

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP VOLUME PENJUALAN  
AGROINDUSTRI KERIPIK NENAS DI DESA KUALU NENAS  
KABUPATEN KAMPAR**

**Nabila Audean<sup>\*</sup>, Novia Dewi<sup>\*\*</sup> dan Roza Yulida<sup>\*\*</sup>**

**nabilaudean@ymail.com**

**Abstract**

The objective of this study was to analyzed marketing mix on agroindustrialof pineapple chips in Kualu Nenas Village based on 1) variables of marketing mix, 2) sales volume. This study used survey method with 14 pineapple chips maker as respondents which is they selected by sensus method. Data analyzed using descriptive analysis, analysis of the coefficient of determination (R<sup>2</sup>), simultaneous test (F test), partial test (t test), and multiple regressions analysis. The results of this study showed that five variables of the marketing mix, entirely in the category "Pretty Good". The affected variables of marketing mix on volume of sales is variable of product (X1) 123.21 and distribution (X5) 0.052. The author's suggestion to the pineapple chips maker are to be able to utilize the Internet as a media campaign, maintains the certificates present on the packaging and make arrangement stall as attractive as possible.

Keywords: Agroindustry, Pineapple Chips, Marketing Mix, Sales Volume

---

*\*Nabila Audean adalah Mahasiswa Jurusan Agribisnis Faperta Universitas Riau, Pekanbaru*

*\*\*Novia Dewi dan Roza Yulida adalah Staf Pengajar pada Jurusan Agribisnis Faperta Universitas Riau, Pekanbaru*

## **I. PENDAHULUAN**

Desa Kualu Nenas di Kabupaten Kampar merupakan kawasan potensial dalam pengembangan berbagai komoditi pertanian yang salah satunya komoditi nenas dengan produksi mencapai 12.750 ton dari 13.250.000 pohon nenas yang ada (BPS Kabupaten Kampar, 2014). Berdasarkan potensi tersebut maka diperlukan usaha pengolahan nenas yakni agroindustri keripik nenas guna mewujudkan agribisnis yang efektif dan efisien. Tahun 2013 dinyatakan dari 12 agroindustri keripik nenas yang ada di Desa Kualu Nenas mampu berproduksi rata-rata 308,33 Kg perbulannya (Oktari, 2013), namun pada tahun 2014 rata-rata produksi keripik nenas yang dihasilkan turun menjadi 293,36 Kg (Dewi, 2014) dan pada tahun 2015 terjadi penurunan agroindustri menjadi 11 pengrajin yang tentunya juga berpengaruh terhadap rata-rata produksi perbulannya yang turun menjadi 218,18 Kg (Kamal, 2015).

Berdasarkan uraian sebelumnya untuk mengatasi permasalahan pengrajin nenas maka dibutuhkan bauran pemasaran yang dapat meningkatkan produktivitas dan mutu. Dengan demikian memunculkan beberapa perumusan masalah yaitu: (1) Bagaimana perkembangan agroindustri keripik nenas di Desa Kualu Nenas Kabupaten Kampar (2) Bagaimana bauran pemasaran (produk, harga, promosi, tempat, distribusi) keripik nenas di Desa Kualu Nenas Kabupaten Kampar (3) Apakah terdapat pengaruh antara bauran pemasaran (produk, harga, promosi, tempat, distribusi) dengan hasil penjualan keripik nenas di Desa Kualu Nenas Kabupaten Kampar.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah : (1) Mengetahui perkembangan agroindustri keripik nenas di Desa Kualu Nenas Kabupaten Kampar (2) Mengkaji bauran pemasaran (produk, harga, promosi, tempat, distribusi) dari keripik nenas di Desa Kualu Nenas Kabupaten Kampar (3) Menganalisis pengaruh bauran pemasaran (produk, harga, promosi, tempat, distribusi) terhadap volume penjualan keripik nenas di Desa Kualu Nenas Kabupaten Kampar.

## **II. METODE PENELITIAN**

### **2.1. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini akan dilaksanakan di Desa Kualu Nenas Kabupaten Kampar. Kegiatan Penelitian ini dilakukan dari Bulan Desember 2015 hingga Maret 2016. Waktu ini digunakan untuk memperoleh data dan keterangan dari petani dan semua pihak yang terkait dalam penelitian ini.

### **2.2. Metode Pengambilan Sampel dan Data**

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survei yaitu melakukan penelitian langsung di lapangan dengan mewawancarai responden. Populasi dalam penelitian ini, yaitu pengrajin keripik nenas yang berjumlah 14 orang. Responden dalam penelitian ini adalah dari seluruh pengrajin keripik nenas yang ada di Desa Kualu Nenas, sehingga jumlah responden untuk pengrajin keripik nenas adalah 14 orang pengrajin. Teknik pengambilan responden pada penelitian ini menggunakan metode sensus.

Data yang digunakan pada penelitian ini meliputi data primer dan sekunder. Jenis data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini berupa himpunan informasi yang diperoleh dengan metode wawancara dan menggunakan kuesioner terstruktur yang diberikan kepada petani nenas dan pengrajin nenas yang menjadi responden terpilih. Data sekunder yang diperlukan dalam penelitian ini diperoleh dari data yang ada seperti literatur (buku, skripsi, jurnal serta internet) dan instansi yang terkait.

### **2.3. Analisis Data**

#### **A. Analisis Deskriptif**

Analisis Deskriptif digunakan untuk menggambarkan perkembangan agroindustri keripik nenas serta bauran pemasaran yang ada di Desa Kualu Nenas. Langkah awal dalam analisis deskriptif adalah membuat tabel frekuensi sederhana berdasarkan data yang ada dan juga jawaban dari responden. Data tentang perkembangan jumlah pengrajin dan jumlah mesin, serta data tentang bauran pemasaran agroindustri keripik nenas dikelompokkan berdasarkan jawaban yang sama, kemudian ditabulasikan dan dipersentasekan.

#### **B. Analisis kuantitatif**

Perhitungan regresi akan menghasilkan koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang digunakan untuk mengukur tingkat ketepatan yang paling baik dari model regresi yang digunakan, jika  $R^2$  yang diperoleh mendekati 1 (satu), maka semakin kuat model tersebut dalam menerangkan variasi faktor independen (bebas) terhadap faktor dependen (terikat), jika  $R^2$  yang diperoleh mendekati 0 (nol), maka semakin lemah model tersebut dalam menerangkan variasi faktor independen (bebas) terhadap faktor dependen (terikat).

#### **Uji simultan (Uji F)**

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Dimana  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_1$  diterima atau secara bersama-sama variabel bebas dapat menerangkan variabel terikatnya secara serentak. Sebaliknya apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima atau secara bersama-sama variabel bebas tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Pengaruh secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat dapat diketahui signifikan atau tidaknya menggunakan probabilitas sebesar 20% ( $\alpha = 0,2$ ).

#### **Uji parsial (Uji t)**

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikatnya. Dimana  $t_{tabel} > t_{hitung}$ ,  $H_0$  diterima. Dan jika  $t_{tabel} < t_{hitung}$ , maka  $H_1$  diterima, begitupun jika  $sig > \alpha (0,2)$ , maka  $H_0$  diterima  $H_1$  ditolak dan jika  $sig < \alpha (0,2)$ , maka  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima.

Regresi Linear Berganda (Rangkuti, 1997) dengan formulasi yang jika dimasukkan ke dalam variabel penelitian maka dapat diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e_i$$

Dimana :

Y = Peningkatan Volume Penjualan

a = Konstanta (intercept)

X1 = Produk

X2 = Harga

X3 = Promosi

X4 = Tempat

X5 = Distribusi

b = Koefisien Regresi

e I = Galat baku

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Perkembangan Agroindustri

Tabel 1. Perkembangan Pengrajin Keripik Nenas dan Jumlah Mesin

Tahun	Jumlah Pengerajin (Orang)	Persentase (%)	Jumlah Mesin (Buah)	Persentase (%)
2013	12	23.08	20	21.51
2014	15	28.85	39	41.94
2015	11	21.15	14	15.05
2016	14	26.92	20	21.51
Jumlah	52	100.00	93	100.00

Tabel 1 menggambarkan perkembangan jumlah pengrajin dan jumlah

mesin penggorengan (*vacuum frying*) setiap tahunnya. Yulida (2014) menjelaskan didalam penelitiannya selama 2 tahun bahwa pengrajin keripik nenas pada tahun 2013 berjumlah 12 orang dengan persentase 23,08% dan total mesin sebanyak 20 buah dengan persentase 21,51%. Tahun 2014 merupakan tahun yang paling tinggi persentase jumlah pengrajin maupun jumlah mesin selama 4 tahun terakhir, pada tahun ini terdapat 15 orang pengrajin keripik nenas dengan persentase 28,85% dan total 39 mesin dengan persentase 41,94%.

Penelitian Kamal (2015) menyatakan pada tahun 2015 jumlah pengrajin keripik nenas berjumlah 11 orang dengan persentase 21,15% dan jumlah total mesin 14 buah dengan persentase 15,05%. Tahun 2015 adalah tahun yang memiliki persentase jumlah pengrajin dan jumlah mesin terendah selama 4 tahun terakhir. Tahun 2016 terjadi peningkatan jumlah pengrajin keripik nenas dan jumlah mesin menjadi 14 orang pengrajin dengan persentase 26,92% dan total mesin 20 buah dengan perolehan persentase 21,51%.

#### 3.2. Bauran Pemasaran Produk

Tabel 2. Bauran Pemasaran dari Segi Produk

No	Produk (X <sub>1</sub> )	Skor	Kategori
1	Packing produk	3.50	Baik
2	Brand / merek pada kemasan	3.14	Cukup Baik
3	Nomer DINKES pada kemasan	3.29	Cukup Baik
4	P-IRT (Pangan Industri Rumah Tangga)	3.93	Baik
5	Nomer BPOM (Badan Pengawasan Obat dan	2.71	Cukup Baik

No	Produk ( $X_1$ )	Skor	Kategori
6	Makanan) Tanggal kadaluarsa	2.36	Tidak Baik
7	Komposisi	2.79	Cukup Baik
8	Label halal dari MUI (Majelis Ulama Indonesia)	3.43	Baik
Rata-rata total produk ( $X_1$ )		3.14	Cukup Baik

Tabel 2 menyatakan bahwa rata-rata total dari variabel produk ( $X_1$ ) adalah 3,14 dengan kategori “Cukup Baik”. Kategori “Baik” pada indikator yang ada variabel produk adalah *packing* produk, No. P-IRT dan label Halal Kategori “Cukup Baik” yang ada pada indikator dari variabel produk ialah *Brand*, No. DINKES, No. BPOM dan komposisi. Indikator tanggal kadaluarsa berada pada kategori “Tidak Baik”.

### 3.3. Harga

Tabel 3. Bauran Pemasaran dari Segi Harga

No	Harga ( $X_2$ )	Skor	Kategori
1	Harga kemasan kotak	3.36	Cukup Baik
2	Harga kemasan plastic	3.36	Cukup Baik
3	Harga curah	3.14	Cukup Baik
4	Kebijakan sales promosi ( <i>discount</i> )	3.21	Cukup Baik
5	Harga jual ditempat berbeda	2.79	Cukup Baik
6	Harga competitor	3.00	Cukup Baik
7	Pengaruh bahan baku terhadap harga jual keripik nenas	3.14	Cukup Baik
Rata-rata Harga ( $X_2$ )		3.14	Cukup Baik

Tabel 3 menyatakan bahwa rata-rata total dari variabel harga ( $X_2$ ) adalah 3,14 dengan kategori “Cukup Baik”. Dari ketujuh indikator yang ada pada variabel harga, semuanya berada pada kategori “Cukup Baik”

### 3.4. Promosi

Tabel 4. Bauran Pemasaran dari Segi Promosi

No	Promosi ( $X_3$ )	Skor	Kategori
1	Plang nama took	3.57	Baik
2	Promosi pada Kemasan	3.64	Baik
3	Kantung belanja	2.50	Tidak Baik
4	Keikutsertaan dalam pameran	3.36	Cukup Baik
5	Promosi melalui internet	2.29	Tidak Baik
6	Promosi melalui media cetak	2.14	Tidak Baik
Rata-rata total Promosi ( $X_3$ )		2.94	Cukup Baik

Rata-rata total dari variabel promosi ( $X_3$ ) berdasarkan Tabel 3 adalah 2,94 dengan kategori “Cukup Baik”. Kategori “Baik” berada pada indikator Plang nama toko dan promosi pada kemasan. Keikutsertaan dalam pameran mendapat kategori “Cukup Baik”. Indikator Kantung belanja, Promosi melalui internet dan promosi melalui media cetak berada pada kategori “Tidak Baik”.

### 3.5. Tempat

Tabel 5. Bauran Pemasaran dari Segi Tempat

No	Tempat ( $X_4$ )	Skor	Kategori
1	Letak tempat usaha	3.43	Baik
2	Fasilitas parker	3.57	Baik
3	Penataan kios	3.14	Cukup Baik
Rata-rata total tempat ( $X_4$ )		3.38	Cukup Baik

Tabel 5 Menyatakan skor rata-rata total dari variabel tempat ( $X_4$ ) sebesar 3,38 berada pada kategori “Cukup Baik”. Dua dari indikator pada variabel tempat yakni letak tempat usaha dan fasilitas parkir berada pada kategori “Baik”. Indikator penataan kios berada pada kategori “Cukup Baik”.

### 3.6. Distribusi

Tabel 6. Bauran Pemasaran dari Segi Distribusi

No	Distribusi ( $X_5$ )	Skor	Kategori
1	Produksi berdasarkan pesanan	2.93	Cukup Baik
2	Ketepatan waktu	3.21	Cukup Baik
3	Pedagang pengumpul	2.86	Cukup baik
Rata-rata total distribusi ( $X_5$ )		3,00	Cukup Baik

Rata-rata total dari variabel distribusi ( $X_5$ ) memiliki skor 3,00 dan berada pada kategori “Cukup Baik”. Ketiga indikator pada variabel distribusi berada pada kategori “Cukup Baik”.

### 3.7. Volume Penjualan

Tabel 7. Rata - Rata Penjualan Keripik Nenas di Desa Kualu Nenas

Penjualan	Rata-rata penjualan/ bulan (Kg)	Persentase (%)
Curah	84.64	38.93
Kemasan 250 gr	73.79	33.94
Kemasan 100 gr	59	27.14
Total penjualan	217.43	100

Tabel 7 menunjukkan total rata-rata penjualan pengrajin keripik nenas di Desa Kualu nenas adalah 217,43Kg per bulannya. Kemasan yang paling banyak diminati oleh konsumen keripik nenas di Desa Kualu nenas adalah kemasan curah dengan persentase 38,93% dan rata-rata penjualan per bulannya 84,64 Kg. Kemasan 250 gr dengan persentase 33,94% dan rata-rata penjualan 73,79 Kg berada pada posisi kedua. Keripik nenas dengan kemasan 100 gr memiliki persentase 27,14% dan rata-rata penjualan 59 Kg per bulannya.

### Koefisien Determinasi $R^2$

Tabel 8. Tabel Summary Output

Summary Output	
Multiple R	0.74617388
R Square	0.556775459
Adjusted R Square	0.279760121
Standard Error	144.792722
Observations	14

Tabel 8 menunjukkan besarnya koefisien determinasi  $R^2$  untuk bauran pemasaran dalam volume penjualan sebesar 0,5567. Nilai koefisien determinasi menunjuk bauran pemasaran (X) dalam volume penjualan (Y) dapat dijelaskan oleh variabel Produk (X1), Harga (X2), Promosi (X3), Tempat (X4), Distribusi (X5), sebesar 55,67% sedangkan sisanya 44,33% di jelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam persamaan regresi.

### Uji F (Simultan)

Tabel 9. Tabel Uji Anova

	<i>Df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Significance F</i>
Regression	5	210687.9698	42137.59	2.009908	0.181401025
Residual	8	167719.4588	20964.93		
Total	13	378407.4286			

	<i>Coefficients</i>	<i>Standard Error</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-value</i>
Intercept	-679.8468771	394.2041222	-1.72461	0.122884
X Variable 1	123.2168298	68.12390468	1.808716	0.108103
X Variable 2	66.52582747	64.09134523	1.037985	0.32963
X Variable 3	6.786202221	62.78786991	0.108081	0.916593
X Variable 4	61.04968672	53.76039368	1.135589	0.289002
X Variable 5	77.42739297	54.21648012	1.428115	0.191111

Tabel 9 menyatakan besarnya nilai F hitung adalah 2,01 dengan tingkat signifikan 0,18. Hai ini menjelaskan bahwa kemungkinan  $H_0$  ditolak 0,18 sangat kecil atau kebenarannya 82%. Angka-angka diatas menunjukkan adanya pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara bauran pemasaran dari segi produk (X1), harga (X2), promosi (X3), tempat (X4), dan distribusi (X5) terhadap volume penjualan (Y) di Desa Kualu Nenas Kabupaten Kampar.

### Uji parsial (Uji t)

Uji t pada penelitian ini dilihat dari *P-value* pada uji anova dengan ketentuan jika *P-value* < nilai alpha maka variabel tersebut signifikan. Sama halnya jika *P-value* > alpha maka variabel tadi tidak signifikan. Alpha yang digunakan adalah 20% sehingga berdasarkan Tabel 23 pengaruh bauran pemasaran dari segi produk (X1) berpengaruh terhadap volume penjualan dimana nilai *P-value* 0,109 < alpha 0,2 dengan nilai T hitung 1,81 dan taraf signifikan 0,18.

### Uji Koefisien Regresi Berganda

Tabel 9 dan uji parsial (uji t) menunjukkan koefisien bauran pemasaran dari segi produk (X1), dan distribusi (X5) berpengaruh terhadap volume penjualan, sedangkan harga (X2), promosi (X3), dan tempat (X4) tidak berpengaruh dalam volume penjualan. Hai ini dapat disusun dengan persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_5X_5 + e_i$$

$$Y = 679,84 + 123,21X_1 + 77,42X_5 + e_i$$

Persamaan di atas menjelaskan bahwa nilai konstanta (a) sebesar 679,84, berarti jika variabel bauran pemasaran bernilai 0, maka volume penjualan bernilai 679,84 Kg. Nilai koefisien regresi variable Produk ( $b_1$ ) sebesar 123,21 menunjukkan apabila variabel bauran pemasaran dari segi produk ditingkatkan satu satuan, maka akan terjadi peningkatan terhadap volume penjualan (Y) sebesar 123,21 Kg dengan asumsi variabel lainnya tetap atau konstan. Begitu juga dengan nilai koefisien regresi variable Distribusi ( $b_5$ ) sebesar 77,42 menunjukkan apabila variabel bauran pemasaran dari segi Distribusi ditingkatkan satu satuan, maka akan terjadi peningkatan terhadap volume penjualan (Y) sebesar 77,42 dengan asumsi variabel lainnya tetap atau konstan.

#### **IV. KESIMPULAN DAN SARAN**

##### **4.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka dirumuskan kesimpulan penelitian sebagai berikut .

1. Agroindustri keripik nenas di Desa Kualu Nenas berawal tahun 2001 dengan jumlah 2 agroindustri. Tahun 2013 terdapat 12 orang pengrajin keripik nenas dengan total jumlah mesin sebanyak 20 buah. Tahun 2014 merupakan pencapaian jumlah pengrajin keipik nenas terbanyak selama 4 tahun terakhir yakni 15 orang pengrajin dengan total jumlah mesin 39 buah. Tahun 2015 terjadi penurunan menjadi 11 orang pengrajin dengan total mesin sebanyak 14 buah. Tahun 2016 mulai terjadi peningkatan menjadi 14 orang pengrajin dengan total mesin 20 buah.
2. Variabel-variabel Bauran Pemasaran (X) Di Desa Kualu Nenas Kabupaten Kampar seluruhnya berada pada kategori “Cukup Baik”, yakni Produk (X1), Harga (X2), Promosi (X3), Tempat (X4) dan Distribusi (X5).
3. Bauran pemasaran yang berpengaruh terhadap volume penjualan keripik nenas yang ada Di Desa Kulau Nenas Kabupaten Kampar adalah Produk (X1) 123,21. dan Distribusi (X5) 0.052, sedangkan Harga (X2), Promosi (X3), dan Tempat (X4) tidak berpengaruh secara nyata.

##### **4.2. Saran**

Berdasarkan kesimpulan, diperoleh saran penelitian sebagai berikut :

1. Bauran pemasaran untuk keripik nenas yang ada Di Desa Kulau Nenas Kabupaten Kampar dari segi produk harus ditingkatkan lagi, terutama didalam kelengkapan atribut produk seperti pencantuman Nomor Sertifikat Halal, Nomor BPPOM, No dari DINKES, dan juga pencantuman tanggal kadaluarsa pada kemasan.
2. Para pengrajin sebaiknya melakukan promosi dengan memanfaatkan media internet, karena saat ini internet sudah bukan hal yang sulit untuk diakses.

3. Penataan dan kebersihan toko sebaiknya lebih diperhatikan lagi agar pembeli lebih tertarik untuk berbelanja.

## DAFTAR PUSTAKA

- BPS Kampar.2014. *Kampar Dalam Angka*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Kampar, Bangkinang.
- Dewi, P ,S.2014. *Strategi Pemasaran Keripik Nenas Di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar*.Skripsi. Jurusan Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Riau. Pekanbaru
- Kamal, S.2015.*Analisis Pendapatan Dan NilaiTambah Agroindustri Keripik Nenas Dan Keripik Nangka Di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar*. Skripsi. Jurusan Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Riau, Pekanbaru
- Oktari, R ,D.2013. *Analisis Usaha Agroindustri Berbasis Nenas Di Desa Kualu Nenas Kecamatan TambangKabupaten Kampar*. Skripsi. Jurusan Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Riau, Pekanbaru
- Rangkuti, F. 1997. *Riset Pemasaran*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Yulida, R. 2014.*Laporan Monitoring Program PengembanganKapasitas Usaha Project Terdahulu (Ex Project) Klasterisasi Industry KeripikNenasKabupaten Kampar Provinsi Riau*.PermodalanNasionalMadani.Pekanbaru.