai dari bulan April sampai dengan Juni 2016. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pembeli gula aren tropica Sidimco. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode sampling aksidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data berjumlah 40 orang. Metode analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Sederhana melakukan estimasi untuk memperoleh hubungan fungsional dari variabel bebas (Promosi) terhadap variabel terikat (Peningkatan Penjualan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji statistik memperoleh nilai signifikan/propabilitas = 0,03 atau lebih kecil dari nilai α 0.05, yang berarti terdapat pengaruh/hubungan yang bermakna antara promosi dengan peningkatan penjualan gula aren tropica sidimco atau dengan kata lain hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen promosi secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen peningkatan penjualan. H_0 ditolak dan H_a diterima dengan nilai $R^2 = 16.4396$ yang berarti pengaruh promosi terhadap peningkatan penjualan hanya berkisar 16.4% hal ini berarti pengaruh antar variabel masih dalam kategori rendah.

Kata Kunci : promosi, peningkatan volume penjualan, gula aren

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara berkembang dituntut melaksanakan pembangunan disegala aspek kehidupan, salah satunya pembangunan pertanian. Pembangunan pertanian menitikberatkan pembangunan berkelanjutan yang merupakan perubahan ke arah yang lebih baik tanpa mengorbankan kepentingan yang akan datang. Salah satunya adalah pembangunan di bidang

agribisnis. Pentingnya pembangunan agribisnis dipertegas oleh Saragih (1998) menyatakan bahwa strategi pembangunan ekonomi yang mengintegrasikan pembangunan pertanian (termasuk perkebunan, peternakan, perikanan, kehutanan) dengan pembangunan industri hulu dan hilir pertanian serta sektor-sektor jasa yang terkait di dalamnya yang berbasis pada pemberdayagunaan keragaman sumberdaya yang ada di setiap daerah (*domestic resourcesbased*), akomodatif terhadap keragaman kualitas sumberdaya manusia yang kita miliki, tidak mengandalkan impor dan pinjaman luar negeri yang besar, berorientasi ekspor (selain memanfaatkan pasar domestik), diperkirakan mampu memecahkan sebagian besar permasalahan perekonomian yang ada.

Sejalan dengan Saragih (1998) yang menyatakan bahwa agribisnis mampu memecahkan sebagian besar permasalahan perekonomian yang ada, Tulus (1999) mengemukakan bahwa strategi pembangunan sistem agribisnis yang secara bertahap akan bergerak dari pembangunan yang mengandalkan sumberdaya alam dan SDM belum terampil (*factor driven*), kemudian beralih kepada pembangunan agribisnis yang digerakkan oleh barang-barang modal dan SDM lebih terampil (*capital driven*) dan kemudian beralih kepada pembangunan agribisnis yang digerakkan ilmu pengetahuan, teknologi dan SDM terampil (*innovation-driven*), diyakini mampu mengantarkan perekonomian Indonesia memiliki daya saing dan bersinergis dalam perekonomian dunia.

Agribisnis didefinisikan Sutawi(2002), antara lain: 1. Suatu kesatuan kegiatan usaha yang meliputi salah satu atau keseluruhan dari mata rantai produksi, pengolahan hasil, dan pemasaran yang ada hubungannya dengan pertanian dalam arti luas, yaitu kegiatan usaha yang menunjang kegiatan pertanian dan kegiatan usaha yang ditunjang oleh kegiatan-kegiatan pertanian; 2. Sebuah sistem kegiatan yang meliputi tiga komponen, *the farm input sector, the farming sector, dan the product marketing sector*, 3. Merupakan keseluruhan dan kesatuan dari seluruh organisasi dan kegiatan mulai dari produksi dan distribusi sarana produksi, kegiatan produksi pertanian di lahan pertanian sampai dengan pengumpulan,

penyimpanan, pengolahan dan turun sampai distribusi hasil akhir dari pengolahan tersebut ke konsumen.

Agribisnis mencakup lima subsistem dijelaskan selanjutnya oleh Sutawi(2002), Pertama, subsistem agribisnis hulu (*up-stream* agribisnis), yakni industri perbenihan/ pembibitan tumbuhan dan hewan, industri agrokimia (pupuk, pestisida, obat/vaksin ternak) dan industri agro otomotif (mesin dan peralatan pertanian) serta industri pendukungnya. Kedua, subsistem usaha tani (*on -farm agribusiness*). Termasuk dalam hal ini adalah usaha tani tanaman pangan dan hortikultura, usaha tani tanaman obat-obatan, usaha tani perkebunan, dan usaha tani peternakan, usaha perikanan dan usaha kehutanan. Ketiga, subsistem pengolahan (agroindustri/ *down stream agribusiness*) termasuk didalamnya industri makanan, industri minuman, industri barang-barang serat alam, industri bio farmaka, dan industri agrowisata dan estetika. Keempat, subsistem pemasaran termasuk didalamnya adalah kegiatan distribusi untuk memperlancar arus komoditi dari sentra produksi ke sentra konsumsi, promosi, informasi pasar, serta intelijen pasar (*market intelligence*). Kelima, subsistem jasa yang menyediakan jasa bagi subsistem agribisnis hulu subsistem usaha tani, dan keenam subsistem agribisnis hilir termasuk ke dalam sub sistem ini adalah penelitian dan pengembangan, perkreditan dan asuransi, transportasi, pendidikan, pelatihan dan penyuluhan, sistem informasi dan dukungan kebijaksanaan pemerintah (mikro ekonomi, tata ruang, makro ekonomi).

Soekartawi (2000) menyatakan agroindustri sebagai bagian dari sub system agribisnis dapat diandalkan menjadi leading sektor atau sektor yang memimpin dalam perekonomian Indonesia, karena agroindustri memiliki: (1) pangsa pasar yang besar dalam perekonomian secara keseluruhan sehingga kemajuan yang dicapai dapat menarik pertumbuhan perekonomian secara total, (2) pertumbuhan dan nilai tambah yang relatif tinggi, (3) keterkaitan ke depan dan ke belakang yang cukup besar sehingga mampu menarik pertumbuhan banyak sektor lain, (4) Keragaman dan performannya berbasis sumber daya

domestik sehingga efektif dalam membangun daerah serta kuat dan fleksibel terhadap guncangan eksternal.

Agroindustri (pengolahan hasil pertanian) oleh masyarakat sekitar di Padangsidempuan sudah sejak dahulu dilakukan dengan mengupayakan pengolahan produk komoditi unggulan hasil Pertanian daerah salah satunya aren. Tetapi pengembangan potensi aren masih sangat minim. Hal ini ditunjukkan dengan minimnya teknologi pengolahan aren, sehingga produk turunan belum berkembang. Namun pada tahun 2009, salah satu industri rumah tangga yang ada di Padangsidempuan telah mengolah aren menjadi produk olahan serbuk gula aren.

Peningkatan nilai tambah dari suatu aren menjadi produk serbuk gula aren tropika *Sidimco* bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sepanjang waktu melalui peningkatan volume penjualan. Peningkatan volume penjualan sangat ditentukan oleh strategi pemasaran. Strategi pemasaran merupakan kegiatan penting yang harus dilakukan dalam rangka mencapai keberhasilan aktivitas ekonomi. Strategi pemasaran dikatakan penting begitu. Marwanto (2015), mengemukakan bahwa mengukur kesuksesan finansial perusahaan sangat bergantung pada kemampuan *marketingnya*. Maka tidak berlebihan jika strategi pemasaran sering dikatakan sebagai ujung tombak keberhasilan sebuah usaha.

Rumokoi (1990) menyatakan gula aren dari segi fisiknya mempunyai kekhasan tersendiri apabila dibandingkan dengan gula dari sumber yang lain. Kekhasan gula aren antara lain lebih mudah larut, keadaannya kering dan bersih serta mempunyai aroma khas. Kekhasan gula aren dari segi kimia yaitu mengandung sukrosa kurang lebih 84% dibandingkan dengan gula tebu dan gula bit yang masing-masing hanya 20% dan 17% sehingga gula aren mampu menyediakan energi yang lebih tinggi dari gula tebu dan gula bit. Selain itu, kandungan gizi gula aren (protein, lemak, kalium dan posfor) lebih tinggi dari gula tebu dan gula bit.

Lebih lanjut Rumokoi (1990) mengemukakan berdasarkan skala indeks glikemi gula

aren memiliki nilai indeks glikemi sekitar 35, sedangkan gula putih sekitar 58. Para ahli kesehatan menyebutkan nilai indeks glikemi yang dimiliki gula aren menyebabkan gula aren lebih sehat dikonsumsi dan tidak menyebabkan lonjakan kadar gula darah yang signifikan. Selain itu proses pembuatannya gula aren lebih alami sehingga zat-zat tertentu yang terkandung didalamnya tidak rusak dan tetap utuh, tidak dilakukan proses penyulingan berkali-kali dan tidak menambahkan bahan lain untuk memurnikannya dan tidak ditemukan *cholesterol* didalam gula merah. Gula merah terdapat garam mineral sehingga baik untuk kesehatan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti gula aren tropika *Sidimco* mengalami permasalahan pangsa pasar yang kurang dan volume penjualan yang belum maksimal meskipun gula aren memiliki banyak manfaat untuk kesehatan dimana cenderung mengalami penurunan volume penjualan terlampir pada Tabel 1. Produk gula aren tropika *Sidimco* ini juga kurang dikenal dan diminati masyarakat. Padahal gula aren dapat menjadi produk substitusi (pengganti) gula putih oleh penderita diabetes sehingga tidak perlu khawatir jika ingin mengonsumsi teh manis atau kopi. Gula aren yang dimaksud bukanlah gula aren dalam bentuk bulat padat yang dijual di pasaran tetapi gula aren dalam bentuk serbuk dikemas dalam *sachet* yang dapat langsung diseduh dengan air hangat sama halnya dengan penggunaan gula pasir ketika digunakan untuk bahan pemanis minuman teh manis ataupun kopi.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif, pendekatan sampel terhadap populasi penelitian yakni para pengunjung yang melakukan transaksi pembelian produk gula aren tropika *sidimco*. Tempat penelitian dilakukan di Kelurahan Losung Batu, Kecamatan Padangsidempuan Utara, Kota Padangsidempuan. Dipilihnya kelurahan ini sebagai tempat penelitian dengan pertimbangan yakni: (i) Kelurahan Losung Batu ini terdapat industri rumah tangga yang bergerak dalam pengolahan gula aren tropika, (ii) Data yang

berkenaan dengan topic penelitian relative tersedia, (iii) Belum pernah penelitian sebelumnya tentang strategi pemasaran dan factor – factor dominan yang mempengaruhi volume penjualan gula aren tropika Sidimco, (iv) Relatif dekat dan mudah dijangkau sehingga biaya penelitian dapat diminimalkan.

Penelitian dilaksanakan pada bulan Mei 2016 sampai dengan selesai. Adapun tahapan kegiatan pelaksanaan penelitian antara lain: (i) persiapan, (ii) pengumpulan data sekunder, (iii) pembuatan proposal penelitian, (iv) pengumpulan data primer/data lapangan, (v) pentabulasian data, (vi) analisis data, (vii) laporan penelitian.

Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pembeli gula aren tropika Sidimco. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode sampling aksidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data berjumlah 40 orang.

Jenis dan Sumber Data

Pengumpulan data dan informasi dalam penelitian ini dilakukan melalui dua cara, yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang secara langsung diperoleh dari pihak pemilik/ pengelola serta konsumen gula aren tropika Sidimco. Adapun data primer yang dikumpulkan meliputi:

- a. Karakteristik responden meliputi umur, jenis kelamin, pendidikan, tingkat penghasilan, jenis pekerjaan, dan jumlah tanggungan keluarga.
- b. Analisa usaha meliputi jenis usaha, bentuk usaha, kegiatan usaha, dan permodalan usaha.
- c. Faktor internal yakni (produk, harga, promosi, dan distribusi) dan eksternal yakni (pelanggan, izin usaha, kondisi umum danb udaya, dan lain-lain).

- d. Variabel kebijakan produk (merk, model, ukuran, kualitas, dan lebel), variable harga (level harga/ keterjangkauan, kesesuaian harga dengan kualitas), variable promosi (frekuensi, diskon/ potongan harga), variable distribusi (kemudahan mendapatkan produk, lokasi pembelian) .
2. Data sekunder, adalah data pendukung yang diperoleh dari literatur-literatur, bahan kepustakaan dan dokumen-dokumen yang berhubungan ataupun *relevan* dengan masalah yang akan diteliti berupa jurnal, tesis, buku-buku maupun rekomendasi penelitian sebelumnya.

Metode Analisis Menentukan Pengaruh Promosi Terhadap Volume Penjualan

Metode analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Sederhana. Analisis Regresi Linier Sederhana merupakan suatu proses melakukan estimasi untuk memperoleh hubungan fungsional dari variabel bebas (Promosi) terhadap variabel terikat (Peningkatan Penjualan). Dengan menggunakan formula:

$$Y = a + bx$$

x = Promosi

Y = Penjualan

a = nilai konstanta

Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, maka yang dijadikan variabel X adalah Promosi oleh perusahaan.

Sedangkan variabel yang Y adalah peningkatan penjualan gula aren t

Dimana yang operasionalnya adalah: ropica sidimco

1. Promosi

Variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini ialah Variabel Promosi sebagai variabel Independen (X). Indikatornya adalah:

- a. Periklanan (*advertising*),
- b. Penjualan Personal (*personal selling*),

- c. Promosi Penjualan (*sales promotion*).
- d. Hubungan Masyarakat (*public relations*),
- e. Alat-alat pemasaran langsung (*direct marketing tools*),

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Usaha gula aren tropika Sidimco merupakan skala rumah tangga yang dimulai pada tahun 2009, namun belum memiliki badan hukum sendiri. Usaha rumah tangga gula aren tropika ini terletak di Untemanis, Kelurahan Losung Batu, Kecamatan Padangsidempuan Hutaimbaru, Padangsidempuan. Lokasi usaha rumah tangga ini tergolong lokasi yang strategis karena berada di tepi jalan raya lintas Padangsidempuan - Sibolga tepatnya disebuah praktek bidan ibu Sri Rezeki Nasution yang merupakan pemilik sekaligus pengola usaha rumah tangga gula aren tropika Sidimco.

Usaha ini merupakan sebuah usaha yang bergerak dalam bidang pengolahan minuman yang terbuat dari aren dan jahe dimana produk gula aren tropika diolah dari aren sedangkan produk bandrek jahe diolah dari jahe. Namun dari dua produk tersebut yang paling diminati adalah gula aren tropika sidimco. Adapun modal awal yang digunakan pada awal menjalankan usaha berkisar Rp. 300 juta diantaranya untuk pembelian mesin yang bernama mesin disk mill tipe AGC 15.

HASIL PENELITIAN

Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin responden, 18 responden (45%) yang berjenis kelamin perempuan, dan 22 responden (55%) yang berjenis kelamin laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan laki-laki yang lebih banyak mengkonsumsi gula aren tropika.

Pembahasan

Adanya persaingan yang terus meningkat, pihak industri rumah tangga perlu meningkatkan volume penjualan melalui promosi. Promosi bertujuan membujuk target konsumen dalam hal

nilai produk yang dijual. Selain itu juga perlu melakukan perencanaan yang strategis sebagai sebuah metode untuk mencapai sebuah tujuan dengan mengantisipasi hal yang akan terjadi dan menentukan tindakan yang perlu dilakukan. Promosi merupakan salah satu cakupan bauran pemasaran yang penting dalam memasarkan barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan dan juga sebagai suatu cara memberikan informasi kepada masyarakat tentang barang atau jasa yang dihasilkan sebuah perusahaan. Berdasarkan hasil uji statistik memperoleh nilai signifikan/propabilitas = 0,03 atau lebih kecil dari nilai $\alpha 0.05$, yang berarti terdapat pengaruh/hubungan yang bermakna antara promosi dengan peningkatan penjualan gula aren tropica sisdimco atau dengan kata lain hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen promosi secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen peningkatan penjualan. Dengan kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan nilai $R^2 = 16.4396$ yang berarti pengaruh promosi terhadap peningkatan penjualan hanya berkisar 16.4% hal ini berarti pengaruh antar variabel masih dalam kategori rendah. Pada hakikatnya promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk serta meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar dapat diterima oleh konsumen atau masyarakat.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat ditarik suatu kesimpulan promosi berpengaruh terhadap peningkatan penjualan gula aren tropica sisdimco yang dilihat dari 6 indikator yaitu periklanan (*advertising*), penjualan personal (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relations*), alat-alat pemasaran langsung (*direct marketing tools*).

SARAN

Berangkat dari kesimpulan hasil penelitian di atas, maka perlu dikemukakan saran yaitu melihat pengaruh promosi terhadap tingkat penjualan yang ternyata signifikan, maka

disarankan agar pihak pemilik sekaligus pengelola industri rumahtangga gula aren tropica sidimco perlu melakukan kegiatan promosiyang dapat dilakukan dengan strategi promosi:

1. Menggunakan kata-kata yang menarik. Cara ini juga dapat dilakukan dengan membuat slogan dan foto menarik di sosial media.
2. Menyisipkan fakta dari produk yang diiklankan/ dipromosikan
3. Memberikan produk gratis untuk komentar terbaik
4. Selalu memperbaharui postingan iklan/ promosi produk
5. Menggunakan strategi *door to door* yang dapat dilakukan dengan bergabung dengan komunitas yang ada seperti *facebook*, *twitter*, *bbm*, dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Rumokoi, MMM. 1990.*Manfaat Tanaman Aren*. Buletin Balitka, Badan Litbang Pertanian.
- Saragih, B. 1998. *Agribisnis: Paradigma Baru Pembangunan Ekonomi Berbasis Pertanian*. Yayasan Mulia Persada Indonesia-Pusat Studi Pembangunan Lemlit IPB Bogor.
- Soekartawi.2000.*Agribisnis teori dan aplikasinya*. Jakarta: Rajawali Press.
- Sutawi. 2002. *Manajemen Agribisnis*. Bayu media. UMM Perss.
- Tulus.1999. *Manajemen SumberDaya Manusia*. Jakarta:PT.GramediaPustaka.