



Postgraduate Bosowa University Publishing (PBUP)

Indonesian Journal of Business and Management

e-ISSN: 2460-3767 p-ISSN: 2656-6885

<https://postgraduate.universitasbosowa.ac.id/index.php/jbm>



ANALISIS BAURAN PEMASARAN JAMUR TIRAM DI KABUPATEN PANGKEP

Analysis of Oyster Mushroom Marketing Mixing in Pangkep Regency

Yasser Aswad Thamrin¹, Herminawaty Abubakar¹, Hasanuddin Remmang¹

¹Program Studi Manajemen Program Pascasarjana Universitas Bosowa

Email: aswadthamrin602@gmail.com

Diterima: 25 Agustus 2021/Disetujui: 24 Desember 2021

ABSTRAK

Era keterbukaan dalam memasuki pasar global menjadi tantangan pengusaha dalam memacu dan memberikan pelayanan dalam menyalurkan hasil produknya sampai ketangan konsumen yang menjadi target sasaran pasar. Suatu produk, baru dapat dikonsumsi setelah melalui proses kegiatan produksi dan pemasaran. Dengan demikian produksi membentuk terciptanya konsumen, sedangkan pemasaran membentuk terciptanya harga (price), karena itu kegiatan pemasaran berfungsi sebagai penghubung antara produksi dan konsumsi. Sebesar apapun produksi yang dihasilkan tanpa adanya kegiatan pemasaran maka produk tersebut tidak mempunyai nilai apa-apa. Jamur tiram putih dikenal sebagai jamur yang mudah dibudidayakan di daerah tropik dan subtropik. Kebutuhan dan keinginan manusia semakin lama semakin bertambah besar, baik produk makanan, buku, bahkan perumahan. Hal tersebut merupakan suatu indikator bahwa tingkat pendapatan masyarakat semakin tinggi. Jamur tiram dikenal sebagai jamur yang mudah dibudidayakan di daerah tropik dan subtropik. Jamur tiram ini juga termasuk dalam kelompok jamur yang sering dikonsumsi karena memiliki nilai gizi yang tinggi. Jamur tiram menjadi komoditas yang cukup potensial untuk dipasarkan, hal ini terjadi karena permintaan jamur ini sangat tinggi namun produksinya masih rendah. Jamur tiram dibudidayakan pada media yang mengandung unsur C dalam bentuk karbohidrat dalam jumlah yang tinggi. Media harus mengandung unsur N dalam bentuk Amonium atau Nitrat, N-organik atau N-atmosfer. Unsur N ini akan diubah oleh jamur menjadi protein. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bauran pemasaran dari jamur tiram (hasil produksi, harga, dan promosi) yang dapat mempengaruhi jumlah penjualan. Alat analisis yang digunakan adalah uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Hasil analisis menunjukkan bahwa hasil produk, harga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan pada media yang mengandung unsur C dalam bentuk karbohidrat dalam jumlah yang tinggi. Media harus mengandung unsur N dalam bentuk Amonium atau Nitrat, N-organik atau N-atmosfer. Unsur N ini akan diubah oleh jamur menjadi protein. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bauran pemasaran dari jamur tiram (hasil produksi, harga, dan promosi) yang dapat mempengaruhi jumlah penjualan. Alat analisis yang digunakan adalah uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Hasil analisis menunjukkan bahwa hasil produk, harga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Jamur Tiram, Pangkep

ABSTRACT

The era of openness in entering the global market is a challenge for entrepreneurs in spurring and providing services in distributing their products into the hands of consumers who are the target market. A product can only be consumed after going through the process of production and marketing activities. Thus production forms the creation of consumers, while marketing forms the creation of prices (price), therefore marketing activities function as a liaison between production and consumption. No matter how big the production is without any marketing activities, the product has no value. White oyster mushrooms are known as mushrooms that are easily cultivated in the tropics and subtropics. Human needs and wants are getting bigger and bigger, both food products, books, and even housing. This is an indicator that the level of community income is getting higher. Oyster mushrooms are known as mushrooms that are easily cultivated in the tropics and subtropics. Oyster mushrooms are also included in the group of mushrooms that are often consumed because they have high nutritional value. Oyster mushroom is a potential commodity to be marketed, this happens because the demand for this mushroom is very high but its production is still low. Oyster mushrooms are cultivated on media containing high amounts of

C in the form of carbohydrates. The media must contain N elements in the form of Ammonium or Nitrate, N-organic or N-atmosphere. These N elements will be converted by the fungus into protein. This study aims to analyze the marketing mix of oyster mushrooms (product yield, price, and promotion) which can affect the amount of sales. The analytical tools used are classical assumption test and hypothesis test. The results of the analysis show that the results of the product, price and promotion have a positive and significant effect on sales volume on media containing element C in the form of carbohydrates in high amounts. The media must contain N elements in the form of Ammonium or Nitrate, N-organic or N-atmosphere. These N elements will be converted by the fungus into protein. This study aims to analyze the marketing mix of oyster mushrooms (product yield, price, and promotion) which can affect the amount of sales. The analytical tools used are classical assumption test and hypothesis test. The results of the analysis show that the results of the product, price and promotion have a positive and significant effect on sales volume.

Keywords: Marketing Mix, Oyster Mushroom, Pangkep



This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

1. PENDAHULUAN

Era keterbukaan dalam memasuki pasar global menjadi tantangan pengusaha dalam memacu dan memberikan pelayanan dalam menyalurkan hasil produksinya sampai ketangan konsumen yang menjadi target sasaran pasar. Perubahan ekonomi yang terjadi akibat krisis moneter yang berkepanjangan memberikan dampak signifikan terhadap roda perekonomian bangsa sehingga mengalami perubahan radikal dalam dua dasawarsa terakhir ini. Kondisi persaingan yang semakin tajam mendorong perusahaan untuk menetapkan serangkaian strategi untuk memenangkan persaingan (Hitt *et al.*, 2004).

Setiap organisasi perusahaan dalam menjalankan bisnisnya bertujuan untuk memperoleh laba (profit) agar tetap survive. Besarnya laba yang dicapai perusahaan akan mempengaruhi kualitas perusahaan dalam dunia bisnis. Untuk mendapatkan laba yang semaksimal mungkin atas kegiatan usahanya maka manajer senantiasa dituntut agar mampu mengelola perusahaan dengan baik sehingga mampu mendapatkan tingkat efisiensi yang maksimal dari penggunaan modalnya.

Suatu produk, baru dapat dikonsumsi setelah melalui proses kegiatan produksi dan pemasaran. Dengan demikian produksi membentuk terciptanya konsumen, sedangkan pemasaran membentuk terciptanya harga (price), karena itu kegiatan pemasaran berfungsi sebagai penghubung antara produksi dan konsumsi. Sebesar apapun produksi yang dihasilkan tanpa adanya kegiatan pemasaran maka produk tersebut tidak mempunyai nilai apa-apa. dan terciptanya nilai karena adanya kebutuhan melalui konsumsi (Craven, 1993; Hawkins *et al.*, 2006).

Kebutuhan dan keinginan manusia semakin lama semakin bertambah besar, baik produk makanan, buku, bahkan perumahan. Hal tersebut merupakan suatu indikator bahwa tingkat pendapatan masyarakat semakin tinggi. Karena itu adalah sangat penting membedakan antara kebutuhan, keinginan dan permintaan. Kebutuhan (human needs) adalah ketidakberadaan beberapa kepuasan dasar. Manusia membutuhkan makanan, pakaian, tempat berlindung, keamanan, hak milik, dan harga diri. Kebutuhan tersebut tidak diciptakan oleh masyarakat maupun pasar, melainkan hakikat biologis yang dimiliki manusia (Purwadi, 2005).

Dasar pemikiran tumbuhnya kegiatan pemasaran dimulai dari timbulnya kebutuhan dan keinginan manusia yang beragam. Manusia membutuhkan makanan, udara, air, pakaian, dan tempat berlindung untuk bertahan hidup. Lebih dari itu manusia menginginkan kebutuhan lain seperti rekreasi, pendidikan, dan jasa-jasa lainnya. Manusia sebagai masyarakat konsumen memiliki berbagai referensi yang sangat kuat terhadap berbagai jenis merek tertentu dari berbagai produk dan jasa.

Jamur tiram dikenal sebagai jamur yang mudah dibudidayakan di daerah tropik dan subtropik. Jamur tiram ini juga termasuk dalam kelompok jamur yang sering dikonsumsi karena memiliki nilai gizi yang tinggi. Jamur tiram menjadi komoditas yang cukup potensial untuk dipasarkan, hal ini terjadi karena permintaan jamur ini sangat tinggi namun produksinya masih rendah, sehingga peluang untuk membudidayakannya terbuka (Chazali dan Putri, 2009).

Pada umumnya substrat atau media tanam yang digunakan dalam budidaya jamur tiram adalah serbuk gergaji kayu sengon karena mengandung selulosa, hemiselulosa dan lignin yang dapat mempercepat tumbuh jamur. Konsekuensi akan timbul masalah apabila serbuk gergaji sulit diperoleh, walaupun ada harganya cukup mahal. Hal ini terjadi karena potensi hutan saat ini berkurang dan dibatasi. Selain itu pemanfaatan serbuk gergaji juga untuk pembuatan arang aktif, briket arang, campuran pembuatan batako dan lain-lain. Upaya untuk mengantisipasi hal tersebut perlu dicari substrat alternatif yang tersedia dan mudah didapat. Alternatif bahan yang bisa digunakan untuk menggantikan serbuk gergaji kayu salah satunya adalah berbagai limbah pertanian (Hariadi *et al.*, 2013).

Komposisi dan kandungan nutrisi jamur tiram putih segar untuk setiap 100 gram terdiri atas 360 kalori, dengan kadar air 92,2 persen. Kandungan protein 10,5 sampai 30,4 persen, karbohidrat 56,6 persen, lemak 1,7 sampai 2,2 persen, thiamin 0,20 miligram, riboflavin (Vitamin B2) 4,7 sampai 4,9 miligram, Vitamin C 36 sampai 56,6 miligram, niacin 77,2 miligram. Kandungan serat 12 persen dan kadar abu 9,1 persen (Maulana, 2012).

Jamur tiram dibudidayakan pada media yang mengandung unsur C dalam bentuk karbohidrat dalam jumlah yang tinggi. Media harus mengandung unsur N dalam bentuk Amonium atau Nitrat, N-organik atau N-atmosfer. Unsur N ini akan diubah oleh jamur menjadi protein. Syarat

lain itu media tumbuh jamur juga mengandung unsur Ca yang berfungsi untuk menetralkan asam oksalat yang dikeluarkan oleh miselium, pH antara lima koma lima sampai enam koma lima, kelembaban 68%, CO₂ kurang dari satu persen, suhu sekitar 23o -25oC dan memiliki partikel yang agak kasar supaya tidak mudah memadat, sehingga tidak menghambat ruang pertumbuhan miselium (Djariah dan Nunung, 2009).

Pada umumnya substrat atau media tanam yang digunakan dalam budidaya jamur tiram adalah serbuk gergaji kayu sengon karena mengandung selulosa, hemiselulosa dan lignin yang dapat mempercepat tumbuh jamur. Konsekuensi akan timbul masalah apabila serbuk gergaji sulit diperoleh, walaupun ada harganya cukup mahal. Hal ini terjadi karena potensi hutan saat ini berkurang dan dibatasi. Selain itu pemanfaatan serbuk gergaji juga untuk pembuatan arang aktif, briket arang, campuran pembuatan batako dan lain-lain. Upaya untuk mengantisipasi hal tersebut perlu dicari substrat alternatif yang tersedia dan mudah didapat. Alternatif bahan yang bisa digunakan untuk menggantikan serbuk gergaji kayu salah satunya adalah berbagai limbah pertanian (Hariadi dkk, 2013). Dari uraian diatas maka penulis tertarik untuk meneliti Analisis Pembaharuan Pemasaran Jamur Tiram Di Kabupaten Pangkep.

2. METODE

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif, dimana data penelitian berupa angka-angka dan di analisis menggunakan statistik. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Survei adalah metode riset yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu dan menggunakan kuesioner sebagai salah satu alat penggalan data. Tujuan dari metode ini yaitu untuk memperoleh informasi mengenai hal yang akan diteliti kepada sejumlah responden yang dianggap mewakili suatu populasi.

b. Populasi dan Sampel

Populasi yaitu sekumpulan objek yang akan dijadikan sebagai bahan penelitian (penelaahan) dengan ciri mempunyai karakteristik yang sama. Sedangkan, menurut Sugiyono populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dapat dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Sampel yaitu bagian dari populasi (contoh) untuk dijadikan sebagai bahan penelaahan dengan harapan contoh yang diambil dari populasi tersebut dapat mewakili (representatif) terhadap populasinya. Jumlahnya sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, karena jumlah populasi tidak diketahui dan tidak terhingga.

c. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen (variabel bebas) merupakan variabel yang

dapat mempengaruhi atau yang menjadi sebab timbulnya variabel dependen (variabel terikat). Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel independen adalah produk, harga dan promosi.

Sedangkan variabel dependen (variabel terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel independen (variabel bebas). Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel dependen adalah keputusan pembelian.

d. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh dan dikumpulkan langsung dari hasil wawancara pembeli jamur tiram di Kabupaten Pangkep. Sedangkan data sekunder adalah sumber data dan penelitian yang diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku, catatan, bukti yang telah ada, atau arsip baik yang dipublikasikan secara umum.

e. Teknik Pengumpulan Data

1) Kuesioner

Kuesioner merupakan instrumen terpenting untuk mengumpulkan data yang dilakukan dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan secara tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang paling efektif dan efisien apabila peneliti mengetahui variabel yang akan diukur dan mengerti apa yang diharapkan dari responden.

2) Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin mengetahui hal tertentu dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit. Data yang diperoleh dari hasil wawancara kepada narasumber tersebut nantinya akan digunakan dalam bab pembahasan untuk mendukung data yang diperoleh dari kuesioner.

3) Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu menggali data tentang suatu hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen, agenda, dan sebagainya. Dokumentasi merupakan sumber data yang secara tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, baik melalui orang lain maupun dokumen.

f. Teknis Analisis Data

1) Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data penelitian yang diperoleh berdistribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan cara Uji Kolmogorov Smirnov. Apabila nilai probabilitas >0,05 maka data tersebut dinyatakan berdistribusi normal, begitupula sebaliknya.

Uji Linearitas

Uji Linearitas digunakan untuk mengetahui linear atau tidaknya hubungan antar masing-masing variabel penelitian. Apabila nilai signifikansi > 0,05 maka dapat

dinyatakan terdapat hubungan yang linier antar masing-masing variabel.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas dengan menghitung koefisien korelasi ganda dan membandingkannya dengan koefisien korelasi antar variabel bebas. Selain itu, uji digunakan untuk mengetahui kesalahan standar estimasi model dalam penelitian. Apabila nilai $VIF < 10$ dan atau nilai $Tolerance > 0,1$ maka dapat disimpulkan tidak terdapat masalah multikolinearitas, begitupula sebaliknya.

Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas artinya varians variabel dalam model tidak sama. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk melihat adanya kasus heteroskedastisitas adalah dengan melakukan Uji Glejser. Uji ini mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Jika residual memiliki varians yang sama disebut homoskedastisitas. Dan jika variansnya tidak sama disebut heteroskedastisitas. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, begitupula sebaliknya.

2) Uji Hipotesis

Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh tiga atau lebih variabel, yang terdiri dari satu variabel terikat dan dua atau lebih variabel bebas. Untuk dapat mengetahui hal tersebut, peneliti menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y : variabel terikat

a : konstanta

b_1, b_2, b_3 : koefisien regresi

X_1, X_2, X_3 : variabel bebas (produk, harga, promosi)

e : error

Uji T

Uji T digunakan untuk dapat mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara parsial (individu) terhadap variabel terikat, dengan memperhatikan tingkat signifikansi yaitu 0,05. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Apabila $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, begitupula sebaliknya.

Uji F

Uji F digunakan untuk dapat mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikat. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat dinyatakan variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, begitupula sebaliknya.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk dapat mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat dapat ditunjukkan dalam

SPSS, koefisien determinasi terletak pada Model Summary dan tertulis R Square. Jika nilai R^2 kecil maka kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Karakteristik Responde

Jenis kelamin yaitu menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kemampuan seseorang dalam menentukan pilihan untuk membeli suatu produk. Karena ada beberapa keputusan yang dilakukan oleh laki-laki dan perempuan mempunyai perbedaan. Berdasarkan data yang diperoleh dari responden pembeli jamur tiram di UD. Wahyu Makmur dapat dikelompokkan menurut jenis kelamin. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki - Laki	33	46,5	46,5	46,5
	Perempuan	38	53,5	53,5	100,0
	Total	71	100,0	100,0	

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa dari jumlah responden 71 orang, didominasi oleh perempuan sebanyak 38 orang (53,5%), dimana jumlah ini besar dibandingkan dengan responden laki – laki sebanyak 33 orang (46,5%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pembeli jamur tiram di UD. Wahyu Makmur adalah jenis kelamin perempuan.

Tabel 3 Hasil Jawaban Responden Untuk Pernyataan Variabel Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20 - 30 tahun	13	18,3	18,3	18,3
	31 - 40 tahun	34	47,9	47,9	66,2
	> 40	24	33,8	33,8	100,0
	Total	71	100,0	100,0	

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa jumlah responden dalam penelitian ini didominasi oleh kalangan usia produktif dengan kisaran usia 31 – 40 tahun yaitu sebanyak 34 orang dengan jumlah persentase 47,9 % dari total keseluruhan responden. Kemudian, usia 20 – 30 tahun sebanyak 13 orang dengan persentase 18,3% dari jumlah keseluruhan responden. Sedangkan usia diatas 40 tahun sebanyak 24 orang . Hal ini menunjukkan bahwa usia 31-40 tahun lebih sering membeli produk jamur tiram di UD. Wahyu Makmur

2) Pengaruh Produk Terhadap Volume Penjualan

Berdasarkan hasil dari uji statistik yang telah dilakukan, diketahui bahwa hasil produk berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan, hal ini dibuktikan dari hasil nilai probabilitas signifikansi ($P\text{-Value}$) = $0,02 < 0,05$ dengan nilai t hitung sebesar 3,913 dan nilai t table sebesar 1,996 dikarenakan nilai t hitung >

t table. Dengan menunjukkan hasil positif hal ini berarti hasil produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk jamur tiram dari para konsumen. Dengan kata lain produk yang dihasilkan oleh UD.Wahyu Makmur sudah berkualitas dengan baik dengan menggunakan bibit dan perawatan jamur yang baik ini menghasilkan produk yang berkualitas serta dengan menjaga sterilisasi dalam proses hasil panen jamur dan menjaga agar produk tetap segar hingga sampai kepada tangan pelanggan itulah salah satu yang menjadi keputusan bagi konsumen untuk membeli produk jamur tiram produksi dari UD.Wahyu Makmur.

Penelitian ini didukung dan sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Tiris Sudrartono yang menyatakan bahwa produk berpengaruh terhadap volume penjualan produk Fashion UMK (Usaha Mikro Kecil) pada tahun 2019 yang berkesimpulan dari hasil responden yang menyatakan hal tersebut sebesar 76% dan uji regresi yang diketahui besar pengaruh segmentasi pasar terhadap tingkat penjualan produk sebesar 0,244 yang menunjukkan peningkatan positif. Serta berdasarkan penhujia T diperoleh nilai yang signifikan.

3) Pengaruh Harga Terhadap Volume Penjualan

Berdasarkan hasil dari uji statistik yang telah dilakukan, diketahui bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan, hal ini dibuktikan dari hasil nilai probabilitas signifikansi ($P\text{-Value}$) = $0,018 < 0,05$ dengan nilai t hitung sebesar 3,62 dan nilai t tabel sebesar 1,996 dikarenakan nilai t hitung $> t$ tabel. Dengan menunjukkan hasil signifikan hal ini berarti harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli hasil produk dengan kata lain produk jamur tiram telah sesuai dengan daya beli dari para konsumen. Variabel harga tentunya sangat berpengaruh untuk peningkatan penjualan dikarenakan harga menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk membeli suatu produk dan tentunya itu telah menjadi hukum permintaan dan penawaran dimana jika harga relatif murah maka permintaan akan semakin meningkat tentunya inilah juga yang menjadi acuan dari UD.Wahyu Makmur yang memberikan harga relatif terjangkau untuk para konsumen dimana konsumen dapat mengkonsumsi jamur tiram yang berkualitas baik serta harga yang relatif murah.

Penelitian ini didukung dan sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Gigih Made yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap volume penjualan produk surat kabar harian suara merdeka yang berkesimpulan dari hasil uji t dimana t hitung sebesar $12,249 > t$ tabel sebesar 1,984 yang artinya ada hubungan variabel harga terhadap keputusan pembelian surat kabar harian suara merdeka dengan semakin murah harga produk akan meningkatkan penjualan.

4) Pengaruh Promosi Terhadap Volume Penjualan

Berdasarkan hasil dari uji statistik yang telah dilakukan, diketahui bahwa promosi berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan, hal ini dibuktikan dari hasil nilai probabilitas signifikansi ($P\text{-Value}$) = $0,038 < 0,05$ dengan nilai t hitung sebesar 2,112 dan nilai t tabel sebesar 1,996 dikarenakan nilai t hitung $> t$ tabel. Dengan menunjukkan hasil signifikan hal ini berarti promosi berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli hasil produk dengan kata lain promosi dapat meningkatkan daya tarik pembeli atau konsumen dalam membeli produk jamur tiram. Promosi yang baik tentunya juga dapat mendukung peningkatan penjualan produksi, dimana semakin gencar dalam mempromosikan suatu produk tentunya masyarakat juga semakin mengenal produk yang dihasilkan dan itu adalah yang menjadi harapan bagi produsen. UD Wahyu Makmur juga telah melakukan berbagai promosi baik melalui media cetak dan social media, ini membuktikan promosi bekerja efektif karena produk yang dihasilkan kini telah didistribusikan ke berbagai daerah diluar dari Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan.

Penelitian ini didukung dan sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Elsabet Togoy, henny Stientje Tarore dan Tinneke Meyske Tumbel yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap volume penjualan produk surat kabar harian suara merdeka yang berkesimpulan dari hasil uji t hitung sebesar $7,563 > t$ tabel sebesar 1,687 yang artinya ada hubungan variabel promosi terhadap penjualan dari koperasi serba usaha baliem arbica dimana promosi mampu memberikan pengaruh yang positif dalam peningkatan penjualan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa hasil produk, harga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Cravens, D.W., Ingram, T.N., LaForge, R.W. and Young, C.E. (1993), —*Behavior-based and outcome-based salesforce control systems*—, Journal of Marketing, Vol. 57 No. 4, pp. 47-59.
- Djarijah dan Nunung. 2009. “Jamur Tiram Pembibitan, Pemeliharaan dan Pengendalian Hama-Penyakit”. Yogyakarta : Penerbit : Kanisius.
- Hariadi, Nurul., dkk. (2013). “Studi Pertumbuhan dan Hasil Produksi Jamur Tiram Putih (*Pleurotus ostreatus*) Pada Media Tumbuh Jerami Padi dan Serbuk Gergaji”. Jurnal Produksi Tanaman Vol.1.No.1. Jawa Timur : Universitas Brawijaya
- Hariadi, Nurul., dan Setyobudi, L. (2013). “Studi Pertumbuhan Dan Hasil Produksi Jamur Tiram Putih (*Pleurotus Ostreatus*) pada Media Tumbuh Jerami Padi dan Serbuk Gergaji”. Jurnal Produksi Tanaman. Vol 1. No 1. Hal : 47-53.

- Hawkins, del I., Mothersbaugh, David L., and Best, Roger J. (2007). *Consumer Behavior, 10th Edition*. McGraw Hill Australia.
- Hitt, Michael A. et al. 2004. *Strategic Management: Competitiveness and Globalization; concepts. 6th edition*. New York: West Publishing Co.
- Maulana, Erie. 2012. *Panen Jamur Tiram tiap Musim*. Yogyakarta: Lily Publisher.
- Purwadi, 2005, *Upacara Tradisional Jawa, Menggali Untaian Kearifan Lokal*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Syammahfuz, Chazali & Putri Sekar Pratiwi. 2009. *Usaha Jamur Tiram Skala Rumah Tangga*. Bogor: Penebar Swadaya.