

Pengaruh Produk, Harga, Distribusi Terhadap Volume Penjualan Produk Nabati Pada PT. Pinus Merah Abadi

M. Davin¹, Sri Retnaning Rahayu², Jati Imantoro³
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Muhammadiyah Metro
Email: davinlagi10@gmail.com

Abstrak

Berdasarkan temuan lapangan didapatkan permasalahan yang terjadi adalah fluktuasi yang cenderung menurun pada volume penjualan PT Pinus Merah Abadi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh produk, harga, distribusi terhadap volume penjualan produk Nabati Pada PT Pinus Merah Abadi. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Dengan jenis penelitian *explanatory*, dengan menggunakan data time series selama juli 2022-mei 2023 dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahawa harga berpengaruh positif terhadap volume penjualan di PT Pinus Merah Abadi. Produk berpengaruh positif terhadap volume penjualan di PT Pinus Merah Abadi. Distribusi berpengaruh positif terhadap volume penjualan di PT Pinus Merah Abadi. Harga, produk dan distribusi secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap volume penjualan di PT Pinus Merah Abadi dengan variabel paling berpengaruh adalah harga.

Kata Kunci: Volume Penjualan, Produk, Harga, Distrbusi

Abstract

Based on field findings, the issue identified is the fluctuation, which tends to decrease, in the sales volume of PT Pinus Merah Abadi. The objective of this study is to determine the impact of product, price, and distribution on the sales volume of Nabati products at PT Pinus Merah Abadi. This study is a quantitative research, using an explanatory research type, with time series data from July 2022 to May 2023, and analyzed using multiple linear regression. The results show that price has a positive effect on the sales volume at PT Pinus Merah Abadi. Product has a positive effect on the sales volume at PT Pinus Merah Abadi. Distribution has a positive effect on the sales volume at PT Pinus Merah Abadi. Price, product, and distribution together have a positive effect on the sales volume at PT Pinus Merah Abadi, with the most significant variable being price.

Keyword : Sales Volume, Product, Price, Distribution

I. Pendahuluan

Persaingan usaha dalam dunia bisnis baru-baru ini dirasa semakin meningkat. Setiap perusahaan dituntut untuk dapat bersaing dalam memperebutkan pasar. Oleh karena itu apabila perusahaan ingin berhasil dalam arti tercapai target usahanya, diperlukan kebijakan dan strategi yang baik dalam memasarkan produknya. di dalam teori pemasaran ada strategi yang disebut bauran pemasaran (*marketing mix*). Salah satu elemen bauran pemasaran adalah distribusi (*place*). Saluran distribusi harus dilalui sebelum barang yang diproduksi sampai pada konsumen dan berfungsi sebagai jurang pemisah antara produsen dan konsumen. Salah satu masalah yang terdapat di bidang pemasaran adalah distribusi barang dan jasa akan sampai ke tangan konsumen melalui saluran distribusi, baik melalui saluran langsung maupun saluran tidak langsung. Hal ini dikarenakan perusahaan tidak hanya memikirkan bagaimana

memproduksi barang atau jasa sebanyak mungkin, tetapi perusahaan juga berpikir bagaimana cara memasarkan barang dan jasa yang mereka hasilkan dengan baik sampai ke tangan konsumen dan meraih pangsa pasar yang luas. Berkaitan dengan hal di atas maka dapat dikatakan bahwa perusahaan masih belum mampu untuk memenuhi permintaan dari konsumen. Volume penjualan atau *sales value* merupakan penjualan produk. Beberapa hal yang dapat mempengaruhi volume penjualan yaitu produk, harga dan distribusi.

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan konsumen. Produk memiliki kemasan sebagai media menarik konsumen. Kemasan produk sangat penting, kemasan yang berkesan yang mampu mempengaruhi persepsi akan pelanggan kembali lagi atau loyal dan pelanggan akan merasa puas (Suwanto : 2022) Produk dapat berupa sub kategori yang menjelaskan dua jenis seperti barang dan jasa yang ditujukan kepada target pasar (Kotler, 2020:24). Oleh karena itu produk menjadi salah satu yang dipertimbangkan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, barang yang berkualitas tentu akan jadi sasaran utama konsumen. Faktor lain yang mempengaruhi volume penjualan adalah harga. Konsumen biasanya mengidentikkan harga produk yang mahal dengan kualitas yang baik dan apabila harga produk murah, maka konsumen meragukan kualitasnya. Penetapan harga pada suatu produk haruslah sesuai dan wajar. Tingginya harga yang ditawarkan harus sesuai dengan manfaat yang akan diterima oleh konsumen yang mengkonsumsinya. Selanjutnya yang dapat mempengaruhi volume penjualan suatu produk adalah distribusi. Menurut Hepiana & Faqih (2020) Saluran Distribusi yang terdiri dari 4 indikator yaitu Pertimbangan Pasar, Pertiimbangan Produk, Pertimbangan Perusahaan dan Pertimbangan Perantara. Bahwa dengan adanya saluran distribusi yang dilakukan secara efektif, maka akan memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan dan keinginan pembeli dapat saling menguntungkan bagi kedua belah pihak yang membentuk hubungan pemasaran jangka panjang.

PT Pinus Merah Abadi (*Recheese*) merupakan perusahaan yang bergerak di bisnis penjualan dan distribusi dengan jaringan distribusi menyebar keseluruh wilayah Indonesia, baik melalui channel tradisional maupun modern. PT Pinus Merah Abadi memiliki Gudang distribusi yang berlokasi di Kota Metro untuk pendistribusian produk *Recheese*, perusahaan ini telah banyak menyerap tenaga kerja untuk mengisi posisi *canvasser*, untuk itu pihak *canvasser* melanjutkan tujuan perusahaan untuk mendistribusikan produk-produk *Recheese* kepada pengecer produk. Berdasarkan hasil presurvey didapati bahwa sistem pendistribusian produk *recheese* pada PT Pinus Merah Abadi dilakukan melalui beberapa cara yaitu dengan pendistribusian langsung oleh *canvasser* dan pembelian langsung oleh pengecer di Gudang PT Pinus Merah Abadi. Kota Metro merupakan wilayah yang cukup kecil. Sehingga untuk pendistribusian produk di PT Pinus Merah Abadi di Kota Metro *canvasser* harus menjangkau wilayah-wilayah diluar Kota Metro. Karena umumnya pengecer besar di Kota Metro sudah melakukan pengambilan di Gudang PT Pinus Merah Abadi. Meskipun masih ada sebagian pengecer kecil yang masih membutuhkan *canvasser* untuk mendapatkan produk *Recheese*, hal ini memudahkan *canvasser* dalam mencapai target penjualan. Namun permasalahannya adalah banyaknya tenaga *canvasser* menyebabkan para *canvasser* harus menjangkau wilayah lebih jauh ke daerah yang belum dijangkau oleh *canvasser* lain agar dapat mencapai target penjualan. Selain dari permasalahan mengenai target pendistribusian produk *canvasser* juga harus menghadapi *canvasser* lain dari perusahaan pesaing. Umumnya pengecer kecil tidak akan mau menerima produk yang mirip meskipun berbeda merek dagang demi menekan modal. Maka *canvasser* harus lebih ekstra dalam menghadapi *canvasser* dari produk pesaing yang semakin hari semakin bertambah banyak. Berikut ini tabel penjualan produk di PT Pinus Merah Abadi:

Tabel 1 Penjualan Produk Nabati di PT Pinus Merah Abadi Tahun 2022-2023

Bulan	Produk/ var	Harga/ctn	Distribusi/ titik	Volume penjualan
Juli 2022	138 var	Rp. 100.300	1.000	10.000 ctn
Agustus 2022	138 var	Rp. 100.300	1.050	10.210 ctn
September 2022	138 var	Rp. 100.500	1.050	10.180 ctn
Oktober 2022	138 var	Rp. 100.500	1.100	10.100 ctn
November 2022	138 var	Rp. 100.500	1.100	10.000 ctn
Desember 2022	138 var	Rp. 100.750	1.150	10.000 ctn
Januari 2023	138 var	Rp. 100.750	1.150	10.000 ctn
Februari 2023	138 var	Rp. 100.750	1.100	10.000 ctn
Maret 2023	138 var	Rp. 100.800	1.150	10.100 ctn
April 2023	138 var	Rp. 100.800	1.100	10.150 ctn
Mei 2023	138 var	Rp. 100.800	1.100	10.150 ctn

Sumber: Dokumentasi Perusahaan PT. Pinus Merah Abadi, 2023

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat terjadi kecendwerungan penurunan jumlah penjualan pada PT Pinus Merah Abadi terjadi peningkatan di bulan Agustus kemudian terdapat penurunan sejak September dan terjadi stagnansi penjualan pada bulan November dan Desember. Jika hal ini dibiarkan terus terjadi hal yang dikhawatirkan akan dapat mempengaruhi kelangsungan perusahaan. Berdasarkan permasalahan yang ada maka penulis tertarik untuk mengambil judul “Pengaruh Produk, Harga, Distribusi Terhadap Volume Penjualan Produk Nabati PT Pinus Merah Abadi”. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah produk berpengaruh terhadap volume penjualan produk nabati di PT Pinus Merah Abadi. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh positif terhadap volume penjualan produk nabati di PT Pinus Merah Abadi. Untuk mengetahui apakah distribusi berpengaruh terhadap volume penjualan produk nabati di PT Pinus Merah Abadi. Untuk mengetahui apakah produk, harga dan distribusi berpengaruh secara simultan terhadap volume penjualan produk nabati di PT Pinus Merah Abadi.

Pengertian produk menurut Basu Swasta (2018:222) adalah suatu produk adalah kumpulan dari atribut-atribut yang nyata maupun tidak nyata, termasuk di dalamnya kemasan, warna, harga, kualitas dan merk ditambah dengan jasa dan reputasi penjualannya.

Menurut Effendi M. Guntur (2020 : 281), harga adalah : “Sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan atau pemasukan bagi perusahaan serta bersifat fleksibel”.

Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk, sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk. Harga dapat menunjukkan kualitas merk dari suatu produk, dimana konsumen mempunyai anggapan bahwa harga yang mahal biasanya mempunyai kualitas yang baik. Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atas penggunaan suatu barang dan jasa (Tjiptono 2019:58; Putri & Nasikah, 2021). Menurut Kotler (2020;558) “Saluran distribusi adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk atau jasa yang siap digunakan atau dikonsumsi”.

Saluran distribusi merupakan suatu keputusan dari perusahaan untuk menempatkan produk yang dihasilkan, kepada waktu dan tempat yang tepat. Saluran distribusi sering disebut juga dengan saluran perdagangan atau saluran pemasaran. Setiap produsen atau perusahaan berusaha untuk membentuk rangkaian atau struktur yang dapat membantu

tercapainya sasaran perusahaan. Rangkaian atau struktur perantara ini disebut saluran distribusi. Saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produk sampai ke konsumen atau berbagai aktivitas perusahaan yang mengupayakan agar produk sampai ke tangan konsumen (Fuad dan Christine, 2021; 129). Menurut Kotler (2020;558) “Saluran distribusi adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk atau jasa yang siap digunakan atau dikonsumsi”.

Penjualan adalah sebuah usaha atau langkah konkrit yang dilakukan untuk memindahkan suatu produk, baik itu berupa barang atau jasa, dari produsen kepada konsumen sebagai sasarannya. Menurut Abdullah (2019: 23) “Penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian, untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Jadi kegiatan pembelian dan penjualan merupakan satu kesatuan untuk dapat terlaksananya transfer hak dan transaksi”

II. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatory (*eksplanatory research*) yaitu meneliti keterkaitan antar variabel bebas dan variabel terikat. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan atau *field research*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda, dengan menggunakan data *time series* sebagai sampel penelitian.

III. Hasil Dan Pembahasan

A. Hasil

Hipotesis secara statistik dirumuskan sebagai berikut:

$$H_0 : \beta_{x_1} y \leq 0$$

$$H_1 : \beta_{x_1} y > 0$$

Pengujian hipotesis berdasarkan hasil pengujian koefisien β dan t_{hitung} sebagaimana disajikan pada tabel 8 di bawah ini:

Tabel 1 Hasil Pengujian Pengaruh Produk (X_1) terhadap Volume Penjualan (Y)

Sampel	Koefisien β	T_{hitung}	$T_{tabel} (\alpha = 0,05)$
11	0,000	2.757	1.833

Sumber: Hasil Pengolahan Menggunakan SPSS

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel menunjukkan koefisien Produk (X_1) terhadap Volume Penjualan (Y) $\beta = 0,000$ yang memiliki nilai $t_{hitung} = 2.757$ lebih besar dari nilai $t_{tabel} (\alpha = 0,05) = 1.833$. Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka koefisien β signifikan. Dari temuan ini dapat disimpulkan bahwa Produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan (Y).

Hipotesis secara statistik dirumuskan sebagai berikut:

$$H_0 : \beta_{x_2} y \leq 0$$

$$H_1 : \beta_{x_2} y > 0$$

Pengujian hipotesis berdasarkan hasil pengujian koefisien β dan t_{hitung} sebagaimana disajikan pada tabel 2 di bawah ini:

Tabel 2 Hasil Pengujian Pengaruh Harga (X_2) terhadap Volume Penjualan (Y)

Sampel	Koefisien β	T_{hitung}	$T_{tabel} (\alpha = 0,05)$
11	0,011	2.265	1.833

Sumber: Hasil Pengolahan Menggunakan SPSS

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 2 menunjukkan koefisien Harga (X_2) terhadap Volume Penjualan (Y) $\beta = 0,011$ yang memiliki nilai $t_{hitung} = 2.265$ lebih besar dari nilai t_{tabel} ($\alpha = 0,05$) = 1.833. Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka koefisien β signifikan. Dari temuan ini dapat disimpulkan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan (Y).

Hipotesis secara statistik dirumuskan sebagai berikut:

$$H_0 : \beta_{x_2 y} \leq 0$$

$$H_1 : \beta_{x_2 y} > 0$$

Pengujian hipotesis berdasarkan hasil pengujian koefisien β dan t_{hitung} sebagaimana disajikan pada tabel 3 di bawah ini:

Tabel 3 Hasil Pengujian Pengaruh Harga (X_2) terhadap Volume Penjualan (Y)

Sampel	Koefisien β	T_{hitung}	$T_{tabel} (\alpha = 0,05)$
11	0,008	2.768	1.833

Sumber: Hasil Pengolahan Menggunakan SPSS

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 10 menunjukkan koefisien Harga (X_2) terhadap Volume Penjualan (Y) $\beta = 0,008$ yang memiliki nilai $t_{hitung} = 2.768$ lebih besar dari nilai t_{tabel} ($\alpha = 0,05$) = 1.833. Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka koefisien β signifikan. Dari temuan ini dapat disimpulkan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan (Y).

B. Pembahasan

Pengaruh Produk terhadap Volume Penjualan

Hasil analisis menunjukkan bahwa produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan pada PT Pinus Merah Abadi. Produk yang ditawarkan oleh PT Pinus Merah Abadi kepada pelanggan sangat bervariasi sesuai dengan keinginan pasar. Semakin bervariasi produk yang sesuai keinginan konsumen ditawarkan maka akan semakin tinggi pula tingkat volume penjualan. Artinya produk mempengaruhi volume penjualan dengan sifat pengaruh yang positif dan signifikan. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian Wijaya, I Putu Surya Ananta dan I Nyoman Nurcaya (2019) menyimpulkan bahwa pengaruh Produk terhadap volume penjualan dan loyalitas merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan.

Harga terhadap Volume Penjualan

Hasil analisis menunjukkan bahwa Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan pada PT Pinus Merah Abadi. Harga produk Nabati di PT Pinus Merah Abadi dianggap mampu bersaing dengan kompetitor lain. Hal ini berarti semakin tinggi Harga yang dimiliki perusahaan maka akan semakin tinggi pula volume penjualan. Artinya harga mempengaruhi volume penjualan dengan sifat pengaruh yang positif dan signifikan. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian Hepiana & Faqih (2020) menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap volume penjualan.

Pengaruh Distribusi terhadap Volume Penjualan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel distribusi secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan, karena pendistribusian yang dilakukan oleh PT Pinus Merah Abadi dilaksanakan secara merata dan menyeluruh menggunakan pemetaan distribusi yang sistematis. Artinya distribusi mempengaruhi volume penjualan

dengan sifat pengaruh yang positif dan signifikan. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian Wijaya, I Putu Surya Ananta dan I Nyoman Nurcaya (2019) menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh parsial yang signifikan antara distribusi terhadap volume penjualan.

Pengaruh Produk, Harga, dan Distribusi terhadap Volume Penjualan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Produk, dan Harga secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Volume Penjualan, karena harga yang ditawarkan oleh PT Pinus Merah Abadi ditawarkan lebih murah dibanding harga yang ditawarkan kompetitor lain. Artinya produk, harga, dan distribusi secara bersama-sama mempengaruhi volume penjualan dengan sifat pengaruh yang positif dan signifikan. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian Iqbal (2020) menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Produk, Harga dan distribusi terhadap volume penjualan. Ketiga variabel produk, harga dan kualitas pelayanan secara bersama berpengaruh terhadap volume penjualan.

IV. Kesimpulan Dan Saran

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti terkait dengan volume penjualan di PT Pinus Merah Abadi maka dapat disimpulkan:

1. Harga berpengaruh positif terhadap volume penjualan di PT Pinus Merah Abadi.
2. Produk berpengaruh positif terhadap volume penjualan di PT Pinus Merah Abadi.
3. Distribusi berpengaruh positif terhadap volume penjualan di PT Pinus Merah Abadi.
4. Harga, produk dan distribusi secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap volume penjualan di PT Pinus Merah Abadi dengan variabel paling berpengaruh adalah harga.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan, maka peneliti memberikan beberapa saran yaitu sebagai berikut :

1. Kepada pihak PT Pinus Merah Abadi agar dapat terus memperhatikan harga dan produk yang didistribusikan.
2. Kepada *canvasser* diharapkan dapat memperluas pemetaan pendistribusian produk.
3. Kepada peneliti selanjutnya agar dapat menambahkan faktor-faktor lain untuk memperluas kajian mengenai volume penjualan.
4. Kepada peneliti selanjutnya agar dapat memperhatikan harga, produk, dan distribusi untuk mengembangkan volume penjualan.

Daftar Pustaka

- Abdullah, M Ma'ruf. 2019. Manajemen dan Evaluasi Kinerja Karyawan. Yogyakarta:Aswaja Pressindo.
- Annisa, Dewantari. Penerapan Saluran Distribusi Pada Perusahaan PT. Tirta Marwah Mandiri. Universitas Ciputra Surabaya. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis. Volume 3, Nomor 2, Juni 2018
- Basu, Swasta, 2021, Azas – azas Marketing, Edisi ketiga, Liberty, Yogyakarta
- Chatrina, N. F., & Suwanto, S. (2022). Pengaruh Harga, Ketersediaan Produk, Dan Kemasan Terhadap Kepuasan Pelanggan Saus Lombok Mas Pada CV. Indosari Lombok Mas Di Lampung Tengah. Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI, 2(1), 239-247.
- Effendi, M.Guntur, 2020. Transformasi Manajemen Pemasaran. Jakarta: Sagung setto.

- Fuad, M., Christine, H., Nurlela, Sugiarto, dan Paulus, Y.E.F. 2021. Pengantar. Bisnis. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hepiana Patmarina, M. Faqih Wiratama, 2020. Analisis Pengaruh Harga Jual dan Biaya Promosi Terhadap Nilai Penjualan Motor Yamaha Mio M3 pada PT Langgeng Prima Mandiri di Bandar Lampung. Universitas Bandar Lampung
- Iqbal, Muhammad. 2020. Bunga Rampai Manajemen Keuangan. Daerah, Edisi Ketiga. Jogjakarta : Penerbit UPP AMP
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2020. *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Muhammad, Afif Krisdianto. 2020. Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Sari Jaya Kharisma Abadi Di Jombang. STIE Kertanegara Malang
- Putri, E. B., & Nasikah, D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Torabika Coffe Pt Cipta Niaga Semesta (Mayora Group) Di Punggur. *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*, 1(4), 784-795.
- Syahmad Ikhsan Santosa. 2019. Saluran Distribusi Pada CV Mitra Tirta. Skripsi. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Tjiptono. 2019. Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan. Edisi 1. Yogyakarta. Andy.
- Wijaya, I Putu Surya Ananta dan I Nyoman Nurcaya. 2019. Kepuasan Pelanggan Memediasi Kualitas Produk Dan Kewajaran Harga Terhadap Loyalitas Merek Mcdonalds Di Kota Denpasar. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 6, No. 3.