

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP VOLUME PENJUALAN BERAS PREMIUM DI PERUSAHAAN UMUM BULOG KANTOR WILAYAH LAMPUNG

Defrizal¹, Elsi Dwi Antika²
Universitas Bandar Lampung
E-mail: defrizal@ubl.ac.id¹, elsi.18011226@ubl.ac.id²

Abstract

Now companies are required to offer quality and value-added products, one of which is the public company Bulog, the Lampung regional office, selling premium rice. This study uses quantitative methods, where the sample used in this study was 45 respondents. The analytical techniques used in this study were validity, reliability, and multiple linear regression analysis. The results of this study are that there is an effect of Product Quality on Sales Volume of 14.97%, then the effect of Price on Sales Volume is 21.99%, and the effect of Product Quality and Price variables on Sales Volume is 28%. The results of this study are the X1 (Product Quality) and X2 (Price) variables have a significant effect on Sales Volume (Y), of 30.20%, which means that these three variables influence each other and influence each other.

Keywords: Product Quality, Price, Sales Volume, SPSS

Abstrak

Pada zaman sekarang ini, perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih salah satunya yaitu Perusahaan umum perum Bulog kantor wilayah Lampung menjual beras premium. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yaitu dimana sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 45 responden Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, realibilitas, dan analisis regresi linear berganda. Adapun hasil dari penelitian ini yaitu terdapat pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan sebesar 14,97%, lalu pengaruh antara Harga terhadap Volume Penjualan sebesar 21,99%, dan pengaruh variabel Kualitas Produk dan Harga terhadap Volume penjualan adalah 28%. Hasil dari penelitian ini yaitu variabel X1(Kualitas Produk) dan variabel X2 (Harga) berpengaruh secara signifikan terhadap Volume Penjualan (Y), sebesar 30,20% itu artinya ketiga variabel ini saling berpengaruh dan mempengaruhi satu sama lainnya.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Volume Penjualan, SPSS

PENDAHULUAN

Bulog adalah perusahaan umum milik negara yang bergerak di bidang logistik pangan. Ruang lingkup bisnis perusahaan meliputi usaha logistik/pergudangan, survei dan pemberantasan hama, penyediaan karung plastik, usaha angkutan, perdagangan komoditi pangan dan usaha eceran. Sebagai perusahaan yang tetap mengemban tugas publik dari pemerintah, Bulog tetap melakukan kegiatan menjaga Harga Dasar Pembelian untuk gabah, stabilisasi harga khususnya harga pokok, menyalurkan beras untuk bantuan sosial (Bansos) dan pengelolaan stok pangan. Persaingan seperti dizaman sekarang ini, perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih, sehingga tampak berbeda dengan produk pesaing. Dalam volume penjualan beras premium ini dapat

dipengaruhi, antara lain adanya persaingan merek produk yaitu merek kemangi dan raja udang. Sehingga volume penjualan beras premium di Bulog mengalami penurunan. Hal ini akan mempengaruhi volume penjualan karena minat masyarakat yang berbeda terhadap masing-masing grade kualitas dan harga beras. Menurut (Kotler,2014)volume penjualan adalah barang yang terjual dalam bentuk uang untuk jangka waktu tertentu dan didalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik. pada jaman sekarang ini adalah bidang pemasaran, karena pemasaran ini merupakan ujung tombak bagi dunia usaha. Perum BULOG memberikan peranan pemasaran/komersial dalam bahan pokok yang multi komoditi seperti (Beras Premium, Beras Medium, Minyak Goreng Kita dan Gula Pasir Manis Kita, Tepung Terigu Kita, Daging Kita, dll). Sehingga, Perum BULOG harus mengikuti kebutuhan, sikap selera konsumen, dan dengan jeli melihat tindakan-tindakan dari perusahaan pesaingnya. Tujuan perusahaan dalam menarik konsumen kembali guna meningkatkan volume penjualan yang sesuai target yang ditentukan dari Perum BULOG.

Table 1. Penjualan

No	Per/Bulan	Nama Komoditi	Jumlah (5Kg)	Target /bulan (5kg)
1	Juni	Beras Kita Premium 15%	324	200 sak
2	Juli	Beras Kita Premium 15%	420	200 sak
3	Agustus	Beras Kita Premium 15%	171	200 sak
4	September	Beras Kita Premium 15%	203	200 sak

Sumber: Perum BULOG Kantor Wilayah Lampung

Berdasarkan tabel diatas terdapat tidak tercapainya target pada bulan Agustus. Yang dimana seharusnya setiap bulan dapat mencapai target sejumlah 1 ton atau 200 sak (5kg).

TINJAUAN PUSTAKA

Pemasaran

Pemasaran (Marketing) merupakan suatu proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai barang atau jasa yang berkaitan dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Menurut Tjiptono, (2012) Pemasaran berarti kegiatan individu yang diarahkan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan melalui barter. Pemasaran berarti menentukan dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia, sehingga dapat dikatakan bahwa keberhasilan pemasaran merupakan kunci kesuksesan dari sebuah perusahaan.

Kualitas Produk

Menurut Kotler, (2015) arti dari kualitas produk adalah *“the ability of a product to perform its functions, it includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes”* yang artinya kemampuan sebuah produk dalam memperagakan ungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk

lainnya. Adapun indikator dari kualitas produk, yaitu bentuk, fitur, penyesuaian, kualitas kinerja dll.

Harga

Harga merupakan nilai tukar untuk mendapatkan suatu barang. Harga menurut Payne, (2018) merupakan pernyataan nilai dari suatu produk (*a statement of value*). Harga juga merupakan elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel, tidak seperti fitur produk dan komitmen penyalur, harga dapat berubah dengan cepat. Adapun tujuan dari penetapan harga adalah salah satunya untuk mencapai maksimalisasi keuangan, merebut pangsa pasar, menetapkan harga pasar dan lain sebagainya.

Volume Penjualan

Menurut Swastha, (2010), volume penjualan adalah total penjualan bersih dari perusahaan selama waktu tertentu. Untuk meningkatkan dari volume penjualan, maka setiap perusahaan akan mencari cara dan trik. Jadi volume penjualan dapat dikatakan sebagai hasil dari kegiatan penjualan yang dapat diukur dengan satuan. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan antara lain:

- 1) Kondisi dan kemampuan penjual.
- 2) Kondisi pasar.
- 3) Modal.
- 4) Kondisi organisasi perusahaan.
- 5) Faktor lain yang mempengaruhi penjualan seperti iklan, kampanye, pemberian hadiah, dll.

METODE

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif, dengan jumlah populasi sebanyak 150 orang, menurut Suharsimi Arikunto, (2010), jika subjeknya kurang dari 100 orang sebaiknya diambil semuanya, jika subjeknya besar atau lebih dari 100 orang dapat diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih. Maka dalam penelitian ini, jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 45 responden.

Table 2. Populasi Data Konsumen

No	Nama Konsumen perbulan	Jumlah
1.	Juni	50
2.	Juli	50
3.	Agustus	25
4.	September	25
Total		150

Sumber data diolah, 2022

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik Uji validitas, Uji Realibilitas dan Regresi Linear Berganda. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + E_t$$

Keterangan:

Y = Volume Penjualan

α = konstanta / intercept

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Harga

β_1 = koefisien regresi variabel X_1

β_2 = koefisien regresi variabel X_2 E_t = *standard error*

Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (X_1, X_2) terhadap variabel terikat (Y), maka digunakan rumus koefisien penentu (KP) atau koefisien determinan sebagai berikut:

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Dimana:

KP = nilai koefisien determinan.

r = nilai koefisien korelasi.

(Riduwan, 2014)

Lalu untuk menguji secara hipotesis secara parsial digunakan secara parsial Uji T dengan rumus, yaitu:

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Sumber: Sugiyono (2014)

Untuk menguji hipotesis secara keseluruhan (simultan) digunakan uji F sebagai berikut:

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

Keterangan:

F_h : pengujian signifikansi koefisien korelasi ganda

R : koefisien korelasi ganda

K : jumlah variabel independen

N : jumlah anggota sample

Nilai korelasi masing-masing variabel dikonsultasikan dengan tabel interpretasi koefisien korelasi untuk mengetahui pengaruh antara variabel sebagai berikut:

Tabel 4. Tabel Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval koefisien	Tingkat pengaruh
0,00-0,199	Sangat Lemah
0,20-0,399	Lemah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Erat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2015)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas Sebuah instrumen atau kuisioner dikatakan *valid* jika pertanyaan pada instrumen atau kuisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut, Ghazali (2017). Untuk menguji butir-butir pertanyaan yang diajukan dengan cara membandingkan nilai-nilai kolerasi butir-butir pertanyaan totalnya. Pengambilan kesimpulannya jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir tersebut dinyatakan *valid*. Berdasarkan r_{tabel} diperoleh nilai r sebesar **0,294**.

Tabel 5. Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel Kualitas Produk (X_1)

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Simpulan
1	0,624	0,294	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
2	0,552	0,294	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
3	0,555	0,294	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
4	0,458	0,294	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
5	0,601	0,294	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
6	0,442	0,294	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
7	0,682	0,294	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
8	0,586	0,294	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
9	0,626	0,294	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
10	0,432	0,294	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : Data Diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji validitas untuk seluruh item pertanyaan variabel Kualitas Produk diketahui seluruh item pertanyaan valid untuk $n = 45$ dan $\alpha = 0,05$, yang diindikasikan dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 6. Uji Validitas Harga (X_2)

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Simpulan
1	0,504	0,294	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
2	0,320	0,294	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
3	0,417	0,294	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
4	0,513	0,294	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
5	0,590	0,294	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
6	0,461	0,294	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
7	0,529	0,294	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
8	0,400	0,294	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
9	0,388	0,294	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid



10	0,545	0,294	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
----	-------	-------	--------------------------	-------

Sumber : Data Diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji validitas untuk seluruh item pertanyaan variabel Harga diketahui seluruh item pertanyaan valid untuk $n = 45$ dan $\alpha 0,05$, yang diindikasikan dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 7. Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel Volume Penjualan (Y)

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Simpulan
1	0,334	0,294	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
2	0,615	0,294	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
3	0,497	0,294	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
4	0,342	0,320	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
5	0,549	0,294	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
6	0,606	0,294	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
7	0,600	0,294	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
8	0,577	0,294	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
9	0,752	0,294	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
10	0,539	0,294	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : Data Diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji validitas untuk pertanyaan variabel Volume Penjualan diketahui seluruh item pertanyaan valid untuk $n = 45$ dan $\alpha 0,05$, yang diindikasikan dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Uji Realibilitas

Cara menghitung reliabilitas adalah dengan menghitung koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha*. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel dapat dipercaya. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS versi 20, dengan uji keterandalan teknik *Alpha Cronbach*.

Variabel	Nilai Alpha Cronbach	Kesimpulan
X1	0,637	Reliabel
X2	0,557	Reliabel
Y	0,494	Reliabel

Sumber : Data Diolah, 2022.

Hasil pengujian reliabilitas terhadap instrumen penelitian pada variabel Kualitas Produk diperoleh nilai Alpha Cronbach 0,637 , untuk variabel Harga sebesar 0,557, dan

Volume Penjualan mempunyai nilai 0.494, berarti ketiga variabel termasuk reliabel karena sudah diatas 0.60 menurut Dwi Priyatno (2014)

Tabel 8. Pengujian Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan
Correlations

		Produk	Volume
Produk	Pearson Correlation	1	,387**
	Sig. (2-tailed)		,009
	N	45	45
Volume	Pearson Correlation	,387**	1
	Sig. (2-tailed)	,009	
	N	45	45

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber data diolah SPSS 20, 2022

Berdasarkan data pada tabel di atas dapat diketahui bahwa korelasi Kualitas Produk dengan Volume Penjualan adalah 0,387. Jika dikonsultasikan dengan Tabel Interpretasi Koefisien Korelasi maka tingkat hubungan Kualitas Produk dengan Volume Penjualan termasuk dalam kategori lemah (0,20 – 0,39).

Tabel 9. Pengujian Harga terhadap Volume

		Harga	Volume
Hargs	Pearson Correlation	1	.469
	Sig. (2-tailed)		.001
	N	45	45
Volume	Pearson Correlation	.469	1
	Sig. (2-tailed)	.001	
	N	45	45

Sumber: data diolah SPSS 20 (2022)

Berdasarkan data pada tabel di atas dapat diketahui bahwa korelasi Harga dengan Volume penjualan adalah 0,469. Jika dikonsultasikan dengan Tabel Interpretasi Koefisien Korelasi maka tingkat hubungan Harga dengan Volume penjualan adalah termasuk dalam kategori sedang (0,40 – 0,59).

Tabel 10. Pengujian Produk, dan Harga Terhadap Volume Penjualan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.529 ^a	.280	.246	3.31757	1.585

- a. Predictors: (Constant), X2, X1
 b. Dependent Variable: volume penjualan(Y)
 c. Sumber: data diolah SPSS 20 (2022).

Dari Tabel diatas diperoleh hasil korelasi (hubungan) Kualitas Produk dan Harga secara simultan adalah sebesar R=0,529 artinya keeratan hubungan antara variabel Kualitas Produk dan Harga secara bersama-sama dengan Volume Penjualan termasuk dalam hubungan yang sedang. Sedangkan besarnya pengaruh variabel Kualitas Produk dan Harga terhadap Volume Penjualan adalah sebesar R Square = 0,280, artinya Kinerja Pegawai dipengaruhi variabel Kualitas Produk dan Harga secara simultan adalah sebesar 28% dan selebihnya dipengaruhi oleh variabel lain sebesar 72%

Analisis Data

Analisis data kuantitatif.

Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	15.346	6.205		2.474	.018
(X1)	.242	.129	.261	1.878	.067
(X2)	.411	.149	.383	2.757	.009

- a. Dependent Variable: volume (Y)

Dari tabel di atas diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 16.436 + 0,242X_1 + 0,411X_2$$

Variabel produk $1.878 > T$ tabel (1.680)

Variabel harga $2.757 > T$ tabel (1.680)

Maka Hipotesis 1, 2 dan 3 adalah benar dan **dapat diterima**.

Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	180.047	2	90.023	8.179	.012 ^b
Residual	462.264	42	11.006		
Total	642.311	44			

- a. Dependent Variable: volume(Y)

- b. Predictors: (Constant), harga, kualitas produk

Sumber: data diolah SPSS 20 (2022).

F-hitung: 8.179 dengan dk ($n-k-1 = 43$, pada $\alpha 0,05$) sebesar 3,21 Berarti F Hitung $8.179 > F$ Tabel. 3,21. Dengan demikian Hipotesis yang ke 3 yang berbunyi kualitas produk dan harga secara simultan mempunyai pengaruh terhadap Volume penjualan di PERUM BULOG Kanwil Lampung **dapat diterima**.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah di sampaikan, maka dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Kualitas Produk mempengaruhi volume penjualan secara signifikan sebesar 14,97% Artinya Kualitas memegang peranan penting dalam peningkatan Volume penjualan pada PERUM BULOG Kanwil Lampung.
- 2) Harga mempengaruhi volume penjualan secara signifikan sebesar 21,99% Harga berpengaruh pada Volume penjualan pada PERUM BULOG Kanwil Lampung.

Kualitas produk dan harga mempengaruhi volume secara signifikan sebesar 28% Artinya baik Kualitas Produk maupun Harga sama-sama memegang peranan penting dalam peningkatan volume penjualan pada PERUM BULOG Kanwil Lampung

Saran

1. PERUM BULOG Kantor wilayah Lampung disarankan untuk dapat meninjau kembali produk beras premium agar dapat terjual menyesuaikan target yang ada.
2. Tampilan produk beras premium bulog diharapkan dapat melakukan inovasi dalam kemasan agar terlihat lebih menarik

DAFTAR PUSTAKA

- Dwi Priyatno, 2014. SPSS Pengolah Data Terpraktis. Yogyakarta : Andi
- Kotler. (2014). Pengaruh Intensitas Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Beras Perusahaan Umum BULOG Divisi Regional SULSELBAR di Makassar. *Pinisi Business Administration Review*, 2(2), 59–66.
- Kotler, A. dan. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Fasilitas Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4, 1–17.
- Payne. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kesesuaian Harga Terhadap Peningkatan Penjualan Beras Premium Pada Perum Bulog Divisi Regional Sulawesi Utara Dan Gorontalo (Studi Kasus Pada Konsumen Wilayah Kota Manado). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(002), 269364. <https://doi.org/10.35797/jab.6.002.2018.19853>.
- Kasmir. 2019. "Analisis Pengaruh Human Capital Terhadap Kinerja." 6(1): 23–28..
- Riduwan. 2014 "Peran Media Sosial Twitter Terhadap Brand Awareness Pada Perusahaan Penerbangan Indonesia". *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi dan Logistik* : 227-232.
- Suharsimi Arikunto. (2010). Pengaruh Kepemimpinan Terhadap Disiplin Kerja Karyawan Pada PT. Bank Syariah Mandiri. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Sugiyono. 2014. "Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap

- Kepuasan Pelanggan JNE Surabaya" *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 5(5) :1-17.
- Sugiyono. 2015. "Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan" *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 10 (2)
- Swastha, I. dan B. (2010). Implementasi Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Toko Baju Senam Grosir.Com. *Eksekutif*, 15 No. 2(1), 316–333.
- Tjiptono, C. dan. (2012). Analisis Pengaruh Produk, Promosi, Harga Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Kedai Amarta Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 1(1), 282–289.