



**PENGARUH JARINGAN BISNIS, TEKNOLOGI PRODUKSI, DAN
PENJAMINAN MUTU TERHADAP KINERJA PEMASARAN**
(Studi pada IKM gitar Di Kecamatan Baki, Kabupaten Sukoharjo)

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan

Pendidikan Strata 1

Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penulis 1

Penulis 2

Pranoto Utomo

Hari Susanta N, Msi

NIM : 14020211140133

NIP : 197003031994121001

**JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2017

Pengaruh Jaringan Bisnis, Teknologi Produksi, dan Penjaminan Mutu terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada IKM gitar di Kec. Baki, Kab. Sukoharjo)

ABSTRAK

Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Tidak dapat dipungkiri Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu penggerak pertumbuhan ekonomi Indonesia. Ditengah krisis global yang menerpa banyak negara di dunia, Indonesia terbukti mampu terus bertahan dari gejolak ekonomi. Berbagai UKM tumbuh di Indonesia salah satunya adalah UKM gitar yang berada didesa Mancasan, Kec. Baki, Kab. Sukoharjo. Desa Mancasan terkenal sebagai sentra pembuatan gitar karena mayoritas warga dari desa Mancasan merupakan perajin gitar. Namun dalam perkembangannya persaingan dengan kompetitor yang bergerak pada jenis usaha yang sama menjadikan UKM Gitar Di Kec. Baki harus menerapkan berbagai strategi yang dapat meningkatkan kinerja pemasarannya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh jaringan bisnis, teknologi produksi, dan penjaminan mutu terhadap kinerja pemasaran IKM gitar di Kec. Baki, Kab. Sukoharjo. Tipe penelitian ini adalah *explanatory research*. Populasi dalam penelitian ini yaitu perajin dari UKM gitar dan jumlah sampel yang diambil adalah 63 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah tabulasi silang, uji korelasi, determinasi, regresi linier sederhana, berganda, uji t dan uji F dengan program SPSS versi 20.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa jaringan bisnis, teknologi produksi, dan penjaminan mutu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran, baik secara parsial maupun simultan. Variabel bebas yang memiliki pengaruh paling besar terhadap kinerja pemasaran adalah variabel jaringan bisnis. Adapun saran yang bisa diberikan yaitu untuk tetap menjaga dan meningkatkan keharmonisan dengan mitra kerja, memberikan masa pelatihan untuk karyawan baku agar kedepannya tidak melakukan banyak kesalahan, memilih SDM yang handal, memberikan promo dan melakukan penjualan secara online agar tercipta peningkatan penjualan yang akan berdampak pada perolehan laba yang diterima sehingga perusahaan dapat menjaga kelangsungan hidupnya.

Kata Kunci: Jaringan Bisnis, Teknologi Produksi, Penjaminan Mutu dan Kinerja Pemasaran.

Influence Business Network, Production Technology, and Quality Assurance of the Marketing Performance (Study on Craftman of IKM gitar in Baki, Sukoharjo)

ABSTRACT

Small and medium enterprises (SMEs) play an important role in the economy of Indonesia. Undeniable small and medium enterprises (SMEs) is one of the drivers of economic growth in Indonesia. Amid the global crisis which hit many countries in the world, Indonesia proved to be able to continue to survive the economic turmoil. Various SMES growing in Indonesia, one of them is creating gitar in the village of Mancasan, Kec. Baki, Kab. Sukoharjo. Mancasan village is famous as a Center for the manufacture of the gitar because the majority of the residents of the village of Mancasan is the crafters of gitar. But in its development of competition with competitors that are moving on the same type of business make SME gitar in Kec. Baki should implement a range of strategies that can improve the performance of the market.

The purpose of this research is to know the influence of business networks, production technology, quality assurance and marketing performance SMEs of gitar in Kec. Baki, Kab. Sukoharjo. This research type is explanatory research. The population in this study i.e. crafters of gitar and SME number of samples taken is 63 respondents. Sampling techniques in the study using a non probability sampling with purposive sampling technique. Methods of analysis used is cross-tabulations, correlation, linear regression, the determination of the simple, double, t-test and F-test with SPSS program version.

Based on the results of the research note that the network business, production technology, quality assurance and a positive and significant effect on performance marketing, whether partial or simultaneous. Free variables that have the greatest influence on performance marketing is a business network variables. As for the advice that can be given to maintaining and enhancing the harmony with a partner, providing a period of training for employees in the future so that raw doesn't do a lot of faults, select human resources, give promo and make sales online in order to increase the pace of sales that will have an impact on the acquisition of profit is received so that the company can keep his survival.

Keywords: business networks, production technology, Quality Assurance and marketing performance.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan salah satu kekuatan pendorong terdepan dalam pembangunan ekonomi yaitu suatu unit usaha kecil yang mampu berperan dan berfungsi sebagai pengaman baik dalam menyediakan alternatif kegiatan usaha produktif, alternatif penyaluran kredit, maupun dalam hal penyerapan tenaga kerja.

Belum kokohnya fundamental perekonomian Indonesia saat ini, mendorong pemerintah untuk terus memberdayakan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). UKM memiliki peran strategis dalam pendapatan nasional dan dalam mengurangi pengangguran, Sektor UKM amat vital untuk menciptakan pertumbuhan lapangan kerja (*Kuncoro, 2002*). UKM menjadi tulang punggung sistem ekonomi kerakyatan untuk mengurangi permasalahan kemiskinan dan pengembangannya mampu memperluas basis ekonomi serta dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional. (Kurniawan, 2011)

Kinerja pemasaran ini merupakan konsep untuk mengukur prestasi pasar dari produk, seperti tingginya volume produksi, tingginya penjualan, serta tingginya profitabilitas pemasaran, yang digunakan sebagai cermin dari keberhasilan usahanya di kancah persaingan dunia usaha. Sedangkan kinerja pemasaran yang buruk ditandai dengan menurunnya penjualan, kemunduran

penjualan dibanding tahun sebelumnya maupun kompetitor industri yang sama, dan menurunnya porsi pasar. Berkaitan dengan hal tersebut, Challagalla dan Sharvani (1996) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kinerja tenaga penjualan adalah suatu tingkat di mana tenaga penjualan dapat mencapai target penjualan yang ditetapkan pada dirinya.

Adanya kinerja pemasaran yang buruk dari suatu organisasi bisnis perlu untuk dicari permasalahannya karena dengan kinerja yang buruk tentu akan mengancam keberlangsungan perusahaan itu sendiri sehingga perusahaan di tuntut untuk terus berinovasi dengan strategi-strategi yang dapat mempertahankan kinerja atau bahkan dapat meningkatkan kinerja pemasaran perusahaan. Kinerja pemasaran yang buruk dapat dipengaruhi oleh rendahnya kreatifitas strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Bila strategi pemasaran perusahaan baik maka pasar akan dapat dikuasai, dengan adanya penguasaan pasar akan

Kinerja pemasaran atau *market performance* merupakan konstruk (faktor) yang umum untuk mengukur dampak dari strategi perusahaan. Strategi perusahaan selalu diarahkan untuk menghasilkan kinerja perusahaan, baik dalam pemasaran maupun dalam keuangan. Menon et al. (1996) menggunakan perceptual measures kinerja pemasaran yang ditaksir atau dinilai melalui pangsa pasar (*market share*), dan tingkat pertumbuhan penjualan (*sales growth rate*) untuk mengukur kinerja pemasaran. Studi yang dilakukan oleh Menon et al. (1999) sebagai *outcome measures* mereka menggunakan kinerja pemasaran yang diukur dengan skala *three-item* itu ditangkap tingkat dimana pencapaian atau

kinerja strategi dipertemukan dengan harapan-harapan bagi keseluruhan pencapaian atau kinerja penjualan, dan keuntungan.

Kabupaten Sukoharjo mempunyai berbagai macam produk unggulan yaitu diantaranya adalah produk gitar, Desa Mancasan Kecamatan Baki, Sukoharjo. Terdapat banyak UKM gitar dimana daerah ini merupakan kawasan sentra industri kecil pembuatan gitar. Industri pembuatan gitar yang ada di Desa Mancasan ini merupakan usaha yang sudah ada sejak dahulu kala. Keahlian perajin dalam pembuatan gitar diperoleh secara turun temurun yang diwariskan dari orang tua mereka.

Namun, untuk tetap bisa bertahan di industri pembuatan gitar, UKM yang berada di Desa Mancasan harus mempunyai strategi yang tepat. Hal ini dikarenakan sudah marak industri pembuatan gitar serupa. Sudah banyak pesaing yang juga bergerak dibidang industri pembuatan Gitar baik dengan skala yang sama maupun dengan skala perusahaan yang besar yang tentunya sudah dikenal di khalayak ramai, seperti Gibson, Fender, serta Ibanez.

Seperti halnya dengan perusahaan pada umumnya, UKM Gitar di Desa Mancasan juga harus bisa bersaing agar dapat mempertahankan kelangsungan usahanya. Hal ini disebabkan oleh semakin banyaknya persaingan yang terjadi diantara perajin semakin ketat. Semakin banyaknya perajin yang memproduksi gitar membuat perajin mengalami kesulitan dalam memasarkan produknya dan juga berpengaruh pada keuntungan yang diperoleh perajin semakin kecil. Perusahaan yang kurang jeli akan menghadapi berbagai permasalahan, sehingga dengan alasan inilah diperlukan strategi manajemen dengan program-program

pemasaran untuk dapat terus bertahan dalam dunia bisnis. Beberapa artikel disurat kabar maupun artikel dimedia elektronik memberitakan bahwa IKM gitar mengalami kesulitan dalam menghadapi persaingan serta saat memasarkan produknya. Artikel tersebut diantaranya dimuat dalam laman kontan pada 09 Agustus 2012 dengan judul “Sentra gitar Mancasan: Perajin pun adu strategi” artikel ini menyoroti menurunnya laba UKM gitar yang disebabkan bertambahnya perajin. Artikel lainnya dimuat harian suara merdeka pada 5 januari 2016 dengan judul “Sejumlah IKM Diminta Tanggap Persaingan MEA” Kabid Perindustrian Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Sukoharjo Sri Murtini menjelaskan, MEA atau kerjasama perdagangan bebas yang salah satunya mencakup bidang industri pembuatan gitar, IKM diminta tanggap terhadap persaingan dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) yang mulai diberlakukan awal tahun ini (2016). Artikel terbaru kembali dimuat di Harian kedaulatan rakyat jogja pada 12 september 2016 dengan judul “Perajin gitar Ngrombo Baki alami kesulitan ekspor”. Artikel tersebut menyoroti masih susahnya para perajin untuk memasarkan produknya keluar negeri, hal tersebut dikarenakan banyaknya persyaratan serta rumitnya perizinan.

Perusahaan yang menginginkan kelangsungan dan keberhasilan dituntut untuk melakukan segala upaya dan kinerja perusahaannya secara profesional agar volume penjualan yang tinggi serta mengalami peningkatan penjualan. Agar volume penjualan tetap pada tingkat yang diinginkan, tentu perusahaan melakukan strategi dan cara-cara tertentu. Pada penelitian ini, faktor yang akan digunakan yaitu faktor jaringan bisnis, teknologi produksi, dan penjaminan mutu.

Strategi pertama yang dapat digunakan perusahaan yaitu dengan memperluas jaringan bisnis. Dalam menjualkan produk UKM Gitar, perusahaan tidak akan mampu menjangkau pasar yang lebih luas lagi bila tidak dibantu oleh adanya kerjasama dengan pihak lain. Persaingan akan mengalami perubahan pada masa perekonomian global dimana sektor bisnis harus dapat menyesuaikan dengan lingkungan bisnis tersebut daripada dirinya sendiri dan kebijakan pemerintah. Maka dari itu dalam persaingan perusahaan harus dapat membangun jaringan (*network*) dengan organisasi-organisasi lain yang tentunya menunjang operasional perusahaan (Craven, 2007). Pentingnya membangun jaringan adalah karena peningkatan produktivitas dan sinergi kinerja dapat meningkat dengan adanya jaringan (*network*) tersebut (Porter, 2007). Sato (2007) menyatakan dalam penelitiannya pada industri kecil di Ceper, Solo menunjukkan bahwa peningkatan volume penjualan meningkat ketika perusahaan menjalin jaringan bisnis dan dengan menjalin jaringan bisnis tersebut maka perusahaan lebih mudah mendapat informasi tentang pasar produk perusahaan, perkembangan teknologi dan sumber-sumber pendanaan akan mudah diakses.

Strategi kedua yang dapat digunakan perusahaan yaitu dengan penggunaan teknologi produksi. Teknologi produksi merupakan cara manusia untuk membuat produk dengan melibatkan berbagai faktor secara praktis, cepat, mutu baik dan murah yang dapat meningkatkan produksi dan produktivitas. Perkembangan teknologi dari masa ke masa untuk mempermudah kegiatan yang dilakukan manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Kemampuan organisasi untuk beradaptasi dengan lingkungannya merupakan kunci sukses dalam mengelola unit

bisnisnya. Salah satu bentuk kemampuan untuk beradaptasi dengan lingkungan adalah dengan mengadopsi teknologi baru untuk menggantikan teknologi yang di miliki. Untuk mencapai kesuksesan dalam implementasi strategi bisnis perusahaan di perlukan dukungan teknologi yang sesuai dengan bisnis yang dijalankan perusahaan. Syarif (2006) menyatakan bahwa dari hasil penelitiannya terhadap 187 UKM di lima propinsi contoh, menginformasikan bahwa nilai bobot rata-rata teknologi produksi yang digunakan oleh UKM baru mencapai nilai 1,67 atau tergolong dalam kelompok pengguna teknologi tradisional. Lebih lanjut dikatakan pengembangan teknologi produksi dari produk-produk yang dihasilkan UKM belum dapat meningkatkan produktivitas dan memperbaiki kualitas produk UKM. Penggunaan teknologi produksi dapat meminimalisir kesalahan yang akan meningkatkan nilai dari suatu produk dimana konsumen tentu selalu melihat kualitas dari suatu produk dan membandingkannya dengan produk sejenis yang lain.

Strategi selanjutnya yang dapat digunakan perusahaan adalah dengan melakukan penjaminan mutu. Kaoru Ishikawa, ahli di bidang penjaminan mutu, mendefinisikan Penjaminan mutu sebagai kegiatan untuk memastikan kualitas dalam suatu produk sehingga pelanggan dapat membelinya dengan kepuasan. ISO 8402 mendefinisikan Penjaminan mutu atau kualitas sebagai semua kegiatan yang terencana dan sistematis yang diterapkan dalam sistem kualitas dan dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan, untuk memberikan keyakinan yang cukup bahwa perusahaan akan memenuhi persyaratan kualitas. Mutu telah menjadi isu kritis dalam persaingan modern dewasa ini. Oleh karenanya tidak mengeherankan jika

pada saat ini berbagai perusahaan berlomba-lomba untuk meningkatkan mutu produknya. Pengusaha mikro, kecil dan menengah harus dapat menjaga kualitas dari hasil-hasil produksi dan jumlah per unitnya. Kualitas produk yang mampu diproduksi menjadi faktor utama dalam hal untuk mempermudah dalam proses pemasaran. Untuk menjaga kualitas produksi, pengusaha mikro, kecil dan menengah harus mulai dari saat memilih bahan baku yang memiliki kualitas sehingga dalam setiap kali produksi harus dilakukan pengontrolan mutu.

Kontrol mutu atau kualitas merupakan serangkaian pemeriksaan, kajian, dan pengujian yang digunakan pada keseluruhan siklus pengembangan untuk memastikan bahwa setiap produk memenuhi persyaratan yang ditetapkan. Sebelum melakukan pembelian, konsumen akan dihadapkan oleh beberapa pilihan produk yang ditawarkan oleh beberapa produsen, dalam proses pengambilan keputusan tersebut konsumen akan membandingkan produk satu dengan produk yang lainnya, baik dari segi manfaat yang akan diterimanya, hingga biaya-biaya yang harus dikeluarkannya untuk mendapatkan dan mengonsumsi produk tersebut.

Berdasarkan uraian di atas dengan dilatar belakangi oleh beberapa teori, penelitian sebelumnya dan fenomena masalah tersebut, maka dilakukan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja pemasaran UKM gitar di Baki, Sukoharjo. Dalam penelitian ini dipilih variabel jaringan bisnis, teknologi produksi dan penjaminan mutu produk sebagai fokus dari penelitian. Penelitian difokuskan pada tiga variabel tersebut karena diduga variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pemasaran produk.

Oleh karena itu saya mengambil judul **“Pengaruh Jaringan Bisnis, Teknologi Produksi, Dan Penjaminan Mutu Terhadap Kinerja Pemasaran UKM Gitar Di Baki, Sukoharjo”**

1.10 Metodologi Penelitian

1.10.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan merupakan penelitian penjelasan (*explanatory research*) yang berusaha untuk menjelaskan serta melihat hubungan antar variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian serta menjelaskan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, di samping itu untuk menguji hipotesis yang diajukan, yang telah dirumuskan sebelumnya. Adapun pengaplikasian variabel-variabel tersebut adalah jaringan bisnis (X1), teknologi produksi (X2), dan penjaminan mutu (X3) sebagai variabel independen dan kinerja pemasaran (Y) sebagai variabel dependen.

Penggunaan tipe penelitian ini sesuai dengan tujuan utama dari penelitian ini yaitu menguji rumusan hipotesis penelitian untuk menjelaskan ada atau tidaknya pengaruh variabel jaringan bisnis terhadap kinerja pemasaran UKM Gitar Baki, ada atau tidaknya pengaruh variabel Teknologi produksi terhadap kinerja pemasaran UKM Gitar Baki, dan ada atau tidaknya pengaruh variabel Penjaminan mutu terhadap kinerja pemasaran UKM Gitar Baki.

3.6 Pembahasan

Pada bagian ini akan dipaparkan pembahasan tentang hasil analisis yang telah dilakukan. Adapun penjelasan hasil analisis adalah sebagai berikut:

Pertama, hubungan antar jaringan bisnis yang terjalin antara perajin UKM gitar desa Mancasan dengan mitra kerja merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi secara kuat pada kinerja pemasaran. Jaringan bisnis adalah proses membangun hubungan saling menguntungkan dengan pengusaha lain, klien potensial dan pelanggan. Jaringan bisnis merupakan gambaran interaksi yang dilakukan pengrajin dalam melakukan kegiatannya. Hasil penelitian ini menunjukkan secara umum bahwa sebagian besar responden berpendapat jaringan bisnis yang berada di UKM gitar desa Mancasan, Kec. Baki, Kab. Sukoharjo tergolong baik (sebanyak 58.8 % responden).

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa jaringan bisnis mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran. Hal ini dibuktikan dengan persamaan regresi linear sederhana $Y = 9,896 + 0,589 X_1$. Koefisien X_1 yang positif ini mengindikasikan bahwa semakin baik jaringan bisnis maka semakin tinggi pula kinerja pemasaran UKM gitar desa Mancasan. Sebaliknya, semakin rendah jaringan bisnis maka semakin rendah pula kinerja pemasaran UKM gitar. Hasil uji tersebut diperkuat dengan hasil perhitungan koefisien determinasi yaitu sebesar 0,296 yang artinya bahwa variabel kinerja pemasaran dapat dijelaskan oleh variabel jaringan bisnis sebesar 29,6%. Tingkat keeratan hubungan antara variabel jaringan bisnis (X_1) dan variabel kinerja pemasaran (Y) adalah sebesar 0,544 sehingga mempunyai arti bahwa hubungan jaringan bisnis dan kinerja pemasaran menurut Riduwan (2007:223) berada pada kategori sedang dan searah karena koefisien korelasinya bernilai positif. Kemudian dilihat dari uji signifikansi,

yang menunjukkan bahwa nilai t-hitung sebesar 5,070 yang lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 0,2480. Sehingga hipotesis 1 yang berbunyi “Jaringan bisnis berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran UKM gitar desa Mancasan, Kec. Baki, Kab. Sukoharjo” diterima. Hal ini diperkuat oleh studi penelitian terdahulu oleh Morgan & Hunt (1994), Garbarino & Johnson (1999), Jap (1999), Day (2000) dan Reinartz & Kumar (2000) semuanya menjelaskan bahwa hubungan jangka panjang memberikan manfaat yang positif untuk meningkatkan kinerja kemampuan perusahaan.

Kedua, Hasil penelitian ini menunjukkan secara umum bahwa sebagian besar responden berpendapat teknologi produksi yang berada di UKM gitar desa Mancasan tergolong baik (sebanyak 65.1% responden), dikarenakan alat penunjang produksi seperti alat pemotong kayu, alat cat, dan pasah kayu yang sudah menggunakan mesin dan lengkap.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa teknologi produksi mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran. Hal ini dibuktikan dengan persamaan regresi linear sederhana $Y = 6800 + 0,517 X_2$. Koefisien X_2 yang positif ini mengindikasikan bahwa semakin baik teknologi produksi yang digunakan maka semakin baik pula kinerja pemasaran UKM gitar desa Mancasan. Sebaliknya, semakin tidak baik teknologi produksi maka semakin rendah pula kinerja pemasaran UKM gitar desa Mancasan. Hasil uji tersebut diperkuat dengan hasil perhitungan koefisien determinasi yaitu sebesar 0,287 yang artinya bahwa variabel kinerja pemasaran dapat dijelaskan oleh variabel teknologi produksi sebesar 28,7%. Tingkat keeratan hubungan antara variabel teknologi produksi (X_2) dan variabel kinerja pemasaran (Y) adalah sebesar 0,536 sehingga

mempunyai arti bahwa hubungan teknologi produksi dan kinerja pemasaran menurut Riduwan (2007:223) masuk pada kategori sedang dan searah karena koefisien korelasinya bernilai positif. Kemudian dilihat dari uji signifikansi, yang menunjukkan bahwa nilai t-hitung sebesar 4,956 yang lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 0,2480. Sehingga hipotesis 2 yang berbunyi “Teknologi produksi berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran UKM gitar desa Mancasan” diterima. Hasil penelitian ini juga di dukung dengan pernyataan dari Jaworski dan Kohli, (1993), p53-57) yang menyatakan bahwa keragaman perubahan yang disebabkan faktor eksternal perusahaan, diantaranya pergerakan pasar dan pergerakan teknologi mempunyai pengaruh terhadap kinerja pemasaran suatu perusahaan.

Ketiga, penjaminan mutu merupakan hal yang penting dan menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen. Penjaminan mutu yang ditetapkan oleh suatu perusahaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Penjaminan mutu merupakan kegiatan untuk memberikan bukti-bukti untuk membangun kepercayaan bahwa kualitas dapat berfungsi secara efektif (Pike dan Barnes, 1996).

Pada penelitian ini dapat dijelaskan bahwa penjaminan mutu mempengaruhi kinerja pemasaran. Hasil penelitian ini menunjukkan secara umum bahwa sebagian besar responden berpendapat mengenai penjaminan mutu pada UKM gitar desa Mancasan yaitu tergolong sangat baik (sebanyak 63,5 % responden), dikarenakan persepsi responden yang menyatakan bahwa mutu produk UKM gitar desa Mancasan tidak kalah dengan produk yang dikeluarkan oleh perusahaan alat musik yang sudah terkenal.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa penjaminan mutu mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran. Hal ini dibuktikan dengan persamaan regresi linear sederhana $Y = 14,318 + 0,407 X_3$. Koefisien X_3 yang positif ini mengindikasikan bahwa semakin baik penjaminan mutu maka semakin baik pula kinerja pemasaran UKM gitar. Sebaliknya, semakin buruk penjaminan mutu maka semakin rendah pula kinerja pemasaran UKM gitar desa Mancasan. Hasil uji tersebut diperkuat dengan hasil perhitungan koefisien determinasi yaitu sebesar 0,304 yang artinya bahwa variabel kinerja pemasaran dapat dijelaskan oleh variabel penjaminan mutu sebesar 30,4 %. Tingkat keeratan hubungan antara variabel penjaminan mutu (X_3) dan variabel kinerja pemasaran (Y) adalah sebesar 0,551 sehingga mempunyai arti bahwa hubungan keeratan antara penjaminan mutu dan kinerja pemasaran menurut Riduwan (2007:223) masuk pada kategori sedang dan searah karena koefisien korelasinya bernilai positif. Kemudian dilihat dari uji signifikansi, yang menunjukkan bahwa nilai t-hitung sebesar 5,157 yang lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 0,2480. Sehingga hipotesis 3 yang berbunyi "Penjaminan mutu berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran UKM gitar desa Mancasan" diterima. Hasil penelitian ini sesuai dengan pernyataan Menon, Jaworski dan Kohli, 2008:25 bahwa produk yang berkualitas akan lebih atraktif bagi konsumen, sehingga dapat menimbulkan persepsi yang baik bagi konsumen terhadap produk perusahaan yang pada akhirnya akan meningkatkan volume penjualan, dengan meningkatnya volume penjualan berarti kinerja perusahaan akan meningkat.

Keempat, Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga variabel jaringan bisnis, teknologi produksi, dan penjaminan mutu akan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pemasaran UKM gitar desa Mancasan. Hal ini dibuktikan dengan persamaan regresi linear berganda $Y = 5,199 + 0,343 X_1 + 0,121 X_2 + 0,283 X_3$.

Koefisien X_1 , X_2 , X_3 yang positif ini mengindikasikan bahwa semakin meningkatnya ketiga variabel tersebut maka dapat meningkatkan pula kinerja pemasaran UKM gitar desa Mancasan, Kec. Baki, Kab. Sukoharjo. Hasil uji tersebut diperkuat dengan hasil perhitungan koefisien determinasi yaitu sebesar 0,451 yang artinya bahwa variabel kinerja pemasaran dapat dijelaskan oleh variabel jaringan bisnis, teknologi produksi, dan penjaminan mutu sebesar 45,1 %. Tingkat keeratan hubungan antara variabel jaringan bisnis (X_1), teknologi produksi (X_2), dan penjaminan mutu (X_3) terhadap variabel kinerja pemasaran (Y) adalah sebesar 0,671 sehingga mempunyai arti bahwa hubungan jaringan bisnis (X_1), teknologi produksi (X_2), dan penjaminan mutu (X_3) terhadap kinerja pemasaran (Y) menurut Riduwan (2007:223) masuk pada kategori kuat dan searah karena koefisien korelasinya bernilai positif. Kemudian dilihat dari uji signifikansi yang menunjukkan bahwa nilai F -hitung sebesar 16,130 lebih besar dari F -tabel sebesar 2,76. Sehingga hipotesis 4 yang berbunyi “Jaringan bisnis, teknologi produksi, dan penjaminan mutu berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran UKM gitar desa Mancasan, Kec. Baki, Kab. Sukoharjo” diterima.

3.8 Implikasi Hasil Riset

Berdasarkan pembahasan penelitian yang telah dikemukakan diatas implikasi dari hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Jaringan bisnis merupakan proses membangun hubungan saling menguntungkan dengan pengusaha lain, klien potensial dan pelanggan. Untuk menghadapi berbagai tantangan dari persaingan global, maka perajin dari UKM gitar desa Mancasan dituntut agar lebih memperkuat dan mempererat hubungan kerjasama karena dengan kuat dan eratnya kerjasama yang terjalin akan menjamin

keberlangsungan usaha serta akan mengurangi persaingan usaha. Banyak program pemerintah dan pola-pola kemitraan yang dibuat demi usaha kecil sehingga UKM perlu untuk memanfaatkan program-program tersebut. Hal ini bertujuan untuk mendorong dan menumbuhkan usaha kecil tangguh dan modern.

2. Teknologi produksi merupakan alat dan cara yang digunakan UKM gitar desa Mancasan untuk menghasilkan barang atau jasa. Mengoptimalkan teknologi produksi pada suatu UKM dapat memberikan dampak yaitu dapat menekan biaya, mempercepat waktu produksi, meningkatkan kualitas, menunjang produktivitas, dapat meringankan pekerjaan dan dengan tujuan akhir untuk memaksimalkan laba. Optimalisasi teknologi produksi harus didukung pula dengan kualitas sumberdaya manusia yang mana teknologi yang digunakan masih teknologi padat karya yang bergantung pada penggunanya.

3. Penjaminan mutu merupakan kegiatan yang dilakukan UKM gitar desa Mancasan untuk memberikan bukti-bukti untuk membangun kepercayaan pelanggan. Optimalisasi sumberdaya manusia yang handal mempunyai peran yang sangat besar dalam pencapaian tujuan organisasi serta dalam meningkatkan kualitas. Meningkatkan kualitas barang yang dihasilkan perlu dilakukan oleh karena dengan jaminan mutu terhadap produk yang ditawarkan pelanggan tak perlu khawatir akan mutu produk tersebut sehingga kepuasan pelanggan akan tercapai.

1.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian mengenai pengaruh jaringan bisnis, teknologi produksi, dan penjaminan mutu terhadap kinerja pemasaran pada UKM gitar Desa

Mancasan, Kec. Baki, Kab. Sukoharjo dapat diberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Jaringan bisnis pada IKM gitar di Kec. Baki berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar 58.73% responden memiliki jaringan bisnis yang baik, dimana keeratn hubungan perajin didalam kerjasamanya mampu dijaga sehingga kerjasama yang terjalin dapat berjalan dalam waktu yang cukup lama dan terjadi secara berkesinambungan. Namun meski begitu masih terdapat 39.68% responden yang menilai jaringan bisnis cukup baik, sedangkan sisanya terdapat 1.59% responden yang menganggap sangat baik. Jaringan bisnis termasuk kategori cukup tinggi dalam mendorong kinerja pemasaran IKM gitar di Kec. Baki dengan rata-rata variabel sebesar 3.56.
2. Teknologi produksi pada IKM gitar di Kec. Baki berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar 65.08% responden memiliki teknologi produksi yang baik, dimana perajin telah menggunakan alat-alat modern bermesin dalam kegiatan produksinya yang mana dengan alat ini dapat menunjang kegiatan produksi sehingga tercipta daya saing produk, peningkatan produktivitas, efisiensi dan efektivitas. Namun meski begitu masih terdapat 17.46% responden yang menilai teknologi produksi cukup baik, sedangkan sisanya 17.46% responden yang menganggap sangat baik. Teknologi produksi termasuk kategori cukup tinggi dalam mendorong kinerja pemasaran IKM gitar di Kec. Baki dengan rata-rata variabel sebesar 3.79.
3. Penjaminan mutu pada IKM gitar di Kec. Baki berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar 63.49% responden memiliki penjaminan

mutu yang baik, hal ini didasari dari sedikitnya komplain yang diterima oleh perajin. Karena memang perajin berupaya untuk memberikan yang terbaik kepada setiap pelanggannya sehingga mereka merasa puas akan produk yang dibelinya. Namun meski begitu masih terdapat 22.22% responden yang menilai penjaminan mutu cukup baik, 12.70% responden yang menganggap sangat baik dan terdapat 1.59% yang menyatakan sangat tidak baik. Penjaminan mutu termasuk kategori cukup tinggi dalam mendorong kinerja pemasaran IKM gitar di Kec. Baki dengan rata-rata variabel sebesar 3.74.

4. Kinerja pemasaran pada IKM gitar di Kec. Baki berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar 61.91% responden memiliki kinerja pemasaran yang baik, dimana laba yang diperoleh perajin mengalami peningkatan hal tersebut tak lepas dari usaha peajin untuk lebih gencar untuk memasarkan produk gitarnya dengan memanfaatkan berbagai media online sebagai tempat promosi dan tempat penjualan. Namun meski begitu masih terdapat 22.22% responden yang menilai teknologi produksi cukup baik, sedangkan sisanya 15.87% responden yang menganggap sangat baik. Kinerja pemasaran termasuk kategori cukup tinggi dengan nilai rata-rata variabel sebesar 3.74.
5. Pengaruh jaringan bisnis terhadap kinerja pemasaran IKM gitar di Baki berdasarkan penelitian menunjukkan pengaruh baik, positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran IKM gitar di Baki. Hal tersebut memperlihatkan bahwa semakin baik jaringan bisnis maka kinerja pemasaran yang dilakukan oleh perajin UKM gitar desa Mancasan cenderung makin tinggi, begitu pula

sebaliknya apabila jaringan bisnis yang dimiliki tidak baik maka kinerja pemasarannya akan rendah. Semua itu terbukti dari hasil nilai t hitung $>$ t tabel, yaitu nilai t hitung (5,070) $>$ t tabel (0,2480) dengan taraf signifikansi 0.05. Selanjutnya ada pengaruh yang kuat terlihat dari hasil perhitungan koefisien korelasi (r) atau tingkat keeratan hubungan antara variabel jaringan bisnis terhadap variabel kinerja pemasaran adalah sebesar 0.544, atau mendekati 1, yang artinya bila terjadi perubahan pada variabel jaringan bisnis maka kinerja pemasaran juga akan mengalami perubahan. Kemudian pengaruh jaringan bisnis terhadap kinerja pemasaran berpengaruh positif, ini terlihat dari hasil koefisien regresi sebesar 0.589. Dimana setiap peningkatan variabel jaringan bisnis (X_1) sebesar 1 satuan, akan berdampak pada peningkatan variabel kinerja pemasaran (Y) sebesar 0,589. Sehingga, semakin baik variabel jaringan bisnis (X_1) maka semakin tinggi/mendongkrak kinerja pemasaran (Y) UKM gitar desa Mancasan, Kec. Baki, Kab. Sukoharjo. Sedangkan koefisien determinasi yang diperoleh adalah sebesar 26,9%. Hal ini berarti 26,9% dari variabel kinerja pemasaran dapat dijelaskan oleh variabel jaringan bisnis. Sedangkan sisanya 73,1% dijelaskan oleh faktor lain, selain variabel jaringan bisnis.

6. Pengaruh teknologi produksi terhadap kinerja pemasaran IKM gitar di Baki berdasarkan penelitian menunjukkan pengaruh baik, positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran IKM gitar di Baki. Hal tersebut memperlihatkan bahwa semakin baik teknologi produksi maka kinerja pemasaran yang dilakukan oleh perajin UKM gitar desa Mancasan cenderung makin tinggi,

begitu pula sebaliknya apabila teknologi produksi yang dimiliki tidak baik maka kinerja pemasarannya akan rendah. Semua itu terbukti dari hasil nilai t hitung $>$ t tabel, yaitu nilai t hitung (4,956) $>$ t tabel (0,2480), dengan taraf signifikansi 0.05. Selanjutnya ada pengaruh yang kuat terlihat dari hasil perhitungan koefisien korelasi (r) atau tingkat keeratan hubungan antara variabel teknologi produksi terhadap variabel kinerja pemasaran adalah sebesar 0.536, atau mendekati 1, yang artinya bila terjadi perubahan pada variabel teknologi produksi maka kinerja pemasaran juga akan mengalami perubahan. Kemudian pengaruh teknologi produksi terhadap kinerja pemasaran berpengaruh positif, ini terlihat dari hasil koefisien regresi sebesar 0.517. Dimana setiap peningkatan variabel teknologi produksi (X_2) sebesar 1 satuan, akan berdampak pada peningkatan variabel kinerja pemasaran (Y) sebesar 0,517. Sehingga, semakin baik variabel teknologi produksi (X_2) maka semakin tinggi kinerja pemasaran (Y) UKM gitar desa Mancasan, Kec. Baki, Kab. Sukoharjo. Sedangkan koefisien determinasi yang diperoleh adalah sebesar 28,7%. Hal ini memiliki arti bahwa 28,7% dari variabel kinerja pemasaran dapat dijelaskan oleh variabel teknologi produksi. Sedangkan sisanya 71,3 % dijelaskan oleh faktor lain, selain variabel teknologi produksi.

7. Pengaruh penjaminan mutu terhadap kinerja pemasaran IKM gitar di Baki berdasarkan penelitian menunjukkan pengaruh baik, positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran IKM gitar di Baki. Hal tersebut memperlihatkan bahwa semakin baik penjaminan mutu maka kinerja pemasaran yang dilakukan oleh perajin UKM gitar desa Mancasan cenderung makin tinggi,

begitu pula sebaliknya apabila penjaminan mutu yang dimiliki tidak baik maka kinerja pemasarannya akan rendah. Semua itu terbukti dari hasil nilai t hitung $>$ t tabel, yaitu nilai t hitung (5,157) $>$ t tabel (0,2480) dengan taraf signifikansi 0.05. Selanjutnya ada pengaruh yang kuat terlihat dari hasil perhitungan koefisien korelasi (r) atau tingkat keeratan hubungan antara variabel penjaminan mutu terhadap variabel kinerja pemasaran adalah sebesar 0.551, atau mendekati 1, yang artinya bila terjadi perubahan pada variabel penjaminan mutu maka kinerja pemasaran juga akan mengalami perubahan. Kemudian pengaruh penjaminan mutu terhadap kinerja pemasaran berpengaruh positif, ini terlihat dari hasil koefisien regresi sebesar 0.407. Dimana setiap peningkatan variabel penjaminan mutu (X_3) sebesar 1 satuan, akan berdampak pada peningkatan variabel kinerja pemasaran (Y) sebesar 0,407. Sehingga, semakin baik variabel penjaminan mutu (X_3) maka semakin tinggi kinerja pemasaran (Y) UKM gitar desa Mancasan, Kec. Baki, Kab. Sukoharjo. Sedangkan koefisien determinasi yang diperoleh adalah sebesar 30,4% sedangkan sisanya sebesar 69.6% dipengaruhi variabel lain selain penjaminan mutu.

8. Pengaruh variabel jaringan bisnis, teknologi produksi, dan penjaminan mutu berpengaruh terhadap kinerja pemasaran UKM gitar desa Mancasan kec. Baki, Kab. Sukoharjo berdasar penelitian menunjukkan bahwa ketiganya secara bersama-sama memiliki pengaruh positif, kuat dan signifikan terhadap kinerja pemasaran UKM gitar Desa Mancasan, Kec. Baki, Kab. Sukoharjo. Hal ini menunjukkan semakin baik jaringan bisnis, teknologi produksi dan

penjaminan mutu maka akan semakin baik pula tingkat kinerja pemasaran yang terjadi di IKM gitar di Baki, begitu pula sebaliknya semakin buruk jaringan bisnis, teknologi produksi dan penjaminan mutu maka akan semakin buruk juga kinerja pemasaran IKM gitar di Baki. Hal ini di buktikan dengan hasil perhitungan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $F_{hitung} (16,130) > F_{tabel} (2.76)$ dengan taraf signifikansi 0.05. Jaringan bisnis, teknologi produksi dan penjaminan mutu secara bersama-sama juga memiliki hubungan yang kuat dengan kinerja pemasaran, hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasinya sebesar 0.671 atau mendekati 1, yang artinya bila terjadi perubahan pada variabel jaringan bisnis, teknologi produksi dan penjaminan mutu maka kinerja pemasaran juga akan mengalami perubahan. Selain kuat ketiga variabel tersebut secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja pemasaran, ini dibuktikan dengan koefisien regresi jaringan bisnis sebesar 0,343, teknologi produksi sebesar 0,121, dan penjaminan mutu sebesar 0,283. Berdasarkan hal tersebut dapat diasumsikan bahwa semakin baik jaringan bisnis, semakin baik teknologi produksi, dan semakin baik penjaminan mutu maka semakin meningkat pula kinerja pemasaran UKM gitar desa Mancasan, Kec. Baki, Kab. Sukoharjo. Selain itu ketiga variabel tersebut secara bersama-sama memiliki pengaruh yang besar terhadap kinerja pemasaran, dimana hal ini ditunjukkan dari hasil nilai koefisien determinasi 45.1%.

8.1. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan pembahasan yang didapat dari hasil penelitian, ada beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan UKM gitar desa Mancasan Kec. Baki. Kab. Sukoharjo dalam rangka meningkatkan kinerja pemasarannya yaitu :

1. Karena jaringan bisnis berpengaruh terhadap kinerja pemasaran maka untuk meningkatkan kinerja pemasaran, hal-hal yang perlu dilakukan kaitannya dengan jaringan bisnis adalah dengan terus menjaga keharmonisan dan keeratan antar jaringan bisnis, karena di samping dapat mengurangi risiko persaingan suatu kerjasama juga dapat memberikan andil yang besar dalam keberlangsungan usaha itu sendiri.
2. Karena teknologi produksi berpengaruh terhadap kinerja pemasaran maka untuk meningkatkan kinerja pemasaran, hal-hal yang perlu dilakukan kaitannya dengan teknologi produksi adalah untuk terus memberikan pelatihan kepada karyawan dalam penggunaan alat produksi terutama untuk karyawan baru Karena dengan pelatihan ini diharapkan dapat mencegah terjadinya kesalahan-kesalahan yang justru akan merugikan IKM itu sendiri.
Karena penjaminan mutu berpengaruh terhadap kinerja pemasaran maka untuk meningkatkan kinerja pemasaran, hal-hal yang perlu dilakukan kaitannya dengan penjaminan mutu adalah dengan melakukan pemilihan bahan baku gitar yang berkualitas, melakukan seleksi karyawan karena memang untuk menjamin mutu suatu produk IKM perlu untuk mencari SDM yang berkualitas pula.

DAFTAR PUSTAKA

- Hitt M, K. Ireland, R.D., Hoskisson, R.E. 2001. *Manajemen Strategis, Daya Saing dan Globalisasi Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.
- Zulkarnaen, Halim Oky 2013. Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Makanan Ringan *Snack* Barokah Di Solo Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Hostu, Prabatmojo. 1996. Perkembangan Jaringan Usaha Bagi Usaha Kecil Dan Menengah Dalam Rangka Menghadapi Integrasi Ekonomi Global. *Journal*. Analisis Sosial, Edisi 2, Februari 1996 : 39-50.
- Soen'an, Ali Djoefri Chozin. 2002. *Jaringan Usaha Dalam Menghadapi Globalisasi": Tentang Kebutuhan Dan Strategi Pembentukannya"*, *Globalisasi Krisis Ekonomi Dan Kebangkitan Ekonomi Kerakyatan*. Jakarta: Pustaka Quantum.
- Mildaeni, Itsna Nurrahma 2008. Jaringan Bisnis Ikan Etnis Cina Muslim Cilacap Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *Journal*. Universitas Syarif Hidayatullah.
- Asmaul, Siti & Anggrini, Sakunda 2016. Penguatan Alih Teknologi Produksi Di UKM Sambel Pecel, Anggota Jaringan Usaha Sekota Batu "GRAS" (Guyub Rukun Agawe Santosa) Di Kota Wisata Batu. *Journal Vol.2, No:1*. Universitas Brawijaya
- Raharjo, Jani 2014. Dampak Implementasi Penggunaan Teknologi Manufaktur Tingkat Lanjut –*Advanced Manufacturing Technology* Pada Kinerja UKM Di Indonesia. *Journal Vol.16, No:1* (Juni), pp.33-40.
- Narwoto, Andre 2013. Gambaran Inovasi Teknologi Produksi UKM Pada Usaha "Sehati" Di Salatiga. *Journal: Universitas Kristen Satya Wacana*
- Ridwan (2001). *Sekilas Mengenai Industry Kecil Dan Kerajinan Rakyat Di Indonesia*. Jakarta: Business News.
- Tambunan, Tulus 1999. *Perkembangan Industry Skala Kecil Di Indonesia*. Jakarta: PT. Mutiara Sumber Widya.

Sarana, Jiwa 2002. *Strategi Pengembangan Usaha Industri Kecil Dalam Menghadapi Era Globalisasi*. Jakarta: Pustaka Quantum.

Hafsah 2000. *kemitraan usaha, konsepsi dan strategi*. Jakarta: pustaka sinar harapan.

Fitriati, Rachma 2015. *Menguak Daya Saing UMKM Industri Kreatif*. Jakarta: Buku Obor.

Adipoetra, Wilhelmina 2004. Upaya Peningkatan Kinerja Pemasaran Dengan Konsep *Marketing Strategy Making Process* Melalui Kreatifitas Strategi Dan Pembelajaran Organisasional. *Tesis*. Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Diponegoro

Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Jakarta : Prenhallindo

Sugiyono. 2006. *Statistika Untuk Penelitian Cetakan Ketujuh*. Bandung : Alfabeta

_____. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta : Alfabeta

_____. 2010. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung : Alfabeta

Umar, Husein. 2003. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama

Wibisono, Dermawan. 2006. *Manajemen Kinerja*. Jakarta : Erlangga

Widayat, dan Amirullah. 2002. *Riset Bisnis*. Yogyakarta : Graha Ilmu

Priyatno, Duwi. 2009. *SPSS untuk Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate*. Yogyakarta : Gava Media

http://krjogja.com/web/news/read/9238/Perajin_Gitar_Ngrombo_Baki_Alami_Kesulitan_Ekspor

<http://berita.suaramerdeka.com/sejumlah-ikm-diminta-tanggap-persaingan-mea/>

<http://peluangusaha.kontan.co.id/news/sentra-gitar-mancasan-perajin-pun-adu-strategi-3>

<https://sukoharjokab.bps.go.id/>