

Pengaruh Inovasi Produk Dan Periklanan Terhadap Volume Penjualan Pada Toko Gunung Teknik Medan

* **Ngiw Aman Harja¹, Brilian Moktar²**

¹Sekolah Tinggi Ilmu Eka Prasetya, Indonesia

ngiwaman@gmail.com

***Penulis Korespondensi**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Inovasi Produk dan Periklanan terhadap Volume Penjualan pada Toko Gunung Teknik. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh toko yang telah melakukan pembelian pada Toko Gunung Teknik periode 2019. Dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 265 responden. Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Inovasi Produk dan Periklanan secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan pada Toko Gunung Teknik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Inovasi Produk dan Periklanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan pada Toko Gunung Teknik. Hasil penelitian ini didukung oleh nilai R square (R²) yang artinya bahwa Inovasi Produk dan Periklanan mempunyai pengaruh terhadap Volume Penjualan pada Toko Gunung Teknik. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti harga, penjualan personal, lokasi, kualitas produk, kualitas pelayanan dan perilaku konsumen.

Kata Kunci : *Inovasi Produk ; Periklanan ; Volume Penjualan*

The Influence of Product Innovation and Advertising on Sales Volume at Gunung Teknik Medan Store

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Product Innovation and Advertising on Selling Volume at Gunung Teknik Stores. The population in this study were all stores that had made purchases at the Gunung Teknik Store in 2019. Using the Slovin formula with an error rate of 5%, a total sample of 265 respondents was obtained. The results of the research analysis show that Product Innovation and Advertising partially have a positive and significant effect on Selling Volume at Gunung Gunung Store. The results showed that Product Innovation and Advertising simultaneously have a positive and significant effect on Selling Volume at Gunung Gunung Store. The results of this study are supported by the value of R square (R²) which means that Product Innovation and Advertising have an effect on Selling Volume at Gunung Teknik Stores. While the remaining is effected by other factors originating from outside this research model such as price, personal sales, location, product quality, service quality and consumer behavior.

Keywords : *Product Innovation ; Advertising ; Selling Volume*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara yang terkena dampak globalisasi (modernisasi). Modernisasi adalah perubahan menuju kearah yang lebih baik dan lebih maju. Modernisasi sendiri tidak jauh dari kata perkembangan teknologi, banyaknya permintaan dan kebutuhan masyarakat akan barang-barang di bidang teknik untuk pemenuhan kebutuhan rumah tangga maupun usaha semakin meningkat, selain itu pertumbuhan ekonomi yang semakin tinggi menyebabkan masyarakat tidak mau kalah bersaing meningkatkan kemampuannya.

Penjualan produk dapat disebabkan oleh kegiatan salah satu bauran pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan yaitu periklanan. Untuk itu, keberadaan periklanan merupakan salah satu bentuk komunikasi yang dilakukan perusahaan kepada konsumen maupun masyarakat yang menyampaikan informasi mengenai produknya. Pada saat ini periklanan banyak digunakan oleh perusahaan untuk memperkenalkan produknya oleh karena periklanan dapat menjangkau berbagai kalangan baik masyarakat ekonomi kelas bawah sampai ekonomi kelas atas karena iklan dapat menjangkau daerah pelosok sekalipun dengan menggunakan media sosial, seperti Whatsapp. Selain itu, keberadaan periklanan merupakan bagian penting dalam aktivitas rutin tiap perusahaan terutama bagi perusahaan barang dagang karena tiap adanya produk baru dan manfaatnya maka perlu melakukan kegiatan iklan agar dapat memperkenalkan kepada konsumen ataupun masyarakat sehingga dapat diketahui produk terbaru beserta manfaatnya. Untuk dapat melakukan kegiatan periklanan dengan tepat, maka sebelumnya perusahaan haruslah terlebih dahulu mempunyai tujuan yang jelas dan merumuskan langkah-langkah yang akan dilakukan secara akurat dan transparan agar pada saat kegiatan periklanan berjalan tidak ditemukan kendala. Biaya iklan yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk tahap awal dalam memperkenalkan produknya pada konsumen biasanya cukup besar dan tiap perusahaan mempunyai anggaran untuk iklan yang berbeda-beda sesuai dengan cakupan pasar dan tujuan yang hendak dicapai.

Gunung Teknik Medan merupakan salah satu toko yang bergerak di bidang penjualan produk teknik diantaranya bor, grenda, chainsaw, penyedot debu, blower, hammer, table saw, circular saw, planer dan sebagainya. Banyaknya jenis produk teknik yang dijual oleh perusahaan menunjukkan bahwa tiap konsumen mempunyai kebutuhan yang berbeda-beda sehingga perusahaan menjual berbagai produk tersebut sehingga diharapkan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Disamping itu, banyaknya produk yang dijual oleh perusahaan selain dikarenakan banyak kebutuhan masyarakat di bidang teknik juga karena tingkat persaingan usaha saat ini semakin ketat dan kompetitif sehingga pemilik perusahaan perlu mencari cara dan solusi yang tepat dan efektif agar dapat mendorong penjualan perusahaan sesuai dengan target yang ditetapkan. Adapun upaya yang dilakukan oleh perusahaan agar kelangsungan usaha dapat berjalan lancar yakni melalui inovasi produk-produk teknik terbaru dan melakukan iklan atas produk terbaru kepada konsumen.

Toko Gunung Teknik Medan melakukan inovasi produk dari tiap jenis produk teknik

yang dibutuhkan oleh pasar dengan mengikuti perubahan selera dan kebutuhan konsumen sehingga setiap beberapa bulan sekali dalam hal ini setiap enam bulan sekali perusahaan menyediakan persediaan teknik yang baru dari pabrik maupun distributor. Hal ini dilakukan oleh perusahaan dikarenakan disadari bahwa kebutuhan konsumen dari waktu ke waktu terus berkembang dan berubah sehingga bila tidak diikuti maka dikhawatirkan konsumen akan beralih pada pesaingnya karena perusahaan tidak melakukan pembaharuan atas produk tekniknya. Produk yang ditawarkan oleh perusahaan menjadi bagian penting dalam aktivitas pemasaran setiap tahunnya sehingga hal ini menjadi perhatian utama bagi pemilik perusahaan untuk memberikan prioritas dengan mengikuti perkembangan dan kebutuhan konsumen yang setiap waktunya dapat berubah sesuai dengan tingkat kebutuhan yang semakin meningkat.

Disamping inovasi produk di atas yang dilakukan oleh pemilik perusahaan untuk mendorong penjualannya, pemilik perusahaan juga melakukan kegiatan iklan atas produk-produk teknik yang terbaru kepada konsumen dan masyarakat beserta manfaat yang dapat diperoleh bila menggunakan produk tersebut. Iklan dilakukan oleh perusahaan dengan menggunakan media sosial. Hal ini dilakukan agar melalui pemasangan iklan dapat menjangkau masyarakat di luar kota Medan seperti Pematang Siantar, Tebing, Lubuk Pakam, Rantau Prapat dan beberapa daerah lainnya. Disisi lain, jangka waktu iklan yang dilakukan oleh perusahaan pada hari kerja yaitu dari hari Senin sampai dengan Sabtu untuk penayangan iklan di media sosial. Selain media sosial, perusahaan juga mencetak brosur dan katalog yang berisi produk teknik yang terbaru beserta spesifikasi dan manfaatnya untuk produk andalan yang banyak dicari oleh konsumen seperti sparepart mesin Maktec dan beberapa merek lainnya.

KAJIAN LITERATUR

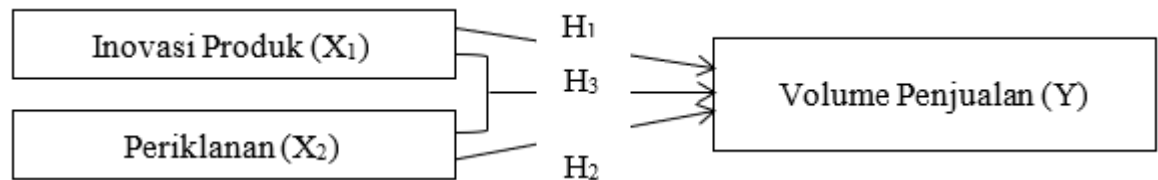
Menurut Ngalimun, dkk (2019:228), Penjualan merupakan tujuan utama dilakukannya kegiatan perusahaan. Oleh karena itu, penjualan memegang peranan penting bagi perusahaan agar produk yang dihasilkan perusahaan dapat terjual dan memberikan penghasilan bagi perusahaan. Menurut Lestari (2019:5), Inovasi adalah upaya perusahaan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dan informasi, untuk memodifikasi serta mentransformasi ide hingga komersialisasi produk baru ke pasar yang tujuan akhirnya yaitu memenuhi kebutuhan konsumen.

Berikut pengujian hipotesis penelitiannya :

- H1. Diduga adanya pengaruh Inovasi Produk terhadap Volume Penjualan pada Toko Gunung Teknik Medan.
- H2. Diduga adanya pengaruh Periklanan terhadap Volume Penjualan pada Toko Gunung Teknik Medan.

H3. Diduga adanya pengaruh Inovasi Produk dan Periklanan terhadap Volume Penjualan pada Toko Gunung Teknik Medan.

Kerangka teoritis dalam penelitian ini akan menjelaskan hubungan antara masing-masing variabel yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



Gambar 1. Kerangka Teoritis

METODE

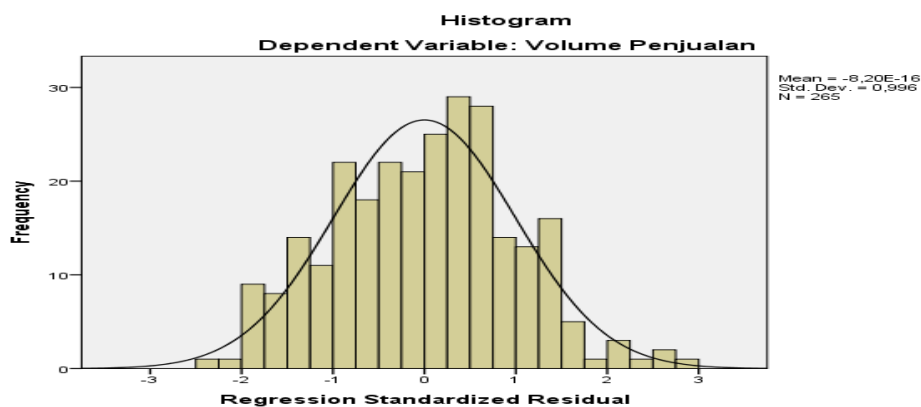
Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dimana data kuantitatif merupakan data-data yang berupa angka yang karakteristiknya selalu dalam bentuk numerik seperti data pendapatan, jumlah penduduk, tingkat konsumsi, bunga bank dan sebagainya. Populasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian adalah konsumen yang telah membeli produk di Toko Gunung Teknik dengan rata-rata sebanyak 786 toko. Berdasarkan data dari jumlah populasi diatas yang berjumlah 786 toko dan dilakukan pengecilan jumlah sampel dengan rumus slovin dengan penggunaan tingkat toleransi kesalahan sebesar 5% maka dengan demikian dapat diketahui bahwa jumlah dari sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 265 toko. Untuk mendapatkan data yang relevan dalam penelitian maka dilakukan dengan cara wawancara yang dibantu dengan instrumen penelitian yaitu kuesioner yang diberikan kepada responden, pengamatan langsung, serta studi kepustakaan. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kepada pihak yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Untuk menilai tanggapan responden maka penulis menggunakan skala Likert. Model analisis data yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah model analisis regresi berganda. Peneliti menggunakan regresi linear berganda karena model ini berguna untuk mencari pengaruh antara dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat yang ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi responden merupakan deskripsi tentang unit analisis/observasi yang

diteliti yang mencakup karakteristik atau profil responden yang diperoleh dari hasil pengolahan data kuesioner. Hasil pengumpulan data yang dilakukan pada 265 toko yang melakukan pembelian pada Gunung Teknik yang dijadikan sebagai responden diperoleh karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dominan adalah laki-laki, pendidikan terakhir dominan adalah SMU/Sederajat, umur dominan berumur 36 tahun – 55 tahun dan informasi produk dominan melalui penawaran langsung.

Hasil uji Validitas diperoleh nilai r hitung dari masing-masing item pernyataan untuk setiap variabel yang diperoleh berada diatas ttabel (0,361) sehingga dapat dikatakan pernyataan yang digunakan dikatakan validitas. Berdasarkan Gambar 2 diatas dapat dilihat grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka regresi dianggap memenuhi asumsi normalitas.



Hasil untuk pengujian analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel sebagai berikut ini :

Tabel 1. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	9,787	1,825
Inovasi Produk	,336	,040
Periklanan	,360	,045

Berdasarkan Tabel 6 diatas, diperoleh persamaan regresi linier berganda dimana jika nilai variabel bebas (X1) yaitu Inovasi Produk dan variabel (X2) yaitu Periklanan bernilai 0 maka Volume Penjualan adalah tetap sebesar 9,787. Setiap peningkatan aspek Inovasi Produk (X1) sebesar 1 satuan, maka Volume Penjualan akan meningkat sebesar 0,336. Setiap peningkatan aspek Periklanan (X2) sebesar 1 satuan, maka Volume Penjualan akan meningkat sebesar 0,360.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka penulis membuat beberapa kesimpulan, Hasil penelitian yang diperoleh dari analisis regresi linier berganda yaitu jika nilai variabel bebas Inovasi Produk (X1) dan Periklanan (X2) tidak bernilai, maka Volume Penjualan adalah bernilai tetap. Setiap peningkatan aspek Inovasi Produk (X1) sebesar satu satuan, maka Volume Penjualan akan meningkat. Setiap peningkatan aspek Periklanan (X2) sebesar satu satuan, maka Volume Penjualan akan meningkat. Hasil Uji-t menunjukkan bahwa Inovasi Produk secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan pada Gunung Teknik Medan. Hasil Uji-t menunjukkan bahwa Periklanan secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan pada Gunung Teknik Medan. Hasil Uji-F menunjukkan bahwa Inovasi Produk dan Periklanan secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan pada Gunung Teknik. Untuk koefisien determinasi didapatkan bahwa Inovasi Produk dan Periklanan dapat menjelaskan keterkaitannya dengan Volume Penjualan pada Gunung Teknik.

REFERENSI

- Adisaputro, G. 2019. *Manajemen Pemasaran : Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. Penerbit STIE Manajemen YKPN, Yogyakarta.
- Alvonco, J. 2014. *Practical Communication Skill*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Febriyanto, N. A. 2015. "Pengaruh Pengembangan Produk Terhadap Volume Penjualan Pada Konveksi Busana Muslim Clothing Kendal". *Jurnal UIN*. Semarang.
- Ginting, N. F. H. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit CV. Yrama Widya, Bandung.
- Herlina, V. 2019. *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Penerbit PT. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Jaya, I. M. L. M. 2019. *Pengolahan Data Kesehatan Dengan SPSS*. Penerbit Thema Publishing, Yogyakarta.
- Jubilee, D. 2016. *Langkah Pertama Jadi Pengusaha*. Jakarta : Jubilee Enterprise.
- Kurniawati, O. 2013. "Pengaruh Advertising dan Pengembangan Produk terhadap Volume Penjualan pada PT. Mandala Cahaya Sentosa Sidoarjo". *Jurnal Eksekutif*. Surabaya.
- Kotler, P., & Kevin, L. K. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit PT. Gelora Aksara Pratama, Jakarta.
- Lestari, E. R. 2019. *Manajemen Inovasi : Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif*. Penerbit UB Press, Malang.