



**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP PENJUALAN BARANG PADA
PT.SUMBER BINTANG REJEKI TANGERANG**

Roy Irawan

Universitas Bina Sarana Informatika

(Naskah diterima: 1 September 2020, disetujui: 28 Oktober 2020)

Abstract

Good product quality is one of the requirements that customers want in placing an order for goods, especially in the midst of a lot of competition playing a quality improvement-based marketing strategy. The research was conducted using secondary and primary data collection methods, including observation, interviews, questionnaires and documentation. The sample required for this study amounted to 20 people with the random sampling method, the instrument was tested with validity and reliability, then the standard process of determination coefficient of the two variables was carried out to find the level of relationship and the influence of the determinant of variable x on variable y, while to determine the significance of the effect of product quality. the t-test is carried out on the sale of goods at PT.Sumber Bintang Rejeki Tangerang by looking at the level of significance.

Keywords: *Product Quality, Sales of Goods*

Abstrak

Kualitas produk yang baik merupakan salah satu syarat yang diinginkan pelanggan dalam melakukan pemesanan barang terutama ditengah banyaknya persaingan yang memainkan strategi pemasaran yang berbasis Quality improvement. penelitian dilakukan dengan metode pengumpulan data sekunder dan primer, meliputi observasi, wawancara , penyebaran koesioner serta dokumentasi. sampel yang dibutuhkan untuk penelitian ini berjumlah 20 orang dengan metode random sampling, instrument diuji dengan validitas dan realibitas,selanjutnya dilakukan proses standar koefisien determinasi dari kedua variabel untuk menemukan tingkat hubungan dan pengaruh determinan variabel x terhadap variabel y, sedangkan untuk mengetahui signifikansi pengaruh kualitas produk terhadap penjualan barang pada PT.Sumber Bintang Rejeki Tangerang dilakukan uji-t dengan melihat tingkat signifikansinya.

Kata kunci: Kualitas Produk , Penjualan Barang

I. PENDAHULUAN

Kualitas produk yang baik dalam model pemasaran modern sangat dianjurkan untuk dilakukan perubahan inovasi dalam desain kemasan serta komposisi bahan baku yang berkualitas sehingga didapat produk yang diinginkan pasar, di era modernisasi dan komputerisasi memungkinkan penggunaan aplikasi untuk mendesain kemasan packing yang dinilai memberikan efek stimulasi sehingga tampil menarik dan akhirnya pembeli menginginkan untuk membeli sebuah produk, yang dilakukan PT. sumber bintang rezeki dalam meningkatkan kualitas produksi mereka yaitu dengan mengedepankan keinginan pembeli lewat purchase order dan kesesuaian PO yang diterima lewat Faximale dan email sehingga tidak ada kesalahan dalam produksi serta penyampaian atau distribusi produk tepat pada time line yang sudah disepakati, dalam meningkatkan kualitas produksi PT sumber bintang rejeki juga melakukan pembenahan dari segi fasilitas mesin dengan membeli mesin operator yang multi fungsi sehingga produk bisa lebih cepat selesai dan mengurangi human error atau kesalahan pengerjaan secara perorangan, peningkatan kualitas produksi dilakukan secara kaizen line system yang terintegrasi secara manu-

al dan komputerisasi serta sistem prosedur dilakukan inspeksi secara berkala dengan standar ISO yang dimiliki oleh PT. sumber bintang rejeki, upaya pemasaran secara global, cara kompetitif terus dilakukan meliputi pada harga, produk serta layanan distribusi, cara pemesanan secara online dan konfirmasi pemesanan secara online lebih disukai masyarakat dikarenakan tingkat praktis dan efisiensi. Hal itu tidak luput pada perhatian PT. sumber bintang rejeki untuk menggunakan aplikasi online dalam pemasaran, produksi serta distribusinya. maka PT. sumber bintang rejeki pun membuka layanan online untuk penjualan produk produk mereka, dengan mempertimbangkan tingkat kepuasan pelanggan serta kepercayaan masyarakat terhadap produk produk yang dihasilkan oleh PT sumber bintang rejeki yang dari dulu sudah beroperasi dengan tingkat kualitas produk yang terjamin karena dilakukan dengan standar internasional ISO. PT sumber bintang rejeki memberikan jaminan penggantian apabila barang tidak sesuai dengan PO dan barang yang dikirim tidak sampai pada tujuannya, jaminan tersebut bisa dalam bentuk uang atau pun barang.

Dedikasi PT sumber bintang rejeki bisa dibilang sangat baik, karena apabila kita menelaah tentang jejak kualitas produk serta

layanannya, maka PT. sumber bintang rejeki selain beroperasi cukup lama di tangerang, pembelinya atau pihak buyer nya bisa dari beragam negara baik dari negara asia, amerika dan eropa.

Dari uraian tersebut maka dalam hal ini penulis sangat tertarik untuk meneliti tentang pengaruh kualitas produk terhadap penjualan barang pada PT sumber bintang rejeki.

II. KAJIAN TEORI

2.1 Pengertian Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2012), “kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya”.

Menurut Tjiptono (2012), kualitas “produk adalah tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen”.

Menurut Kotler dan Keller (2012), “kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan”.

Menurut Kotler (2005) produk secara fisik memiliki potensi deferensiasi yang berbeda beda dengan parameter rancangan mencakup:

1. Bentuk: produk dapat dideferensiasi berdasarkan bentuk-ukuran , model atau struktur fisik produk
2. Fitur: sebagian besar produk dapat ditawarkan dengan fitur yang berbeda-beda yang melengkapi fungsi dasar produk
3. Mutu kinerja: sebagian besar produk dibangun menurut salah satu dari empat level kinerja seperti rendah , rata-rata, tinggi dan unggul
4. Mutu kesesuaian: tingkat kesesuaian dan pemenuhan semua unit yang diproduksi terhadap spesifikasi sasaran yang dijanjikan
5. Daya tahan : ukuran usia yang diharapkan atas beroperasinya produk dalam kondisi normal dan atau berat yang merupakan atribut berharga untuk produk-produk tertentu
6. Keandalan: ukuran probabilitas bahwa produk tertentu tidak akan rusak atau gagal dalam priode waktu tertentu
7. Mudah diperbaiki: ukuran kemudahan untuk memperbaiki produk ketika produk itu rusak atau gagal

8. Rancangan: totalitas fitur yang mempengaruhi penampilan dan fungsi produk tertentu menurut yang disyaratkan oleh pelanggan.

2.2 Pengertian Penjualan Barang

Menurut Mulyadi (2008) “Penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan dalam menjual barang atau jasa dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi-transaksi tersebut”.

Penjualan pada dasarnya mempunyai dua jenis yaitu, penjualan tunai dan kredit. Penjualan tunai merupakan salah satu bentuk transaksi dari barang dan jasa. Dalam transaksi penjualan secara tunai ini, penjual langsung menyerahkan barang kepada pihak pembeli setelah pembeli membayar uang kepada penjual. Sedangkan penjualan kredit merupakan ada tenggang waktu antara penyerahan barang atau jasa dalam pembelian, penjualan kredit tidak segera menghasilkan kas tetapi piutang.

1. Penjualan Tunai

Menurut Sarosa (2009), “Penjualan tunai adalah tidak ada jeda waktu yang cukup lama antara penjualan dan pembayaran”.

2. Penjualan Kredit

Menurut Mulyadi (2008) adalah “Penjualan kredit dilaksanakan oleh perusahaan dengan cara mengirimkan barang sesuai dengan order yang diterima dari pembeli dan untuk

jangka waktu tertentu, perusahaan mempunyai tagihan kepada pembeli tersebut”.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan metode pengumpulan data primer dan sekunder, meliputi penyebaran kuesioner, wawancara, observasi, serta dokumentasi. Sampel yang dibutuhkan untuk penelitian ini berjumlah 20 orang dengan metode random sampling dari petugas operator produksi dan admin produksi.

Penentuan instrumen pernyataan pada kuesioner dilakukan dengan melakukan terlebih dahulu validitas instrumen serta juga mengukur kehandalan instrumen tersebut sebagai faktor reliabilitasnya.

Instrumen pernyataan terdiri dari kriteria responden meliputi jenis kelamin dan usia lalu disertai dengan 17 pernyataan yang berkaitan dengan variabel x yaitu kualitas produk serta 17 pernyataan yang berkaitan dengan variabel y yaitu penjualan barang.

Untuk menemukan tingkat hubungan dan pengaruh determinan variabel x terhadap variabel y maka dilakukan validitas dan reliabilitas, selanjutnya dilakukan proses standar determinasi dari kedua variabel.

Setelahnya dilakukan pula proses uji-t dalam tujuan untuk mengetahui apakah terjadi tingkat signifikan pengaruh kualitas produk

terhadap penjualan barang, Kesemuanya dilakukan dengan proses perhitungan SPSS versi 20.

Sebelum dilakukan penelitian ini penulis membuat kerangka pemikiran yang berfungsi untuk menganalisa akan adanya pengaruh kualitas produk terhadap penjualan barang pada PT sumber bintang rejeki.

Gambar 3.1 Kerangka pemikiran



IV. HASIL PENELITIAN

4.1 Kriteria Responden

Penelitian ini dilakukan dengan sampel 20 orang dengan kriteria responden berupa jenis kelamin dan usia, penentuan responden dilakukan secara acak baik dari internal manajerial khusus nya bagian operator produksi dan administrasi produksi pada PT. sumber bintang rejeki, responden diberikan kuesioner dengan berisi pernyataan pernyataan yang salah satunya memberikan identitas usia dan jenis kelamin.

Tabel 4.1 Kriteria Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Laki-laki	%	Perempuan	%
Jumlah	5	25%	15	75%

Maka dari kriteria jenis kelamin diketahui bahwa responden laki-laki berjumlah 5 orang atau 25 % sedangkan responden perempuan berjumlah 15 orang atau 75 %.

Tabel 4.2 Kriteria Responden Berdasarkan Usia

Kriteria Usia	Jumlah	Presentasi
20-25 tahun	5	25%
26-30 tahun	10	50%
31-35 tahun	5	25%
Total	20	100%

Maka dari kriteria usia diketahui bahwa responden berusia 20-25 tahun berjumlah 5 orang atau 25 % , 26-30 tahun berjumlah 10 orang atau 50 % sedangkan responden berusia 31-35 tahun berjumlah 5 orang atau 25 %.

4.2 Validitas Dan Realibilitas

Menurut Sunyoto (2011: 114) “Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner”.

Dalam penelitian ini tingkat validitas dilakukan dengan menggunakan metode *corrected item-total correlation* yaitu mengkorelasikan masing masing skor total item dan melakukan koreksi terhadap nilai koefisien korelasi yang overestimasi (wstimasi nilai yang lebih tinggi dari yang sebenarnya).

Menurut Sunyoto (2011: 110) “reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesio-

ner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk”.

Menurut Sunyoto (2011: 110) “suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach alpha $> 0,60$ ”.

4.2.1 Validitas

Tabel 4.3 Uji Validitas Instrument
Penelitian Variabel X Kualitas Produk

Item-Total Statistics			
Item Butir Pernyataan (Kualitas Produk)	Nilai r hitung Corrected Item-Total Correlation	Nilai r Tabel	Keterangan
X_2	0.51	0,361	VALID
X_3	0.473	0,361	VALID
X_5	0.614	0,361	VALID
X_6	0.931	0,361	VALID
X_9	0.931	0,361	VALID
X_11	0.786	0,361	VALID
X_12	0.86	0,361	VALID
X_13	0.786	0,361	VALID
X_14	0.41	0,361	VALID
X_15	0.897	0,361	VALID
X_17	0.628	0,361	VALID

Dari hasil uji validitas variabel X (Kualitas Produk) didapat angka koefisien lebih besar dari 0,361 sebagai angka kritis , sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat 11 butir pernyataan instrument yang dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian selanjutnya.

Tabel 4.4 Uji Validitas Instrument
Penelitian Variabel Y Penjualan Barang

Item-Total Statistics			
Item butir pernyataan (penjualan produk)	nilai r hitung Corrected Item-Total Correlation	Nilai r tabel	keterangan
Y_2	0.703	0.361	VALID
Y_3	0.760	0.361	VALID
Y_5	0.630	0.361	VALID
Y_6	0.436	0.361	VALID
Y_8	0.506	0.361	VALID
Y_10	0.492	0.361	VALID
Y_12	0.389	0.361	VALID
Y_13	0.888	0.361	VALID
Y_15	0.402	0.361	VALID
Y_17	0.448	0.361	VALID

Dari hasil uji validitas variabel Y (Penjualan Barang) didapat angka koefisien pada 10 butir pernyataan yang kesemuanya lebih besar dari 0,361 sebagai angka kritis , sehingga dapat disimpulkan bahwa butir instrument tersebut dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian selanjutnya.

4.2.2 Realibilitas

Tabel 4.5 Reliabilitas Instrumen Penelitian

VARIABEL	RELIABILITAS ALPHA CRONBACH			
	JUMLAH ITEM	KOEFISIEN (NILAI ALPHA CRONBACH)	NILAI KRITIS	KETERANGAN
KUALITAS PRODUK(X)	11	0.923	0.60	RELIABEL
PENJUALAN PRODUK (Y)	10	0.855	0.60	RELIABEL

Ternyata seluruh instrumen yang akan digunakan untuk menguji, menghasilkan koefisien Alpha Cronbach lebih besar dari 0.60. dengan demikian, seluruh butir instrumen dinyatakan reliabel dan layak untuk digunakan dalam penelitian selanjutnya.

4.2.3 Koefisien determinasi

Tabel 4.6 Nilai Korelasi dan Koefisien

Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.803 ^a	.645	.626	2.757	3.230

a. Predictors: (Constant), KUALITASPRODUK_X

b. Dependent Variable: PENJUALANPRODUK_Y

Berdasarkan output SPSS tersebut diatas, diperoleh koefisien korelasi (R_1) sebesar 0.803 (maka Hubungan antar variabel menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X) Dan penjualan produk (Y) memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat) dan koefisien determinasi (R_1^2) sebesar 0.645 menunjukkan bahwa kualitas produk memberikan pengaruh determinasi 64,5% dibanding dengan faktor-faktor lain.

4.2.4 Koefisien Uji-t

Tabel 4.6 Uji_t

Standardized Coefficients

Model		t	Sig.
1	(Constant)	4.706	.000
	KUALITASPRODUK_X	5.724	.000

- Nilai t hitung positif yang berarti pengaruh yang terjadi adalah positif maka semakin tinggi kualitas produk maka semakin meningkat pula penjualan produk pada PT.Sumber Bintang Rejeki
- Terjadi pengaruh signifikansi kualitas produk terhadap penjualan produk pada PT. Sumber Bintang Rejeki dikarenakan nilai signifikansi kualitas produk sama dengan 0

V. KESIMPULAN

Setelah dilakukan analisis terhadap hasil penelitian dan pengujian hipotesis maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- Koefisien determinasi (R_1^2) sebesar 0.645 menunjukkan bahwa kualitas produk memberikan pengaruh determinasi 64,5% dibanding dengan faktor-faktor lain.
- Terjadi pengaruh signifikansi kualitas produk terhadap penjualan produk pada PT. Sumber Bintang Rejeki dikarenakan nilai signifikansi kualitas produk sama dengan 0

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., dan Armstrong, G. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip, 2005. *Marketing Management; Manajemen Pemasaran*, Penerjemah Benyamin Molan, PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta
- Mulyadi. 2008. *Sistem Akuntansi* Jakarta Salemba Empat
- Sarosa Samiaji.2009. *Sistem Informasi Akuntansi*. Grasindo
- Sunyoto, Danang. 2011, *Praktek SPSS Untuk Kasus*, Nuha Medika, Yoyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.