

TINGKAT PERSAINGAN GARAM JANGKA DI PASAR: PENGARUH KUALITAS PRODUK DI KALANGAN MASYARAKAT MODERN

Wenny Septiani, Denny Firmansyah dan Muhammad Diah*

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis FISIP Universitas Almuslim

*mudi.unimus@gmail.com

ABSTRAK

Sulitnya petani garam di Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen untuk bersaing dengan garam yang ada dipasar menjadi permasalahan yang sampai saat ini belum dapat terpecahkan sehingga dianggap perlu untuk diteliti guna menemukan solusinya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap persaingan pasar pada pengrajin garam di Jangka. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pengrajin garam di Kecamatan Jangka yaitu sebanyak 238 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling yang di hitung dengan menggunakan rumus Slovin, sehingga jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 70 responden. Analisis regresi sederhana digunakan untuk menganalisis data. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk dan persaingan pasar, dimana hasil uji t diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ dimana hasil uji t diperoleh sebesar 2,546, sedangkan t tabel sebesar 1,667 dengan tingkat signifikan sebesar 0,013. Koefisien determinasi diperoleh sebesar 0,587 atau 58,7%. Ini berarti bahwa kualitas produk memberikan pengaruh kuat yaitu sebesar 58,7% terhadap persaingan pasar sedangkan sisanya 41,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Produk dan Persaingan Pasar.

PENDAHULUAN

Pemasaran merupakan strategi untuk memperkenalkan barang dan jasa kepada konsumen dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan serta meningkatkan kepuasan mereka. Sedangkan pasar merupakan tempat terjadinya transaksi antara penjual dan pembeli dengan berbagai metode pembayarannya. Untuk dapat melakukan penetrasi dan menguasai pangsa pasar, maka produsen harus dapat mempelajari kondisi permintaan pada pasar dengan persaingan yang semakin ketat. Pasar dengan *market players* yang menawarkan produk sejenis disebut juga dengan pasar persaingan sempurna. Pasar persaingan sempurna merupakan bentuk pasar murni karena ketetapan harga diperoleh secara natural berdasarkan keseimbangan antara permintaan dan penawaran.

Dalam pasar persaingan sempurna, konsumen lebih leluasa dalam memilih produk yang diinginkan dengan harga yang tidak dapat dimanipulasi. Ini berarti bahwa tidak ada kekuatan produsen dalam menentukan harga, atau dengan kata lain, tidak ada pengaruh dominan dari suatu produsen dalam penentuan harga pasar. Ketika membeli suatu produk, konsumen cenderung memilih produk yang kualitasnya lebih baik dengan harga yang bersaing. Hal ini tidak hanya berlaku pada produk tertentu saja, namun berlaku pada semua produk termasuk juga pada produk kebutuhan harian seperti garam dapur.

Garam adalah benda padat putih dengan rasa asinyang merupakan kumpulan senyawa dengan bagian terbesar Natrium Klorida (>80 persen) serta senyawa *Magnesium Klorida*, *Magnesium Sulfa*, dan *Kalsium Klorida*. Garam diproduksi dengan cara yang berbeda antara satu tempat dengan tempat yang lain berbeda. Namun sumber utama bahan baku garam adalah air laut dengan kadar asin yang sedikit berbeda antara satu wilayah dengan wilayah lain. Di kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen, pembuatan garam dilakukan dengan merebus air laut yang kadar keasinan (salinitas) berkisar antara 2,5% sampai 3,5%. Saat memproduksi, air laut itu dicampur dengan sejumlah garam grosokan atau sering disebut dengan bibit garam untuk menjadikan tingkat salinitas air menjadi lebih tinggi sehingga proses produksinya menjadi lebih cepat. Proses merebus air laut itu membutuhkan waktu antara 4 sampai dengan 6 jam, tergantung besarnya tungku dan ukuran api dari kayu bakar yang digunakan.

Hasil produksi yang berupa garam dapur non iodium itu kemudian dipasarkan kepada masyarakat lewat pasar-pasar tradisional di kabupaten Bireuen dan kabupaten lain sekitarnya. Pada dasarnya garam merupakan salah satu kebutuhan pokok untuk konsumsi masyarakat yang seharusnya dapat dipasarkan ke berbagai jenis pasar. Namun garam dapur hasil produksi masyarakat itu hampir tidak dijumpai di supermarket maupun mini market seperti Indomaret, Alfamart, Alfamidi maupun minimarket lainnya.

Berdasarkan pengakuan para petani garam di Kecamatan Jangka, meskipun mereka sudah berhasil memproduksi garam dengan baik, namun mereka masih kesulitan untuk dapat bersaing dengan produk garam dari luar Aceh, terutama dengan garam-garam dari pulau Jawa, bahkan mereka tidak mampu bersaing dengan garam yang di pasok dari provinsi tetangga yaitu dari Medan, Sumatera Utara. Harga garam lokal jauh lebih rendah dibandingkan dengan harga garam kemasan dari luar Aceh sehingga keuntungan yang diperoleh pun tentu lebih kecil dibandingkan dengan para pengusaha garam dari daerah lain.

Kesulitan menembus pasar yang lebih luas masih menjadi keluhan masyarakat dan belum diketahui apa penyebab utamanya. Banyak peneliti yang telah meneliti tentang garam di Jangka Kabupaten Bireuen, namun sedikit yang meneliti tentang penyebab kesulitan garam Jangka untuk menembus pasar yang lebih luas sehingga dibutuhkan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui faktor apa yang paling dominan. Hasil penelitian ini nantinya diharapkan mampu memberikan gambaran kepada para petani/ pengusaha garam lokal untuk melakukan langkah-langkah yang dianggap dapat meningkatkan daya saing garam baik pada skala lokal maupun nasional.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yaitu sebuah metode penelitian ilmiah yang dilakukan secara sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta kausalitas hubungan-hubungan. Adapun penelitian ini dilakukan pada beberapa desa di Kecamatan Jangka kabupaten Bireuen. Jumlah populasi dalam penelitian ini yaitu 238 petani garam di Kecamatan tersebut. Presentase eror atau kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif dilakukan dengan cara mengkuantifikasi data-data penelitian kedalam bentuk angka-angka dengan menggunakan skala rasio dan skala *likert* 5 poin. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana karna jumlah variabel pengaruhnya hanya satu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Angka statistik menunjukkan jumlah responden terbanyak berusia >50 tahun yaitu sebanyak 32 responden atau 45,7%. Responden didominasi oleh kaum pria yaitu sebanyak 45 responden atau 64,3%. Berdasarkan tingkat pendidikan, jumlah responden yang tamatan SMA merupakan penyumbang terbanyak yaitu sebanyak 41 responden atau 58,6%. Sedangkan berdasarkan usia, responden terbanyak berusia antara 11-20 tahun yaitu sebanyak 31 responden atau 44,3%. Dari jumlah sampel yang sudah ditentukan, tingkat partisipasi responden mencapai 100%. Data yang berhasil dihimpun kemudian dilakukan pengujian dengan melakukan uji regresi linear sederhana. Hasil uji tersebut terlihat seperti pada berikut: Tabel 1.:

Model	Unstandardized Coefficients		t _{tabel}	t _{hitung}	Sig
	B	Std Error			
1 (Constant)	5.492	.601	1,667	9,133	.000
Kualitas Produk (X)	.533	.154	1,667	2.546	.013
R	= 0,795 = 79,5%				F _{hitung} = 6,491
R ^{Square}	= 0,587 = 58,7%				F _{tabel} = 3,13
Adjusted R ^{Square}	= 0,574 = 57,4%				Sig F = 0,013

Berdasarkan Tabel 1. di atas, maka diketahui persamaan regresi linear sederhana yaitu sebagai berikut: $Y = 5,492 + 0,533X + e$.

Dari persamaan di atas dapat dijelaskan bahwa: 1. Nilai konstan sebesar 5,492, dengan ini menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara variabel bebas (kualitas produk) dengan variabel terikat (persaingan pasar), artinya apabila variabel bebas ditingkatkan maka akan diikuti oleh peningkatan variabel terikat. 2. Koefisien kualitas produk (X) adalah sebesar 0,533, artinya jika nilai kualitas produk meningkat 1%, maka nilai persaingan pasar meningkat sebesar 53,3%. Sebaliknya jika kualitas produk turun 1%, maka nilai persaingan pasar akan turun sebesar 53,3%.

Nilai koefisien determinan ditentukan dengan nilai *R Square*. Berdasarkan hasil penelitian, Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,587 (58,7%) artinya Pengaruh kualitas produk memiliki kemampuan dalam menjelaskan pengaruhnya terhadap persaingan pasar sebesar 58,7%. Sedangkan sisanya 41,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji parsial (uji t) gunanya yaitu untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara sendiri-sendiri mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Selain itu, pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,05$). Berdasarkan pengujian hipotesis secara parsial (uji-t) mengenai pengaruh kualitas produk terhadap persaingan pasar (studi kasus pengrajin garam di kecamatan jangka) diperoleh hasil uji hipotesis sebagai berikut: a.) Variabel kualitas produk (X) diperoleh t_{hitung} sebesar 2,546 dengan tingkat signifikan sebesar 0,013 dan diketahui t_{tabel} sebesar 1,667. Dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka hipotesis diterima yang artinya adanya pengaruh positif dan signifikan dari kualitas produk terhadap persaingan pasar.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas produk terhadap keputusan persaingan pasar dapat disimpulkan:

1. Hasil uji-t untuk variabel kualitas produk (X) diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $2,546 > 1,667$ dengan tingkat signifikan sebesar 0,013, maka hipotesis diterima yang artinya kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap persaingan pasar,
2. Dari hasil uji regresi didapatkan nilai koefisien kualitas produk (X) sebesar 0,533, artinya jika nilai kualitas produk meningkat 1% maka nilai persaingan pasar meningkat sebesar 53,3% dan sebaliknya,

3. Koefisien determinasi diperoleh hasil sebesar 0,587 atau 58,7%, sedangkan sisanya 41,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Oleh karena itu, untuk dapat meningkatkan persaingan pasar, para pengusaha/petani garam harus dapat meningkatkan kualitas garam yang mereka produksi. Peningkatan kualitas garam dapat dilakukan dengan beberapa cara: 1) meningkatkan kadar Natrium (Na) dan secara bersamaan menurunkan kadar Magnesium (Mg) sehingga kualitas garam yang dihasilkan bisa (minimal) menyamai kualitas garam dari para kompetitor. 2) Meningkatkan fungsi garam dengan melakukan iodisasi sehingga garam yang dihasilkan tidak hanya berfungsi untuk memberi rasa pada makanan, namun juga dapat memberi manfaat bagi kesehatan manusia terutama pada proses pertumbuhan anak. 3) memasukkan garam kedalam kemasan khusus yang dapat memperpanjang usia kemurnian garam serta menghindari kontaminasi langsung dengan partikel-partikel bebas di udara yang dapat mendegradasi kualitas produk garam.

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan peneliti untuk dapat meningkatkan persaingan pasar bagi para pengusaha/ petani garam di kecamatan Jangka adalah sebagai berikut:

1. Bagi pengrajin garam di Kecamatan Jangka: a.) Ada baiknya para petani garam membuat proses iodisasi pada produk garam untuk meningkatkan atensi dan perspektif konsumen sesuai dengan teori rasionalitas formal dalam memilih/ membeli berbagai kebutuhan konsumsi rumah tangga termasuk pembelian garam dapur. b.) Sebaiknya kualitas produk lebih ditingkatkan dengan meningkatkan kadar Natrium (Na) dan mengurangi kadar Magnesium (Mg), timbal (Pb) dan unsur tidak bermanfaat lainnya pada setiap garam yang diproduksi serta membuat kemasan bagus yang menyediakan informasi komposisi garam kepada konsumen. c.) Setelah memastikan produk dikemas dalam kemasan yang baik, pastikan produk juga masuk ke pasar yang lebih modern seperti supermarket dan minimarket.
2. Saran bagi peneliti selanjutnya:
 - a. Diharapkan agar dapat meneliti variabel-variabel lain yang mempengaruhi persaingan pasar, seperti: harga, merek dan promosi.
 - b. Diharapkan dapat meneliti untuk cakupan yang lebih luas karena penelitian ini hanya fokus pada kualitas produk yang dilakukan pada pengrajin garam di Kecamatan Jangka.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. 2018. *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada
- Burhanuddin, S. 2001. *Strategi Pengembangan Industri Garam di Indonesia*. Yogyakarta: Kanisius
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Kasmir, 2013. *Kewirausahaan*. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Kotler, P. A. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, Fandy, 2012. *Strategi Pemasaran*. Andi: Yogyakarta.