

Pengaruh Promosi Terhadap Hasil Penjualan Produk Krupuk Perusahaan Dua Gajah Indramayu

Masdik

¹Program Studi Teknik Perminyakan, Fakultas Vokasi, Institut Teknologi Petroleum Balongan

Email: masdik50@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilatar belakangi dari hasil penjualan produk kerupuk perusahaan yang ada di Kabupaten Indramayu yang menurun dan kurang diminati oleh masyarakat. Salah satu perusahaan kerupuk yang ada di Kabupaten Indramayu adalah perusahaan kerupuk Dua Gajah. Perusahaan kerupuk Dua Gajah ini mengalami penurunan penjualan di beberapa tahun terakhir. Hal ini dapat dilihat dari laporan penjualan yang ada pada perusahaan kerupuk Dua Gajah pada tahun 2021 yang mengalami penurunan 20 % dari tahun sebelumnya. Salah satu factor yang menjadi penyebab menurunnya penjualan kerupak pada perusahaan Dua Gajah yaitu factor promosi. Promosi menjadi sangat penting untuk meningkatkan penjualan hasil produk ke masyarakat dan supaya perusahaan tetap eksis serta bisa bersaing dengan perusahaan kerupuk lainnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap hasil penjualan produk krupuk pada perusahaan Dua Gajah Indramayu. Penelitian ini merupakan penelitian eksperimen dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian dilaksanakan pada bulan 8 Mei – 8 April 2022. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh promosi terhadap hasil penjualan produk krupuk pada perusahaan Dua Gajah Indramayu bahwa aktifitas promosi tersebut memberikan kontribusi sebesar 73,3% terhadap peningkatan hasil penjualan (omzet) produk krupuk Perusahaan Dua Gajah. Dengan berhasilnya strategi promosi yang dijalankan oleh Perusahaan Krupuk Dua Gajah sebaiknya sasaran pasar mulai diperluas jangan hanya Bandung, Jakarta dan Lampung saja, namun seluruh kota besar di Indonesia ini, Saluran promosi mulai ditingkatkan dengan cara memasang iklan di media cetak yang bertaraf nasional serta media elektronik melalui TV-TV swasta.

Kata Kunci: *Pengaruh, Promosi, Penjualan.*

Abstract

The background of this research is the sales of company cracker products in Indramayu Regency which have decreased and are less attractive to the public. One of the cracker companies in Indramayu Regency is the Dua Gajah cracker company. The Dua Gajah cracker company has experienced a decline in sales in recent years. This can be seen from the sales report at the Dua Gajah cracker company in 2021 which has decreased by 20% from the previous year. One of the factors that caused the decline in kerupak sales at the Dua Gajah company was the promotion factor. Promotion is very important to increase product sales to the public and so that the company can continue to exist and be able to compete with other cracker companies. The purpose of this study was to determine the effect of promotion on the sales of cracker products at the Dua Gajah Indramayu company. This research is an experimental research using a qualitative approach. The research was conducted on May 8 – April 8 2022. The results showed that there was an effect of promotion on the sales of cracker products at the Dua Gajah Indramayu company. That these promotional activities contributed 73.3% to the increase in sales results (turnover) of Company Dua Gajah cracker products. With the success of the strategic promotion carried out by the Krupuk Dua Gajah Company, the target market should begin to expand, not only in Bandung, Jakarta and Lampung, but in all major cities in Indonesia. through private TV stations

Keywords: *Influence, Promotion, Sales*

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis saat ini sangat kompetitif disemua sektor kegiatan, sehingga manajemen dituntut senantiasa melakukan efisiensi dalam menjalankan usahanya serta berusaha seoptimal mungkin menghasilkan produk yang diminati oleh pasar. Keberhasilan dalam mencapai keunggulan borkompetisi antara lain tergantung kepada kemampuan manajemen dalam mengelola semua fungsi yang ada di dalam perusahaan itu sendiri. Dukungan manajemen berpengaruh positif terhadap kinerja akuntansi (I Putu Kurnia

Adhi, 2019). Fungsi-fungsi tersebut antara lain fungsi produksi, keuangan, personalia dan fungsi pemasaran.

Fungsi pemasaran merupakan salah satu fungsi yang penting, karena dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat, memungkinkan produsen untuk memproduksi barang dan jasa dalam jumlah yang besar dan beraneka ragam, dan semua itu memerlukan aktifitas pemasaran yang tangguh untuk membangun kesadaran konsumen. Pemasaran merupakan kegiatan yang mengatur sebuah lembaga dan sebuah proses yang dapat menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan serta bertukar penawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan dan masyarakat pada umumnya (Kotler dan Keller, 2016). Tujuan dari pemasaran adalah untuk menjalin, mengembangkan dan menjalin hubungan dengan pelanggan untuk jangka waktu yang panjang dengan sedemikian rupa sehingga masing-masing pihak dapat terpenuhi (Gronroos Tjiptono, 2012).

Indramayu adalah salah satu Kabupaten di lingkungan Jawa Barat yang memiliki kekayaan laut cukup banyak, terutama ikan. Salah satu perusahaan krupuk terkenal di Indramayu adalah Perusahaan Krupuk Dua Gajah. Dilihat dari volume penjualan dan tingkat keuntungan Perusahaan Krupuk Dua Gajah mengalami pertumbuhan yang cukup pesat dari tahun ke tahun, meskipun persaingan bisnis krupuk di Indramayu sangat ketat. Salah satu langkah yang dilakukan oleh Perusahaan Krupuk Dua Gajah adalah dengan meningkatkan aktifitas-aktifitas promosi, dengan maksud agar masyarakat mengenal dan lebih mencintai produksi yang dibuat oleh Perusahaan Krupuk Dua Gajah. Promosi yang dijalankan menggunakan alat-alat promosi, seperti periklanan, promosi penjualan dan publikasi.

Promosi sangat penting bagi suatu perusahaan untuk mendongkrak hasil penjualannya. Promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan (to inform), membujuk (to persuade), dan mengingatkan (to remind) pasar sasaran tentang produk yang dihasilkan organisasi, individu ataupun rumah tangga (Simamora, 2018). Sedangkan menurut para ahli promosi merupakan salah satu variable dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara komunikasi antara perusahaan dan konsumen melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya (Lupiyoadi, 2016).

Salah satu Langkah untuk meningkatkan hasil penjualan suatu prodak perusahaan adalah dengan melakukan promosi yang menarik. Langkah-langkah ini dilakukan karena pihak manajemen berkeyakinan bahwa promosi memiliki suatu kekuatan untuk memberikan informasi tentang karakteristik produksi mereka, membujuk masyarakat untuk mau membeli produksi mereka. Cara mengkomunikasikan barang dan jasa supaya konsumen mengenal dan membeli (Sujanet, 2001). Peneliti tertarik seberapa besar pengaruh promosi yang dilakukan oleh Perusahaan Krupuk Dua Gajah sehingga produknya laris di pasaran.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut, 1) Bagaimana gambaran penjualan krupuk pada perusahaan Dua Gajah Indrmayu; 2) Bagaimana gambaran promosi yang dilakukan oleh perusahaan kerupuk Dua Gajah Indramayu dan 3) Adakah pengaruh promosi terhadap hasil penjualan kerupuk perusahaan Dua Gajah Indramayu.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pengaruh promosi terhadap hasil penjualan kerupuk perusahaan Dua Gajah Indramayu. Sedangkan tujuan secara khusus untuk mendeskripsikan sebagai berikut , 1) Untuk mengetahui gambaran penjualan krupuk pada perusahaan Dua Gajah Indrmayu; 2) untuk mengetahui gambaran promosi yang dilakukan oleh perusahaan kerupuk Dua Gajah Indramayu dan 3) untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap hasil penjualan kerupuk perusahaan Dua Gajah Indramayu.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Instrumen penelitian ini berupa lembar observasi dan lembar angket atau kuisioner. Metode deskriptif adalah metode yang menggambarkan apa yang dilakukan berdasarkan fakta-fakta atau kejadian-kejadian pada objek yang diteliti untuk kemudian diolah menjadi data dan selanjutnya diadakan analisis sampai akhirnya dihasilkan suatu kesimpulan.

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu dengan menggunakan teknik observasi, dokumentasi, angket atau kuisioner. Sedangkan analisis data yang dilakukan yaitu analisis data kualitatif. Untuk mengetahui gambaran promosi terhadap hasil penjualan produk kerupuk pada perusahaan Dua Gajah

Indramayu menggunakan deskripsi data berupa grafik atau table sedangkan untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap hasil penjualan produk kerupuk pada perusahaan Dua Gajah Indramayu menggunakan analisis regresi.

Penelitian ini dilakukan di perusahaan kerupuk Dua Gajah yang bertempat di Jalan Perindustrian Desa Dukuh Kabupaten Indramayu. Subjek dalam penelitian ini adalah semua orang atau karyawan yang bekerja di perusahaan kerupuk Dua Gajah Indramayu . Penelitian ini dilaksanakan pada Mei – April 2022.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum data diolah peneliti terlebih dahulu melakukan observasi di lapangan dan melakukan wawancara dengan beberapa orang yang termasuk sampel, setelah data diperoleh peneliti melakukan pengolahan data dengan cara mendeskripsikan data berupa table atau grafik serta mencari pengaruh dengan menggunakan analisis regresi. Analisis regresi ini bertujuan untuk mencari pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap hasil penjualan kerupuk pada perusahaan kerupuk Dua Gajah di Kabupaten Indramayu.

Berikut biaya promosi dan hasil penjualan kerupuk pada perusahaan kerupuk Duan Gajah di Kabupaten Indramayu seperti pada table,

Tabel 1. Baiaya Promosi Dan Hasil Penjualan Kerupuk Pada Perusahaan Kerupuk Duan Gajah Di Kabupaten Indramayu

Tahun	Biaya Promosi	Hasil Penjualan
2017	2.389.000	2.389.000,00
2018	3.522.000	3.522.000,00
2019	4.349.000	4.349.000,00
2020	6.105.000	6.105.000,00
2021	7.860.000	786.000.000

Sumber: *Data Primer yang Telah Diolah*

Dari data diatas terlihat bahwa dengan adanya promosi yang dijalankan oleh manajemen perusahaan omzet penjualan krupuk kakap, udang dan gabus terus meningkat setiap tahunnya.

Untuk mengetahui sejauh mana promosi berpengaruh terhadap peningkatan jumlah penjualan (omzet) produksi krupuk, secara beturut-turut dilakukan analisis regresi, analisis korelasi (r) dan uji hipotesis.

Untuk memudahkan penerapan persamaan regresi linier, dalam hal ini penulis mengkonversi variabel x ke dalam satuan uang. Satuan uang disini adalah besarnya biaya promosi yang dikeluarkan oleh perusahaan setiap tahun, dari tahun 2017-2021. Jadi, dalam menerapkan persamaan regresi linier ini, penulis mengasumsikan biaya promosi sebagai indikator dari dilakukannya promosi oleh Perusahaan Krupuk Dua Gajah.

Setelah dilakukan perhitungan menggunakan alat bantu maka didapat hasil perhitungannya sebagai berikut, dapat diketahui bahwa nilai koefisien r sebesar 0,856 menunjukan bahwa promosi yang dijalankan oleh Perusahaan Krupuk Dua Gajah menunjukan hubungan yang sangat kuat dengan jumlah hasil penjualan produk krupuk Perusahaan Dua Gajah atau dengan kata lain, peningkatan jumlah hasil penjualan produk-produk krupuk dipengaruhi sangat kuat oleh promosi yang dijalankan manajemen perusahaan.

Nilai r sebesar 0,856 tersebut selanjutnya akan digunakan sebagai dasar pengambilan kesimpulan, akan tetapi sebelumnya perlu dilakukan pengujian hipotesis melalui uji keberartian (uji signifikansi) dengan menggunakan hipotesis Promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap hasil penjualan Produk Krupuk Perusahaan Dua Gajah

Jika dilihat dari tabel distribusi t, dengan menggunakan taraf nyata 0,05 dan derajat kebebasan (dk) = 3, maka di dapat t tabel = 2,353 sedangkan t hitung = 2,868. Dengan demikian hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap hasil penjualan produk krupuk Perusahaan Dua Gajah. Adapun besarnya pengaruh dapat dihitung menggunakan alat bantu hitung dan dapat diperoleh pengaruh sebesar 73,3% terhadap jumlah hasil penjualan produk krupuk Perusahaan Dua Gajah, dapat dijelaskan oleh promosi yang dijalankan oleh pihak manajemen perusahaan, atau dengan kata lain,

kebijakan promosi yang dijalankan memberikan kontribusi sebesar 73,3% bagi peningkatan hasil penjualan produk krupuk Dua Gajah. Sedangkan sisanya sebesar 26,7% merupakan kontribusi dari faktor-faktor lain, misalnya mutu produk, desain produk, dan lain-lain, yang dalam hal ini bukan merupakan sasaran dalam studi ini.

Dari hasil perhitungan data diatas, secara kuantitatif jelas terbukti bahwa promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap hasil penjualan produk krupuk Dua Gajah, dan besarnya kontribusi promosi dalam meningkatkan hasil penjualan dapat diukur hingga mencapai 73,3%. Fakta ini dapat dijadikan dasar bagi pengambilan kebijakan oleh pihak manajemen, misalnya dalam melakukan ekspansi usaha dikaitkan dengan strategi promosi. Promosi ini juga dapat dijadikan dasar pijakan oleh pihak manajemen Perusahaan Dua Gajah untuk mulai melirik pasar ekspor atau paling tidak memperluas pangsa pasar ekspor.

Dalam kaitannya dengan promosi, strategi promosi untuk ekspor ke manca negara dapat dilakukan melalui sebagai berikut , 1) Kerjasama dengan asosiasi eksportir krupuk untuk memperkenalkan krupuk produk Perusahaan Dua Gajah di negara-negara sasaran; 2) Menjalinkan kerjasama dengan broker/trading house di luar negeri yang memang sudah memiliki jaringan distribusi luas di seluruh dunia.

Sedangkan beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh pihak manajemen dalam memasarkan produknya ke manca negara antara lain; 1) Menjaga kualitas produk sesuai dengan yang telah disepakati dan tercantum di dalam L/C, dan tepat waktu; 2) Menjaga kontinuitas pasokan dan 3) Memelihara kepercayaan buyer atau broker di luar negeri.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan mengenai pengaruh promosi terhadap hasil penjualan produk krupuk Perusahaan Dua Gajah, khususnya berkaitan dengan peningkatan omzet penjualan, dapat disimpulkan bahwa kebijakan promosi tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan hasil penjualan (omzet) produk krupuk Perusahaan Dua Gajah. Secara matematis besarnya pengaruh (r) tersebut mencapai 0,856 (hubungan sangat kuat) dan pada uji signifikansi (uji t) dapat dibuktikan bahwa pengaruh tersebut signifikan. Selanjutnya, selama selang waktu 5 tahun terakhir (2017 – 2022) dapat pula disimpulkan bahwa aktifitas promosi tersebut memberikan kontribusi sebesar 73,3% terhadap peningkatan hasil penjualan (omzet) produk krupuk Perusahaan Dua Gajah.

Implikasi dari pengaruh promosi yang signifikan terhadap hasil penjualan (omzet) ini adalah terbukanya ekspansi usaha ke kota-kota lainnya di seluruh Indonesia bahkan ke manca negara.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2015. *Prosedur Penelitian (Edisi Revisi)*. Yogyakarta: Rineka Cipta.
- Cahyono Tri, Bambang. 1996. *Manajemen Pemasaran, Analisis Agribisnis dan Industri*. Jakarta: IPWL
- Hotter, Philip. 1998. *Marketing Management Sixt Edition*. New Jersey: Prentice Hall International
- I Putu Kurnia Adhi Parwa, Ni Luh Sari Widhiyani. 2019. Pengaruh Kemampuan Teknik Personal dan Dukungan Manajemen Terhadap Kinerja SIA dengan Motivasi Kerja Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 3 (27). DOI: <https://doi.org/10.24843/EJA.2019.v27.i03.p22>
- Irawan, Faried Wijaya. 1996. *Pemasaran, Prinsip dan Kasus (Edisi Kedua)*. Yogyakarta: BPFE
- Sujana. 2015. *Metode Statistik*. Bandung: Tarsito
- Swasta, Basu. 1990. *Azas-azas Pemasaran (Edisi Ketiga)*. Yogyakarta: Liberty