

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP DAYA SAING
INDUSTRI KERAJINAN TEMBAGA
(Studi Kasus Pada Pengrajin Di Desa Tumang Kecamatan Cepogo
Kabupaten Boyolali)**

Hanifah Millatina¹, Nuning Lisdiana², Hari Purwanto³
hanifahmilla36@gmail.com
Universitas Boyolali

ABSTRACT

The problem in this study is the increasing competition in the world of copper handicraft industries in Tumang Village, Cepogo District, Boyolali Regency both in the fields of production and marketing. This is evident in the increasingly fierce competition lately. The purpose of this study is to find out how the marketing mix (product, price, place and promotion) influences the competitiveness of the copper industry. In this study, the subjects of the study were the craftsmen of the copper handicraft industry in Tumang Village, Cepogo District, Boyolali Regency. A sample of 50 craftsmen.

The method used in this study is explanatory survey, namely by using a questionnaire as a means of data collection and data analysis techniques using multiple linear regression.

Partial results of the product variable, price and place do not significantly influence competitiveness. While the promotion variable has a significant positive effect on competitiveness. And simultaneously showing product, price, place and promotion variables have no significant effect on competitiveness.

Keywords: *marketing mix, product, price, place, promotion, competitiveness*

1. PENDAHULUAN

Indonesia memasuki era perdagangan bebas dengan kebijakan pemerintah yang tidak melakukan diskriminasi terhadap ekspor maupun impor. Hal ini menyebabkan terjadinya pembaharuan yang signifikan dan berdampak bagi perekonomian baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Dampak yang sangat terlihat adalah semakin ketatnya persaingan di setiap sektor. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dan Industri kini harus mulai diperhatikan oleh pemerintah untuk mendukung perekonomian negara secara optimal serta memaksimalkan sumber daya dan potensi yang dimiliki di setiap daerah di Indonesia. UMKM dan Industri memiliki peran yang sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi serta untuk memberdayakan sumber daya baik sumber daya alam maupun sumber daya manusia di setiap daerah.

Berdasarkan catatan IMD (*Outlook Ekonomi Indonesia Bank Indonesia, 2008*) rendahnya kondisi daya saing Indonesia, disebabkan oleh buruknya kinerja perekonomian nasional yang terbagi dalam empat hal utama yaitu buruknya kinerja perekonomian nasional, buruknya efisiensi kelembagaan pemerintah, lemahnya efisiensi usaha dan keterbatasan infrastruktur.

Menurut Tambunan (2002:1) Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) khususnya usaha kecil di negara berkembang sering dikaitkan dengan masalah ekonomi dalam negeri seperti tingginya tingkat kemiskinan, besarnya jumlah pengangguran, pendidikan yang rendah, ketimpangan distribusi pendapatan, proses pembangunan yang tidak merata antar daerah dan kota. Hal ini berarti keberadaan UMKM diharapkan dapat memberi kontribusi positif dan signifikan terhadap upaya penanggulangan masalah tersebut.

Industri kecil dan menengah memiliki jumlah usaha yang banyak. Dimana mereka memberikan kontribusi yang besar terhadap penciptaan lapangan pekerjaan dan dapat menjadi sumber pendapatan utama, khususnya bagi daerah pedesaan dan rumah tangga golongan ekonomi lemah dan dapat meningkatkan mobilitas domestik. Kerajinan logam di Desa Tumang sudah ada sejak dulu. Sebagai pekerjaan kreatif yang turun temurun dari nenek moyang. Dulu pada awalnya para pengrajin hanya membuat barang-barang perkakas rumah tangga sesuai dengan permintaan lokal. Tapi hal itu tidak berlaku lagi saat ini, bukan hanya produksi perkakas rumah tangga saja yang dihasilkan oleh pengrajin Desa Tumang, dewasa ini Desa Tumang disebut Sentra Kerajinan Tembaga dimana para pengrajin membuat berbagai macam kerajinan dari tembaga kuningan serta alumunium. Dengan pangsa pasar yang semakin melebar dan meluas, baik di dalam maupun luar negeri. Para pengrajin kini mampu melayani berbagai macam bentuk pesanan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen.

Hambatan dalam proses produksi kerajinan antara lain adalah ketersediaan modal dan bahan baku. Harga bahan baku yang mengikuti kurs dolar membuat anggaran tidak stabil dan yang menyebabkan harga produk bisa berubah sewaktu-waktu. Beberapa permasalahan lainnya antara lain adalah produk kerajinan yang beragam, ketertidaksediaan peralatan, perbedaan kompetensi para pengrajin dalam membuat produk, ketersediaan bahan baku, tempat dan saluran distribusi dari kerajinan serta promosi dalam meningkatkan penjualan.

Dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin pesat para pengrajin mulai memanfaatkan untuk meningkatkan produktifitas melalui promosi media online. Semakin

banyaknya wirausaha yang tumbuh dengan hal ini juga berdampak pada persaingan harga yang ketat dalam pelayanan konsumen. Dimana tidak menutup kemungkinan terjadi persaingan harga yang tidak sehat antar penyedia produk.

Penelitian ini menganalisa mengenai Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Daya Saing Industri Kerajinan Tembaga (Studi Kasus Pada Pengrajin Desa Tumang, Kecamatan Cepogo, Kabupaten Boyolali).

2. METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2016:2) metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei eksplanatori, dengan mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuosioner sebagai alat pengumpul data pokok.

Populasi dalam penelitian adalah para pengrajin industri kerajinan tembaga di Desa Tumang Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali yang berjumlah kurang lebih 100 orang. Dengan teknik Purposive Sampling dapat diambil sampel sebanyak 50 orang pengrajin. Adapun subjek dari penelitian adalah para pengrajin kerajinan tembaga di Desa Tumang Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali.

Skala pengukuran yang digunakan pada kuesioner penelitian ini adalah skala *Likert*. Sedangkan teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner atau angket dan wawancara.

Operasionalisasi Variabel untuk menguji hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini setiap variabel harus dipastikan, kemudian dijabarkan melalui operasionalisasi variabel. Operasionalisasi variabel penelitian ini diuraikan dalam tabel sebagai berikut:

Variabel	Indikator	Sumber Data	Skala
----------	-----------	-------------	-------

Variabel Dependen			
Daya Saing (Y)	Kemampuan pengrajin untuk meningkatkan pangsa pasar industri kerajinan tembaga	Kuesioner	Ordinal
Variable Independen			
Produk (X1)	Kualitas produk berhubungan dengan kemampuan pengrajin dalam membuat produk yaitu meliputi beberapa aspek : a. <i>Technical competence</i> b. <i>Marketing competence</i>	Skor diperoleh dari jawaban responden mengenai kemampuan pengrajin dalam menjaga kualitas produk yaitu : a. Menguasai prosedur dan teknik dalam proses produksi b. Mampu membuat produk yang diterima pasar c. Mampu menjaga kualitas produk yang diterima pasar	Ordinal
Harga (X2)	Harga produk yang mampu bersaing di pasar	Data diperoleh dari responden tentang hubungan harga dengan kualitas produk	Ordinal
Tempat/ Saluran Distribusi (X3)	Lokasi dan saluran distribusi produk dari pengrajin ke konsumen	Data diperoleh dari responden mengenai lokasi <i>Showroom</i> dan rumah produksi kerajinan.	Ordinal
Promosi (X4)	Keterkaitan media yang digunakan pengrajin dalam memasarkan produk	Data diperoleh dari responden mengenai media apa saja yang digunakan serta dapat memaksimalkan pemasaran produk	Ordinal

Teknik pengujian data yang digunakan adalah analisis deskriptif. Menurut Sanusi (2011 : 116), analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi.

Teknik uji kualitas data yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Suatu penelitian dikatakan memiliki validitas tinggi apabila penelitian tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil dengan maksud digunakannya penelitian tersebut. Sedangkan tes reliabilitas

adalah tes yang digunakan dalam penelitian untuk mengetahui apakah alat pengumpul data yang digunakan menunjukkan tingkat ketepatan, tingkat keakuratan, kestabilan dan konsistensi dalam mengungkapkan gejala dari sekelompok individu walaupun dilaksanakan pada waktu yang berbeda.

Teknik uji asumsi klasik antara lain adalah uji normalitas data, multikolinearitas, heterokedastisitas, dan autokorelasi.

Hipotesis merupakan pernyataan-pernyataan yang menggambarkan suatu hubungan antara dua variabel yang berkaitan dengan suatu kasus tertentu dan merupakan anggapan sementara yang perlu diuji kebenarannya dalam

suatu penelitian. Menurut Sugiyono (2014:63), "Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data."

Uji hipotesis secara parsial (Uji T) menurut Ghozali (2013:98), "Menguji hipotesis secara parsial guna menunjukkan pengaruh tiap variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Uji T adalah pengujian koefisien regresi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen."

Uji hipotesis secara simultan (Uji F) digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel-variabel bebas secara simultan (bersama-sama) yang digunakan mampu menjelaskan variabel terikat. Pembuktian dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai kritis F_{tabel} dengan nilai F_{hitung} yang terdapat pada tabel analisis varian. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka keputusan menolak hipotesis nol (H_0) dan menerima hipotesis alternatif (H_a) artinya secara statistic data yang digunakan untuk membuktikan bahwa semua variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

Analisis regresi linear berganda merupakan suatu teknik statistika yang digunakan untuk mencari persamaan regresi yang bermanfaat untuk meramal nilai variabel dependen berdasarkan nilai-nilai variabel independen dan

mencari kemungkinan kesalahan dan menganalisa hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen baik secara simultan maupun parsial. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji apakah variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen secara simultan maupun parsial.

Koefisien determinasi adalah nilai yang menunjukkan besar kontribusi pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien *Nagelker's R Square* dapat diinterpretasikan hampir mirip seperti nilai *R Square* dalam model regresi linear (Sugiyono, 2016:286)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian Kualitas Data dengan uji validitas, jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($N=50-2=48$, $\alpha=0,05$ maka $r_{tabel} = 0,235$) menggunakan uji dua arah (sig. 2-tailed) berarti butir dinyatakan valid, sedangkan jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ berarti tidak valid. Hasil uji validitas dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

Variabel Produk

Pernyataan	r_{tabel}	r_{hitung}	Keterangan
Butir 1	0,235	0,543	Valid
Butir 2	0,235	0,692	Valid
Butir 3	0,235	0,681	Valid
Butir 4	0,235	0,724	Valid
Butir 5	0,235	0,683	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil uji validitas diatas dengan variabel produk diketahui semua butir pernyataan r_{hitung} (0,543 s.d. 0,683) $> r_{tabel}$ (0,235) dengan nilai signifikansi 0,05 sehingga ke lima butir pernyataan pada variabel produk dinyatakan valid.

Variabel Harga

Pernyataan	r_{tabel}	r_{hitung}	Keterangan
Butir 6	0,235	0,670	Valid
Butir 7	0,235	0,431	Valid
Butir 8	0,235	0,681	Valid
Butir 9	0,235	0,639	Valid
Butir 10	0,235	0,659	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil uji validitas diatas dengan variabel harga diketahui semua butir pernyataan r_{hitung} (0,670 s.d. 0,659) > r_{tabel} (0,235) dengan nilai signifikansi 0,05 sehingga ke lima butir pernyataan pada variabel harga dinyatakan valid.

Variabel Tempat

Pernyataan	r_{tabel}	r_{hitung}	Keterangan
Butir 11	0,235	0,510	Valid
Butir 12	0,235	0,690	Valid
Butir 13	0,235	0,361	Valid
Butir 14	0,235	0,642	Valid
Butir 15	0,235	0,573	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil uji validitas diatas dengan variabel tempat diketahui semua butir pernyataan r_{hitung} (0,510 s.d. 0,573) > r_{tabel} (0,235) dengan nilai signifikansi 0,05 sehingga ke lima butir pernyataan pada variabel tempat dinyatakan valid.

Variabel Promosi

Pernyataan	r_{tabel}	r_{hitung}	Keterangan
Butir 16	0,235	0,427	Valid
Butir 17	0,235	0,491	Valid
Butir 18	0,235	0,615	Valid
Butir 19	0,235	0,573	Valid

Butir 20	0,235	0,668	Valid
----------	-------	-------	-------

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil uji validitas diatas dengan variabel promosi diketahui semua butir pernyataan r_{hitung} (0,427 s.d. 0,668) > r_{tabel} (0,235) dengan nilai signifikansi 0,05 sehingga ke lima butir pernyataan pada variabel promosi dinyatakan valid.

Variabel Daya Saing

Pernyataan	r_{tabel}	r_{hitung}	Keterangan
Butir 16	0,235	0,460	Valid
Butir 17	0,235	0,602	Valid
Butir 18	0,235	0,593	Valid
Butir 19	0,235	0,388	Valid
Butir 20	0,235	0,634	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil uji validitas diatas dengan variabel daya saing diketahui semua butir pernyataan r_{hitung} (0,427 s.d. 0,668) > r_{tabel} (0,235) dengan nilai signifikansi 0,05 sehingga ke lima butir pernyataan pada variabel daya saing dinyatakan valid.

Pengujian kualitas data dengan uji reliabilitas, dengan menggunakan rumus α dari Cronbach (Suharsimi Arikunto, 2010:171). Kriteria pengujiannya adalah jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dengan taraf signifikan pada $\alpha = 0,05$, maka instrumen tersebut adalah *reliabel*, sebaliknya jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} maka instrumen tersebut adalah tidak reliabel. Hasil uji reliabilitas adalah tabel berikut :

Uji Realibitas

Pernyataan	Cronbach Alpha	R tabel	Keterangan
Produk	0,677	0,235	Reliabel
Harga	0,584	0,235	Reliabel
Tempat	0,452	0,235	Reliabel
Promosi	0,438	0,235	Reliabel
Daya Saing	0,375	0,235	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa variabel produk, harga, tempat, promosi dan daya saing memiliki data yang reliabel. Hal ini terlihat dari *Cronbach Alpha* lebih besar dari r_{tabel} hasil pengujian asumsi klasik.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan *Test Normality Kolmogorov-Smirnov*, menurut Singgih Santosa (2012:393) dasar pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymtotic Significanted*), yaitu jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah normal. Dan jika probabilitas $< 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

Berdasarkan *Test Normality Kolmogorov-Smirnov* diperoleh nilai 0,128 atau (12,8%) sehingga hasil dari pengujian ini berdistribusi normal.

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Indikator model regresi yang baik adalah tidak adanya korelasi antara variabel independen (Imam Ghozali, 2013:105). Pengujian multikolinearitas memiliki ketentuan bahwa *Tolerance value* $< 0,10$ atau *VIF* > 10 : terjadi multikolinearitas dan *Tolerance value* $> 0,10$ atau *VIF* < 10 : tidak terjadi multikolinearitas.

Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Ket
Produk (X1)	0,924	1,082	Bebas Multikolin

			earitas
Harga (X2)	0,936	1,068	Bebas Multikolin earitas
Tempat (X3)	0,886	1,128	Bebas Multikolin earitas
Promosi (X4)	0,956	1,046	Bebas Multikolin earitas

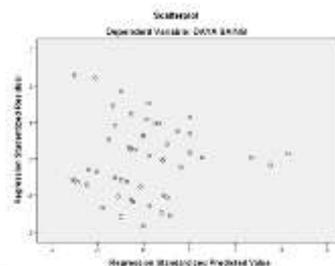
Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pernyataan dari variabel produk, harga, tempat dan promosi dalam penelitian ini adalah bebas multikolinearitas. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai *Tolerance value* $> 0,10$ atau *VIF* < 10 .

b. Uji Heterokesdastisitas

Dalam persamaan regresi berganda perlu juga diuji mengenai sama atau tidak varian dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya mempunyai varian yang sama disebut terjadi homoskedastisitas dan jika variannya tidak sama atau berbeda disebut terjadi heteroskedastisitas. Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas, Danang Sunyoto (2013:90).

Hasil Uji Heterokesdastisitas



Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Dari hasil gambar grafik diatas antara nilai sumbu Y (nilai Y yang diprediksi) dan sumbu X (nilai residual) menunjukkan pola yang tidak jelas, serta titik menyebar diatas dan dibawah sumbu Y secara tidak teratur sehingga menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Autokorelasi

Menurut Danang Sunyoto (2013:98) akibat dari adanya autokorelasi dalam model regresi, koefisien regresi yang diperoleh menjadi tidak efisien, artinya tingkat kesalahan prediksinya menjadi besar. Untuk menguji ada tidaknya autokorelasi, dari data residual terlebih dulu dihitung nilai statistik Durbin-Watson (D-W).

Hasil Uji Autokorelasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.418 ^a	.174	.101	2.188	2.383

a. Predictors: (Constant), PROMOSI, PRODUK, HARGA, TEMPAT

b. Dependent Variable: DAYA SAING
Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel diatas diketahui bahwa Durbin – Watson sebesar 2,383, dengan jumlah variabel independen empat dan jumlah sampel 50 dapat kita ketahui nilai d_L sebesar 1,3779 dan d_U sebesar 1,7214 dilihat dari tabel Durbin Watson. Jika $d_U < 4 - d_U$, maka dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa nilai d terletak di antara batas bawah d_L dan batas atas d_U . Dengan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

Pengujian Hipotesis Penelitian

Uji hipotesis digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji hipotesis dari penelitian ini adalah:

Hasil uji parsial (uji t) dari pengujian ini adalah :

Hipotesa :

Ho: Produk, harga, tempat dan promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap daya saing industri kerajinan tembaga Desa Tumang Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali

Ha : Produk, harga, tempat dan promosi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap daya saing industri kerajinan tembaga Desa Tumang Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	4.738	5.116		.926	.359
PRODUK	.131	.156	.118	.839	.406
HARGA	.069	.140	.069	.492	.625
TEMPAT	.262	.149	.252	1.754	.086
PROMOSI	.321	.153	.290	2.094	.042

a. Dependent Variable: DAYA SAING
Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel diatas maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Analisis terhadap produk

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai signifikan variabel produk sebesar 0,406 > 0,05 berarti produk tidak berpengaruh signifikan terhadap daya saing industri kerajinan tembaga di Desa Tumang Kecamatan Cepogo, Kabupaten Boyolali. Artinya variabel produk tidak mempengaruhi daya saing.

b. Analisis terhadap harga

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai signifikan variabel harga

sebesar $0,625 > 0,05$ berarti harga tidak berpengaruh secara signifikan

terhadap daya saing industri kerajinan tembaga di Desa Tumang Kecamatan Cepogo, Kabupaten Boyolali. Artinya variabel harga tidak mempengaruhi daya saing.

- c. Analisis terhadap tempat
Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai signifikan variabel tempat sebesar $0,086 > 0,05$ berarti tempat tidak berpengaruh secara signifikan terhadap daya saing industri kerajinan tembaga di Desa Tumang Kecamatan Cepogo, Kabupaten Boyolali. Artinya variabel tempat tidak mempengaruhi daya saing.
- d. Analisis terhadap promosi
Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai signifikan variabel promosi sebesar $0,042 < 0,05$ berarti promosi berpengaruh secara signifikan terhadap daya saing industri kerajinan tembaga di Desa Tumang Kecamatan Cepogo, Kabupaten Boyolali. Artinya variabel promosi mempengaruhi daya saing.
- b. Uji Simultan (Uji F)
Hipotesa :
 H_0 : Produk, harga, tempat dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap daya saing industri kerajinan tembaga Desa Tumang Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali.
 H_a : Produk, harga, tempat dan promosi secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap daya saing industri kerajinan tembaga Desa Tumang Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali.

Hasil pengujian simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Si g.
1 Regression	45.523	4	11.381	2.378	.066 ^b
Residual	215.357	45	4.786		
Total	260.880	49			

a. Dependent Variable: DAYA SAING

b. Predictors: (Constant), PROMOSI, PRODUK, HARGA, TEMPAT

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

- a. Taraf Signifikansi
Taraf signifikansi adalah 0,05 dan menentukan taraf F_{hitung} dan F_{tabel} . Dari hasil pengujian didapatkan :
- F_{hitung} adalah 2,378
 - F_{tabel} dicari melalui tabel statistik pada signifikansi 0,05 dimana $df_1 = 4$ dan $df_2 = 45$ ditemukan bahwa F_{tabel} adalah 2,58
- b. Pengambilan keputusan
Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- c. Kesimpulan
Hasil Uji F diperoleh F_{hitung} sebesar 2,378 (pada signifikansi $0,000 < 0,05$) yang berarti bahwa produk, harga, tempat dan promosi tidak berpengaruh secara simultan terhadap daya saing industri kerajinan tembaga di Desa Tumang Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali.

Regresi Linear Berganda untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap daya saing. Hasil dari analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.738	5.116		.926	.359
PRODUK	.131	.156	.118	.839	.406
HARGA	.069	.140	.069	.492	.625
TEMPAT	.262	.149	.252	1.754	.086
PROMOSI	.321	.153	.290	2.094	.042

a. Dependent Variable: **DAYA SAING**
Sumber : *Data primer yang diolah, 2019*

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada tabel diatas diperoleh persamaan regresi yaitu :

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + \epsilon$$

$$= 4,738 + 0,131 X_1 + 0,069 X_2 + 0,262 X_3 + 0,321 X_4 + \epsilon$$

Dari hasil data diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. X_1 = Nilai koefisien variabel produk menunjukkan koefisien yang positif sebesar 0,131 dengan demikian diketahui bahwa produk secara signifikan tidak dapat meningkatkan daya saing.
2. X_2 = Nilai koefisien variabel harga menunjukkan koefisien yang positif sebesar 0,069 dengan demikian diketahui bahwa harga secara signifikan tidak dapat meningkatkan daya saing.
3. X_3 = Nilai koefisien variabel tempat menunjukkan koefisien yang positif sebesar 0,262 dengan demikian diketahui bahwa tempat secara signifikan tidak dapat meningkatkan daya saing.
4. X_4 = Nilai koefisien variabel promosi menunjukkan koefisien yang positif sebesar 0,321 dengan demikian dapat diketahui bahwa

promosi secara signifikan dapat meningkatkan daya saing.

- **Produk**

Uji Koefisien Determinasi (R^2) dari hasil regresi linier berganda meneunjukkan seberapa besar variabel dependen (daya saing) dipengaruhi oleh variabel independen (produk, harga, tempat dan promosi). Hasil uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel berikut:

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error	DW
1	.418 ^a	.174	.101	2.188	2.383

a. Predictors: (Constant), PROMOSI, PRODUK, HARGA, TEMPAT

b. Dependent Variable: **DAYA SAING**
Sumber : *Data primer yang diolah, 2019*

Berdasarkan data diatas, diperoleh Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,174 atau (17,4%) daya saing industri tembaga di Desa Tumang Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali dipengaruhi oleh variabel produk, harga, tempat dan promosi. Sedangkan 82,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Dari analisis data di atas dihasilkan nilai-nilai yang digunakan untuk membuktikan hipotesis dari penelitian, antara lain:

- **Produk**
Berdasarkan hasil analisis regresi berganda dengan uji t menunjukkan nilai sig. $0,406 > 0,05$ berarti bahwa variabel produk tidak berpengaruh signifikan terhadap daya saing.
- **Harga**
Berdasarkan hasil analisis regresi berganda dengan uji t menunjukkan nilai sig. $0,625 > 0,05$ berarti bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap daya saing.
- **Tempat**
Berdasarkan hasil analisis regresi berganda dengan uji t menunjukkan nilai sig. $0,086 > 0,05$ berarti bahwa tempat tidak berpengaruh signifikan terhadap daya saing
- **Promosi**
Berdasarkan hasil analisis regresi berganda dengan uji t menunjukkan nilai sig. $0,042 < 0,05$ berarti bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap daya saing

Dari hasil diatas diketahui bahwa secara parsial promosi berpengaruh positif secara signifikan terhadap daya saing. Sedangkan produk, harga dan tempat tidak berpengaruh secara signifikan terhadap daya saing.

- b. **Hipotesis Kedua**
Dari hasil uji simultan (uji f) dari penelitian ini di ketahui bahwa : Hasil Uji F diperoleh F_{hitung} sebesar 2,378 (pada signifikasi $0,000 < 0,05$) yang berarti bahwa produk, harga, tempat dan promosi secara simultan tidak berpengaruh terhadap daya saing industri kerajinan tembaga di Desa Tumang Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali.
- c. **Koefisien Determinasi**
Sedangkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,174

a. **Hipotesis Pertama**

Dari hasil uji parsial (uji t) dari penelitian ini diketahui bahwa :

memiliki pengertian bahwa produk, harga, tempat dan promosi secara bersama-sama mampu mempengaruhi variabel daya saing sebesar 17,4% selebihnya 82,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Daya saing industri kerajinan tembaga di Desa Tumang Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali dipengaruhi oleh berbagai faktor lain yang tidak dimasukkan di dalam penelitian ini misalnya permintaan pasar, sumber daya manusia (SDM), teknologi, inovasi dan peran pemerintah.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh bauran pemasaran terhadap daya saing industri kerajinan tembaga di Desa Tumang Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Secara parsial produk tidak berpengaruh signifikan terhadap daya saing industri kerajinan tembaga di Desa Tumang Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali.
2. Secara parsial harga tidak berpengaruh signifikan terhadap daya saing industri kerajinan tembaga di Desa Tumang Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali.
3. Secara parsial tempat tidak berpengaruh signifikan terhadap daya saing industri kerajinan tembaga di Desa Tumang Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali.

4. Secara parsial promosi berpengaruh positif secara signifikan terhadap daya saing industri kerajinan tembaga di Desa Tumang Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali.

5. DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari, 2004, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan Keenam, Alfabeta, Bandung.
Arikunto, Suharsimi, 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
Armstrong dan Kotler. 1999. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
Asmara, Anugerah Yuka dan Rahayu, Sri.2015. *Meningkatkan daya saing industry kecil menengah melalui inovasi dan pemanfaatan jaringan sosial: pembelajaran dari klaster industri software di india*. Jurnal. Pappiptek LIPI
Assauri Sofyan. 2002. *Manajemen Pemasaran (dalam konsep dan strategi)*. Jakarta : RajawaliGrafindo.
Assauri, Sofjan, 2007. *Manajemen Pemasaran*, Rajawali Pers, Jakarta.
Badan Pusat Statistik (BPS). *Pengertian Industri*. (<http://www.gurupendidikan.com/20-pengertian-industri-menurut-para-ahli/html>)
Basu Swasta DH., dan T. Hani Handoko. 1997. *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty.
Basu Swastha Dharmmesta dan T. Hani Handoko.(2000). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
Basu Swastha, DH dan Irawan. 1990. *Manajemen Pemasaran Modern*.Yogyakarta: Liberty.

5. Produk, harga, tempat dan promosi secara simultan tidak berpengaruh terhadap daya saing industri kerajinan tembaga.

Basu, Swastha dan Irawan, (1999), *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi 2. Yogyakarta : Liberty.
Catur E. Rismiyati – Ig. Bomdan Suratno. 2006. *Pemasaran Barang dan Jasa*. Yogyakarta : Kanisius.
Dr. H. Ade Komarudin, MH. 2014. *Politik Hukum Integratif UMKM*. RMBBooks.
Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. BP Semarang : Universitas Diponegoro.
Handoko, T.Hani dan Basu Swastha Dharmmesta. 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFE.
Harper W. Boyd, dkk. 2000. *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Jakarta : Erlangga. (<http://www.seputarpengetahuan.co.id> (diakses pada tanggal 20 juni 2019))
Kotler,Philip dan Gary Armstrong.2005. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
Kotler, Philip & Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketigabelas Jilid 1*.Jakarta: Erlangga.
Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
Kotler, Philip & Kevin L. Keller. 2012. *Marketing Managemen*, 14th edition.New Jersey: Prentice Hall
Kotler, Philip dan gary Armstrong, 2003, *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Kesembilan, Jakarta: PT. Indeks Gramedia
Kotler, Philip, (1994), *Marketing Management ; Analysis, Planning, Implementation and Control (8th*

ed), International Edition, Englewood Cliffs, Prentice Hall, New Jersey.

Kotler, Philip. (1993). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian,*

Implementasi dan Kontrol. Jakarta : Prenhallindo.

Kotler, Philip. 1999. *Manajemen Pemasaran.* Jilid II. Edisi Milenium. Jakarta: PT. Prenhallindo.

Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran,* Jilid 1, Jakarta: Erlangga

Kuncoro, Mudrajad. 2007. *Ekonomika Industri Indonesia : Menuju Negara Industri Baru 2030?.* Yogyakarta: Andi Publisher

Muhardi. 2007. *Strategi Operasi Untuk Keunggulan Bersaing.* Graha Ilmu.

Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi, 2002. *Metode Penelitian Survei.* Jakarta: LP3ES.

Stanton, William J. 2008. *Fundamentalbof Marketing 10 Edition.* New York : Mc Graw-Hill International Edition.

Sugiyono. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.* Bandung : Alfabeta:.

Sugiyono, (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Bandung Alfabeta.

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

Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Pendidikan; Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi.* Bandung: Alfabeta

Sunyoto, Danang. 2013. *Metodologi Penelitian Akuntansi.* Bandung: PT Refika.

Tambunan, Tulus T.H. 2002. *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia:*

(Diterjemahkan oleh Adi Zakaria Afif). Yogyakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Kotler, Philip. (1995). *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan,*

Beberapa Isu-Isu Penting. Jakarta : Salemba Empat.

Wibowo, Dimas Hendika Dan Arifin, Zainul Serta Sunarti. 2015. *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi Pada Batik Di Jeng Solo).* Jurnal. Malang: Universitas Brawijaya.