



Pengaruh Kualitas Produk Karang Hias (Coral) terhadap Peningkatan Penjualan di CV Bali Samudra Anugrah

Nurmulia Kaisal^{1*}, Ratnawati², Mauli Kasmi³

^{1,2,3}Jurusan Bisnis Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan, Indonesia

Alamat; Jl. Poros Makassar Pare – Pare KM 83 Mandalle, Kab. Pangkep, Sulawesi Selatan
CV Bali Samudra Anugrah, Buleleng - Bali

Banjar penyumbahan, Desa Les, Kecamatan Tejakula, Kabupaten Buleleng, Bali 80361

Korespondensi penulis: nurmuliakaisal@gmail.com*

Abstract. *The Influence of the Quality of Decorative Coral (Coral) Products in Increasing Sales at CV Bali Samudra Anugrah. Supervised by Ratnawati and Mauli Kasmi. A very important factor for a company in carrying out purchasing and sales transactions is quality. Quality is one of the attractions or desires of consumers. In developing products, companies have a greater opportunity to gain new customers, of course if the products sold meet expectations. The purpose of this research is to determine the influence, relationship or correlation, magnitude of perception, and significance of the quality of decorative coral (Coral) products on increasing sales at CV Bali Samudra Anugrah. The data collection technique used is a questionnaire. The data analysis technique is quantitative using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, simple linear regression analysis and hypothesis testing.*

Keyword: *Product Quality, Decorative Coral, Sales*

Abstrak. Pengaruh Kualitas Produk Karang Hias (Coral) Dalam Peningkatan Penjualan Di CV Bali Samudra Anugrah. Dibimbing Oleh Ratnawati Dan Mauli Kasmi. Faktor yang sangat penting bagi suatu perusahaan dalam melakukan transaksi pembelian dan penjualan adalah kualitas. Kualitas merupakan salah satu daya tarik atau keinginan konsumen. Dalam mengembangkan produk, perusahaan mempunyai peluang lebih besar untuk memperoleh pelanggan baru, tentunya jika produk yang dijual sesuai dengan harapan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh, Hubungan atau korelasi, besar persepsi, dan besar signifikansi kualitas produk karang hias (Coral) terhadap peningkatan penjualan di CV Bali Samudra Anugrah. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket atau kuisioner. Teknik analisis data adalah kuantitatif dengan menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear sederhana dan uji hipotesis.

Kata kunci: Kualitas Produk, Karang Hias, Penjualan

1. PENDAHULUAN

Kegiatan menjual adalah proses di mana kebutuhan pembeli dan penjual dipertemukan melalui pertukaran informasi dan kepentingan, memastikan kebutuhan keduanya terpenuhi. Salah satu faktor yang sangat penting bagi suatu perusahaan dalam melakukan transaksi pembelian dan penjualan adalah kualitas. Kualitas merupakan salah satu daya tarik atau keinginan pembeli atau konsumen. Oleh karena itu, suatu perusahaan berusaha menciptakan produk yang berkualitas untuk dapat tetap bersaing (Sulaiman, 2017).

Kualitas produk merupakan fokus utama dalam perusahaan, kualitas merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberi kepuasan kepada konsumen yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing (Marbun, Yona & Ariyati, 2016).

2. KAJIAN TEORITIS

Menurut Kotler dan Keller (2016), kualitas produk adalah kemampuan produk dalam menjalankan fungsinya dengan baik, termasuk daya tahan, kehandalan, dan ketepatan secara keseluruhan. Perusahaan perlu terus meningkatkan kualitas produk atau layanannya karena peningkatan tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap produk atau layanan yang diberikan serta mempengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli kembali produk tersebut.

Menurut Tjiptono (2015), definisi konvensional kualitas mencakup performa sebagai representasi langsung dari suatu produk, kehandalan, kemudahan penggunaan, estetika, dan lain-lain. Dalam konteks strategis, kualitas merujuk pada segala hal yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan yang mereka inginkan.

3. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2014) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini dilakukan di CV. Bali Samudra Anugrah. Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif dan regresi linier sederhana. Sedangkan teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti yakni dengan melakukan observasi dan angket.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menganalisis tentang pengaruh Kualitas Produk Karang Hias terhadap peningkatan penjualan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan ialah sampel jenuh, di mana peneliti telah menetapkan sampelnya sendiri berdasarkan penilaian kriteria-kriteria siapa saja yang dapat dijadikan sampel. Data yang diperoleh dengan membagikan kuesioner dalam bentuk googleform.

Objek dalam penelitian ini yaitu para konsumen lama yang telah membeli produk di CV Bali Samudra Anugrah dari tahun 2020 sampai dengan 2023, dengan total responden 39 orang konsumen. objek penelitian yaitu konsumen lama yang mengetahui tentang kualitas produk karang hias terhadap peningkatan penjualan pada perusahaan. Adapun hasil data kuesioner yang diperoleh dan dilanjutkan untuk diolah menggunakan SPSS 25 yaitu sebanyak 30 responden.

a. Karakteristik Responden

Pada pembahasan karakteristik responden pada penelitian ini yaitu kualitas produk terhadap peningkatan penjualan. Penyajian karakteristik responden dalam penelitian ini berbentuk deskriptif data hasil penelitian. Responden dalam penelitian ini sebanyak 30 responden. informasi yang disajikan dalam penelitian ini yaitu jenis kelamin, usia dan Negara.

a) Jenis Kelamin Responden

Data dari penelitian yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner menghasilkan informasi tentang ciri-ciri responden berdasarkan jenis kelamin, sebagaimana tercantum dalam tabel berikut:

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-Laki	29	96,7
Perempuan	1	3,3
Total	30	100

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, terlihat bahwa responden telah dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin menjadi laki-laki dan perempuan. Dari jumlah total sampel yang diambil sebanyak 30 responden, sebanyak 29 responden (96,7%) merupakan laki-laki, sementara sisanya, yaitu 1 responden (3,3%), merupakan perempuan. Dari distribusi data responden berdasarkan jenis kelamin tersebut, mayoritas responden dalam penelitian ini adalah laki-laki.

b) Usia Responden

Berdasarkan data yang diperoleh dari penelitian menggunakan kuesioner, karakteristik responden telah diidentifikasi berdasarkan usia, seperti yang terdokumentasi dalam tabel berikut:

Tabel 2. Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase (%)
20-30	5	16,7
31-40	5	16,7
41-50	8	26,7
>50	12	40,0
Total	30	100

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat bahwa responden berdasarkan usia dikelompokkan menjadi usia 20-30 tahun, 31-40 tahun, 41-50 tahun dan >50 tahun. Dari jumlah keseluruhan sampel yang berjumlah 30 responden yang diambil, sebanyak 5 responden (16,7%) memiliki usia 20-30 tahun, 5 responden (16,7%) memiliki usia 31-40 tahun, 8 responden (26,7%) memiliki usia 41-50 tahun dan sisanya memiliki usia >50 tahun sebanyak 12 responden (40,0%). Dari data distribusi responden berdasarkan usia, Mayoritas responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden berusia >50 tahun.

c) Negara Responden

Berdasarkan data penelitian yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner, informasi tentang karakteristik responden dianalisis berdasarkan negara asal mereka, sebagaimana tercantum dalam tabel dibawah:

Tabel 3. Negara Responden

Negara	Jumlah	Persentase (%)
Singapore	4	13,3
Hongkong	3	10,0
USA	4	13,3
Brazil	3	10,0
United Kingdom	3	10,0
Japan	2	6,7
Canada	1	3,3
Iraq	1	3,3
Uni Emirates Arab	2	6,7
Italy	1	3,3
Germany	1	3,3
Spanyol	1	3,3
Mexico	1	3,3
Qatar	1	3,3
Holand	1	3,3
Maldives	1	3,3
Total	30	100

Berdasarkan tabel 4.3 dapat dilihat bahwa responden berdasarkan jenis kelamin dikelompokkan menjadi laki-laki dan perempuan. Dari total sampel sebanyak 30 responden yang diambil, sebanyak 4 responden (13,3%) berasal dari Singapore, 3 responden (10,0%) berasal dari Hongkong, 4 responden (13,3%) berasal dari USA, 3 responden (10,0%) berasal dari Brazil, 3 responden (10,0%) berasal dari United Kingdom, 2 responden (6,7%) berasal dari Japan, 1 responden (3,3%) berasal dari Canada, 1 responden (3,3%) berasal dari Iraq, 2 responden (6,7%) berasal dari Uni Emirates Arab, 1 responden (3,3%) berasal dari Italy, 1 responden (3,3%) berasal dari Germany, 1 responden (3,3%) berasal dari Spanyol, 1 responden (3,3%) berasal dari Mexico, 1 responden (3,3%) berasal dari Qatar, 1 responden (3,3%) berasal dari Holand, dan sisanya berasal dari Maldives sebanyak 1 responden (3,3%). Dari data distribusi responden berdasarkan negara, komposisi responden penelitian ini didominasi oleh responden berasal dari Singapore dan USA.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian pada bab – bab sebelumnya dan dari hasil analisis serta pembahasan mengenai pengaruh kualitas produk karang hias (coral) terhadap peningkatan penjualan di cv bali samudra anugrah ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Pada uji regresi linear sederhana pengaruh kualitas produk karang hias terhadap peningkatan penjualan menghasilkan 0,487 pada variabel kualitas produk (X) sedangkan variabel penjualan (Y) 1,132. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berkontribusi positif bagi peningkatan penjualan.
- b. Pada uji korelasi person hubungan kualitas produk terhadap peningkatan penjualan memiliki korelasi dengan derajat hubungan yaitu korelasi sempurna dengan nilai 0,993 dan bentuk hubungan positif dengan nilai sig 0,000.
- c. Pada uji koefisien determinan R² besar proporsi kualitas produk karang hias terhadap peningkatan penjualan senilai 98,5 %, Kemudian 1,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang berada diluar penelitian ini.
- d. Pada uji parsial (uji t) menunjukkan ada pengaruh signifikan kualitas produk karang hias terhadap peningkatan penjualan. Hal ini di lihat dari nilai signifikan kualitas produk (x) $0,000 < 0,05$

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, A., & Sunrowiyati, S. (2016). Analisis faktor kualitas produk dan harga guna meningkatkan volume penjualan pada usaha genteng UD Super Blitar. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 1(1), 104–114.
- Aulia, D., & Hidayat, R. (2022). Upaya peningkatan volume penjualan melalui optimalisasi kualitas produk dan saluran distribusi. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 4(2), 665–671.
- Bairizki, A. (2017). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dalam meningkatkan penjualan (Studi kasus pada UD Ratna cake & cookies). *Valid: Jurnal Ilmiah*, 14(2), 71–82.
- Ermini, S., Suryati, M., & Nindiati, D. S. (2023). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi penjualan terhadap minat beli konsumen pada The Hungry Burger. *Ekonomika*, 36–51. <https://jurnal.univpgri-palembang.ac.id/index.php/Ekonomika/index>
- Gunarto. (2023). Pengaruh social media marketing, e-commerce, dan kualitas produk terhadap peningkatan penjualan toko offline pada family business Universitas Ciputra Angkatan 9. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 8(2), 169–177.

- Juwita, K., & Lestari, D. D. (2021). Pengaruh budaya organisasi dan kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan sales CV. Angkasa Leather Jombang. *Skripsi*.
- Kasmi, M., Asriany, Makkulawu, A. R., & Usman, A. F. (2020). Peningkatan pengelolaan budidaya karang hias lestari berbasis masyarakat. *Jurnal Balireso: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 5(2), 109–123.
- Kasmi, M., Ridwan, M., Ilyas, & Zulkifli. (2020). Analisis kelayakan agribisnis karang hias di CV. Rezky Bahari Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia. *Jurnal IPTEKS PSP*, 7(14), 99–115.
- Kosanke, R. M. (2019a). Bab III Metode penelitian. *Medium*. 41–48. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-usecasea7e576e1b6bf>
- Kosanke, R. M. (2019b). Bab III Metode penelitian. *II(2)*, 1–17.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keberlangsungan usaha. *Universitas Internasional Batam UIB Repository*, 5–24.
- Kurniawan, W. (2022). Analisis promosi, harga, dan kualitas produk dalam meningkatkan penjualan pada PT. Intan Pariwara Klaten. *Skripsi*.
- Lolang, E. (2014). Hipotesis yang akan diuji. Biasanya, hipotesis ini merupakan pernyataan yang menunjukkan bahwa suatu parameter populasi memiliki nilai tertentu. *Jurnal Kip*, 3(3), 685–696.
- Nasution, M. I., Prayogi, M. A., & Affandy Nasution, S. M. (2017). Pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap penjualan pada usaha mikro pengrajin sepatu di Kecamatan Medan Denai. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 7(1), 60–70.
- Oliver, J. (2013). Metode penelitian. *Metode Penelitian*, 1, 37–54.
- Paharuddin, M., Kasmi, M., Sulkifli, Irawan, & Makkulawu, A. R. (2022). Aplikasi teknologi pengembangan transplantasi karang hias lestari menjadi desa wisata bahari. *Seminar Nasional dalam Rangka Dies Natalis ke-34 Politeknik Pertanian Waktu dan*, 3(September), 803–815.
- Puspitasari Sumampouw, H., & Punuindoong, A. (2018). Pengaruh kualitas produk dan kesesuaian harga terhadap peningkatan penjualan beras premium pada Perum Bulog Divisi Regional Sulawesi Utara dan Gorontalo (Studi kasus pada konsumen wilayah Kota Manado). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(002).
- Rachmawati, R. (2011). Peranan bauran pemasaran (marketing mix) terhadap peningkatan penjualan. *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2), 143–150.
- Rahmanita, M. (2015). Pengaruh biaya promosi dan biaya produksi terhadap laba bersih dengan volume penjualan sebagai variabel intervening. *5(December)*, 118–138.
- Rindiyani, E., Kartika Sari, A., & Nuzul Hakim, L. (2022). Pengaruh sistem pelayanan dan kualitas produk terhadap peningkatan penjualan di restoran cepat saji Burger King. *OJS STIE M. Kalianda*, 14–22. <https://ojs.stiemkalianda.ac.id>

- Suhana. (2018). Perdagangan karang hias Indonesia. *Suhana Web*.
<https://suhana.web.id/2018/02/03/perdagangan-karang-hias-indonesia/>
- Swastha, B. (2009). Pengaruh usaha perusahaan dan saingan terhadap volume penjualan. 7–18.
- Widiarto, T., & Hardiana, E. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga, dan distribusi terhadap volume penjualan ARB Bakery di Kelurahan Sukmajaya. *Jurnal LPPM Unindra*.
https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/sosio_ekons