

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BAWANG GORENG LOKAL PADA DESA TONGGING KECAMATAN MEREK KABUPATEN KARO SUMATERA UTARA

Ryan Kevin Fransiskus Silalahi¹, Muhammad Agung Anggoro^{2*}, Munawarah³

Universitas Prima Indonesia^{1,2}

Universitas Sumatera Utara³

ryankevin031@gmail.com¹ muhammadagunganggoro@unprimdn.ac.id^{2*} munawarah@usu.ac³

Asbtrak

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut: Untuk mengenalisis dan mengetahui rantai pasok pada kepuasan konsumen, untuk mengenalisis dan mengetahui pengaruh harga pada kepuasan konsumen, untuk mengenalisis dan mengetahui pengaruh kemitraan pada kepuasan konsumen, untuk mengenalisis dan mengetahui pengaruh rantai pasok, harga, kemitraan terhadap kepuasan konsumen. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dengan jumlah populasi sebanyak 32 pengusaha bawang merah yang seluruhnya dijadikan untuk menjadi sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Rantai pasok berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai Sig untuk mempengaruhi rantai pasok terhadap kepuasan konsumen sebesar $0.005 < 0.05$ dan nilai Thitung $2.723 > T_{tabel} 2.048$. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai Sig untuk mempengaruhi harga terhadap kepuasan konsumen sebesar $0.004 < 0.05$ dan nilai Thitung $2.842 > T_{tabel} 2.048$. Saluran distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai Sig untuk mempengaruhi saluran distribusi terhadap kepuasan konsumen sebesar $0.006 < 0.05$ dan nilai Thitung $2.989 > T_{tabel} 2.048$. Rantai pasok, harga, dan saluran distribusi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai Fhitung sebesar 3.293 lebih besar > dari Ftable 2.90 dan nilai sig sebesar $0.03 < 0.05$

Kata kunci : Rantai pasok, harga, saluran distribusi, dan kepuasan konsumen

Abstract

The objectives of this study are as follows: To analyze and understand the supply chain on consumer satisfaction, to analyze and understand the effect of price on consumer satisfaction, to analyze and understand the effect of partnership on consumer satisfaction, to analyze and understand the effect of supply chain, price, partnership on consumer satisfaction. This type of research is quantitative research, with a population of 32 shallot entrepreneurs who were all used as samples. The results of the study showed that the supply chain has a positive and significant effect on consumer satisfaction with a Sig value to influence the supply chain on consumer satisfaction of $0.005 < 0.05$ and a Tcount value of $2.723 > T_{table} 2.048$. Price has a positive and significant effect on consumer satisfaction with a Sig value to influence price on consumer satisfaction of $0.004 < 0.05$ and a Tcount value of $2.842 > T_{table} 2.048$. Distribution channels have a positive and significant effect on consumer satisfaction with a Sig value to influence distribution channels on consumer satisfaction of $0.006 < 0.05$ and a Tcount value of $2.989 > T_{table} 2.048$. Supply chain, price, and distribution channels simultaneously have a positive and significant effect on consumer satisfaction with a Fcount value of 3.293 greater than Ftable 2.90 and a sig value of $0.03 < 0.05$.

Keywords: Supply chain, price, distribution channels, and consumer satisfaction

PENDAHULUAN

Rantai pasok merupakan kumpulan aktivitas dari proses pembelian bahan baku hingga pendistribusian produk jadi. Salah satu aktivitas di dalam rantai pasok adalah

pembelian produk dari pemasok. Aktivitas pembelian meliputi 2 aktivitas utama. Aktivitas pertama adalah penetapan spesifikasi, pemilihan, dan evaluasi pemasok. Penentuan harga jual adalah unsur terpenting dalam pengambilan suatu keputusan untuk pertumbuhan perusahaan. Perusahaan harus bisa menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan tujuan utama dari perusahaan tersebut dapat tercapai. Penentuan harga jual produk dipengaruhi dengan berbagai faktor, diantaranya biaya.

Saluran distribusi merupakan suatu jalur yang harus dilalui oleh arus barang dari produsen ke agen atau perantara atau pedagang besar terhadap pemakai, dalam hal ini konsumen. Saluran distribusi merupakan hal yang sangat penting dalam kegiatan perusahaan. Karena hal ini akan mempengaruhi keputusan yang dibuat oleh manajer perusahaan. Dalam rangka memberikan suatu pelayanan yang baik terhadap konsumen, perusahaan harus memperhatikan saluran distribusi, yaitu dengan cara menyeleksi saluran distribusi yang akan digunakan.

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi udara dalam kondisi persaingan bisnis yang semakin ketat seperti saat ini. Salah satu keuntungan strategi bagi perusahaan tentang pentingnya mempertahankan kepuasan pelanggan adalah imbalan dari kepuasan yang bersifat jangka panjang dan kumulatif. Jadi semakin lama kepuasan seorang pelanggan, semakin besar laba yang dapat diperoleh perusahaan dari seorang pelanggan. Perusahaan yang mampu mengembangkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan akan memperoleh kesuksesan jangka panjang.

Menurut Putradi (2017), “supply chain yaitu sebuah sistem organisasi yang didalamnya terdapat peran serta melakukan berbagai macam kegiatan, yang meliputi informasi, dana, dan sumber daya lainnya yang saling terkait dalam pergerakan suatu produk atau jasa dari pemasok ke konsumen atau pelanggan”.

Menurut Indriyo (2018), “definisi harga yaitu ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Seseorang akan berani membayar suatu produk dengan harga yang mahal apabila dia menilai kepuasan yang diharapkannya terhadap produk yang akan di belinya itu tinggi”.

Menurut Kotler (2019), “saluran distribusi merupakan perusahaan dari perorangan yang melakukan kegiatan pemindahan barang dari produsen ke konsumen untuk menciptakan kegunaan produk tersebut ke konsumen”. Menurut Park (2021), “mengungkapkan kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan pelanggan sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi”.

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut. Untuk menganalisis dan mengetahui rantai pasok pada kepuasan konsumen, untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh harga pada kepuasan konsumen, untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kemitraan pada kepuasan konsumen, untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh rantai pasok, harga, kemitraan terhadap kepuasan konsumen.

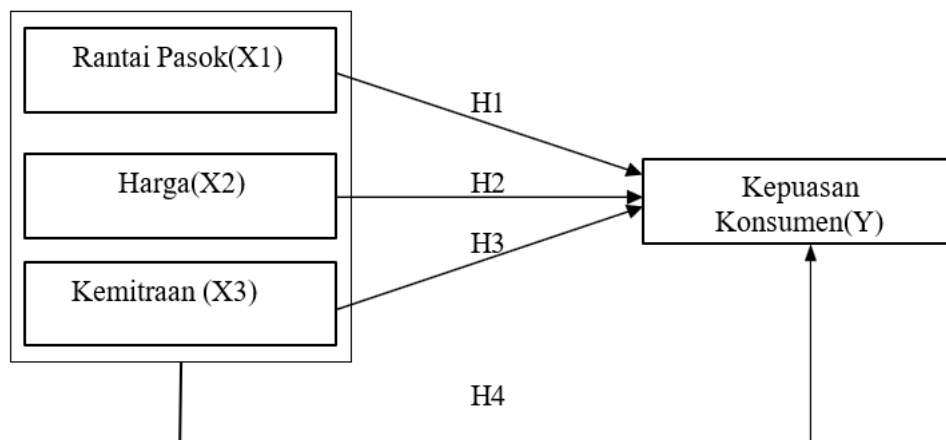
METODE PENELITIAN

Menurut Sinambela (2020) Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menggunakan angka-angka dalam memproses data untuk menghasilkan informasi yang terstruktur. Biasanya, variabel tersebut diukur dengan instrumen penelitian sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik. Menurut Ari Kunto (2019), jenis Penelitian Deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi, atau hal lain-lain yang sudah disebutkan.

Menurut Ari Kunto (2019), penelitian explanatory adalah penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya. Menurut Handayani (2020), populasi adalah totalitas dari setiap elemen yang akan diteliti yang memiliki ciri sama. Subjek penelitian adalah tempat variabel melekat. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengusaha bawang merah sebanyak 32 orang. Menurut Sugiyono (2019), sampel adalah sebagian dari populasi untuk mewakili seluruh populasi. Teknik penarikan sampling yang digunakan adalah sampel jenuh.

Menurut Sugiyono (2019), sampling jenuh adalah teknik pemilihan sampel apabila semua anggota populasi dijadikan sampel. Teknik pengambilan sampel dalam

penelitian ini menggunakan Teknik Sampling Jenuh, dimana semua populasi dalam penelitian ini dijadikan sampel. Dengan menggunakan seluruh populasi sebagai sampel penelitian, maka sampel penelitian adalah 32 orang yang akan diambil dari pengusaha bawang merah di desa tongging. Menurut Sugiyono (2018), teknik pengumpulan data dilakukan pada kondisi yang alamiah, sumber data primer, dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi serta berperan dalam wawancara mendalam, dan dokumentasi. Teknik pengumpulan data menurut Sugiyono (2018) terdiri atas observasi, wawancara, angket dan dokumentasi.



Gambar. 1 Kerangka konseptual

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel. 1 Uji Reliabelitas

Variabel	Nilai Uji Reliabilitas	Hasil
Rantai Pasok	0.825	Reliabel
Harga	0.790	Reliabel
Saluran Distribusi	0.792	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0.707	Reliabel

Pada value cronbach's alpha dengan value lebih dari 0.60, memiliki pemahaman bahwa semua variabel yang diuji sudah memenuhi kriteria reliabilitas.

Tabel. 2 Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Rantai Pasok	32	19	39	27.75	5.099

Harga	32	17	28	23.22	2.981
Saluran Distribusi	32	18	37	27.97	4.231
Kepuasan Konsumen	32	20	31	25.69	3.207
Valid N (listwise)	32				

Diatas sudah ditampilkan hasil dari pengujian uji statistik deskriptif, berikut hasil pemaparannya. Pada variable rantai pasok nilai minimum sebesar 19, maximum sebesar 39, mean sebesar 27.75, dan standar deviasi sebesar 5.099. Pada variable harga nilai minimum sebesar 17, maximum sebesar 28, mean sebesar 23.22, dan standar deviasi sebesar 2.981. Pada variable saluran distribusi nilai minimum sebesar 18, maximum sebesar 37, mean sebesar 27.97, dan standar deviasi sebesar 4.231. Pada variable kepuasan konsumen nilai minimum sebesar 20, maximum sebesar 31, mean sebesar 25.69, dan standar deviasi sebesar 3.207.

Tabel. 3 Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		32
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.75745159
Most Extreme Differences	Absolute	.106
	Positive	.106
	Negative	-.104
Test Statistic		.106
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Berdasarkan hasil uji Kolmogorov-Smirnov yang sudah dilakukan, menunjukkan nilai Asymp. Sig yang memiliki nilai $0.200 > 0.05$. Hal ini bisa menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal dan regresi dapat digunakan untuk memprediksi variable dependen kepuasan konsumen menurut masukan variable independen yaitu rantai pasok, harga, dan saluran distribusi.

Tabel. 4 Uji Glegser

Coefficients ^a		
Model	t	Sig.

1	(Constant)	.715	.481
	Rantai Pasok	.356	.724
	Harga	2.196	.137
	Saluran Distribusi	.223	.825
a. Dependent Variable: ABS			

Berdasarkan tabel. 4 memperlihatkan hasil uji glesjer bahwa nilai sig pada rantai pasok bernilai $0.724 > 0.05$, nilai sig pada harga bernilai $0.137 > 0.05$, dan nilai sig pada saluran distribusi $0.825 > 0.05$. Hal ini dapat kita katakana bahwa pada uji glesjer tidak ditemukan terjadi heteroskedastisitas melainkan homokedastisitas.

Tabel. 5 Uji t

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	5.690	.000
	Rantai Pasok	2.723	.005
	Harga	2.842	.004
	Saluran Distribusi	2.989	.006
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen			

Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Diketahui nilai sig untuk rantai pasok terhadap kepuasan konsumen sebesar $0.005 < 0.05$ dan nilai Thitung $2.723 > T_{tabel} 2.048$. Maka dapat dinyatakan bahwa rantai pasok berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan menerima hipotesis pertama.

Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Diketahui nilai sig untuk harga terhadap kepuasan konsumen sebesar $0.004 < 0.05$ dan nilai Thitung $2.842 > T_{tabel} 2.048$. Maka dapat dinyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan menerima hipotesis kedua.

Pengujian Hipotesis Ketiga (H3)

Diketahui nilai sig untuk saluran distribusi terhadap kepuasan konsumen sebesar $0.006 < 0.05$ dan nilai Thitung $2.989 > T_{tabel} 2.048$. Maka dapat dinyatakan bahwa saluran distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan menerima hipotesis ketiga.

Tabel. 6 Uji f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	83.165	3	27.722	3.293	.035 ^b

	Residual	235.710	28	8.418		
	Total	318.875	31			
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						
b. Predictors: (Constant), Saluran Distribusi, Rantai Pasok, Harga						

Pada tabel diatas sudah menampilkan hasil dari uji simultan f, Berdasarkan hasil uji menunjukan nilai Fhitung sebesar 3.293 lebih besar > dari Ftabel 2.90 dan nilai sig sebesar $0.03 < 0.05$, hal ini berindikasi bahwa hasil penelitian menerima H4. Maka dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh harga produk, media promosi, dan kualitas produk secara simultan terhadap penjualan produk.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian tentang “Strategi Pengembangan Usaha Bawang Merah Lokal Pada Desa Tongging” dapat ditarik kesimpulan yaitu. Rantai pasok berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Usaha Bawang Merah Lokal Pada Desa Tongging dengan nilai Sig untuk mempengaruhi rantai pasok terhadap kepuasan konsumen sebesar $0.005 < 0.05$ dan nilai Thitung 2.723 > Ttabel 2.048. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Usaha Bawang Merah Lokal Pada Desa Tongging dengan nilai Sig untuk mempengaruhi harga terhadap kepuasan konsumen sebesar $0.004 < 0.05$ dan nilai Thitung 2.842 > Ttabel 2.048. Saluran distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Usaha Bawang Merah Lokal Pada Desa Tongging dengan nilai Sig untuk mempengaruhi saluran distribusi terhadap kepuasan konsumen sebesar $0.006 < 0.05$ dan nilai Thitung 2.989 > Ttabel 2.048. Rantai pasok, harga, dan saluran distribusi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Usaha Bawang Merah Lokal Pada Desa Tongging dengan nilai Fhitung sebesar 3.293 lebih besar > dari Ftabel 2.90 dan nilai sig sebesar $0.03 < 0.05$.

REFERENCES

Arikunto, S. (2019). Prosedur Penelitian. Jakarta: Rineka cipta.

- Handayani, Ririn. (2020). Metodologi Penelitian Sosial. Yogyakarta: Trussmedia Grafika.
- Kotler, P., & Armstrong, G (2018). Principles of Marketing Global Edition 17th Edition. London: Pearson Education.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2019). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi13. Lupaioadi, R. (2019). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta : Salemba Empat
- Nico Rifanto, and Donant Alananto Iskandar. (2019). “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli.” Jurnal Ilmu Dan Riset.
- Park, Cheol Woo, et al. (2021). Effects of online reviews, trust, and picture-superiority on intention to purchase restaurant services. Journal of Hospitality and Tourism Management. El Sevier 228-236
- Prof. Dr. Lijan Poltak Sinambela, M. M. (2020). Kinerja Pegawai Teori Pengukuran dan Implikasi. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Priyatno, D. (2018). SPSS Panduan Mudah Olah Data bagi Mahasiswa dan Umum. Yogyakarta: ANDI (Anggota IKAPI).
- Putradi, C., (2017). Pengertian Dari Supply Chain, Manajemen Rantai Pasok, dan Contoh Proses.
- Sukanto., Indriyo., (2018:151), Manajemen Produksi, Edisi keempat, BPFE, Yogyakarta. Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabet.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2019). ANALISIS LAPORAN KEUANGAN Teori, Aplikasi, dan Hasil Penelitian. Yogyakarta: PUSTAKA BARU PRESS.
- Yolanda, N. E. (2018, November). Analysis of CEISA Services User Satisfaction Using the EUCS Method in The Directorate General of Customs and Excise. In Conference SENATIK STTAdisutjipto Yogyakarta (Vol. 4, pp. 421-433).
- Yudhi Koesworodjati, S. E. (2022). Pengaruh Desain Produk Dan Celebrity Endorser Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Clothing Reclays Bandung). Universitas Pasundan Bandung.