

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP TINGKAT PENDAPATAN
PENGUSAHA BATU-BATU DI KEC. PEUSANGAN KAB. BIREUEN**

THESIS



Oleh:

SUMANTI

NIM: 51683

Ditulis untuk Memenuhi sebagian persyaratan dalam
mendapatkan gelar Magister Pendidikan

**PROGRAM STUDI TEKNOLOGI PENDIDIKAN
KONSENTRASI PENDIDIKAN EKONOMI-GEOGRAFI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2012**

ABSTRAK

SUMANTI, 2011. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat Pendapatan Pengusaha Batu-batu di Kec. Peusangan Kab. Bireuen” Tesis Program Pasca Sarjana Iniversitas Negeri Padang Tahun 2011.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) Pengaruh Produk Terhadap Tingkat Pendapatan Pengusaha Batu- bata (2) Pengaruh harga terhadap tingkat pendapatan Pengusaha Batu bata (3) Pengaruh Promosi terhadap tingkat pengdaoatan pengusaha batu bata di Kec. Peusangan (4) Pengaruh saluran distribusi terhadap tingkat pendapatan Pengusaha batu bata.

Penelitian ini dilakukan di Kec. Peusangan Kab. Jenis penelitian ini bersifat kuantitatif Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengusaha batu bata yang berada di Peusangan Kab. Bireuen tahun 2010/2011 dengan jumlah 111. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik sampel acak berstrata dengan jumlah 86 responden. Data yang telah dikumpulkan melalui kuisisioner dan wawancara dianalisis dengan analisi jalur.

Berdasarkan Hasil uji hipotesis dengan menggunakan analisi jalur ditemukan bahwa (1) Variabel produk berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan pengusaha batu bata, (2) Variabel Harga berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan pengusaha batu bata, (3) Variabel Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan pengusaha batu bata, (4) Variabel saluran Distribusi berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan pengusaha batu bata.

ABSTRACT

SUMANTI, 2011. “ The Effects of Marketing Mix on Brick Manufacturer’s Income at Peusangan. Bireuen distrikt “ Master Degree Thesis of Padang State University.

The aim of this study was to investigate 1) the extent to which product affects brick manufacturer’s income (2) the extent to which price affects brick manufacturer’s income 3) the extent to which promotion affects brick manufacturer’s income at Kecamatan Peusangan (4) the extent to which distribution channel affects brick manufacturer’s income.

This study was conducted at Regency of Peusangan Distict of Bireuen. This research was quantitative. The population of distict in this research was whole brick entrepreneurship which was located at Regency of Peusangan District of Bireuen on the year of period 2010/2011 at amount of 111. The sample of technique in this research was Stratiffied Random Sampling There were 86 respondents in this research. Data was collecting by questioner and interview. The analyze of data was using path analysis.

Based on the result of hypothesis was using path analysis that found such as below: 1) product variable has significantly affects brick manufacturer’s income. (2) price variable has significantly affects brick manufacurer’s income, 3) price variable has significantly affect brick manufacture’s income, (3) Promotion variable has significantly affects brick manufactur’s income, (4) distribution channel variable has significantly affects brick manufacturer’s income.

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji syukur pada sang pencipta Allah Yang Maha Kuasa karena rahmat dan karunia-Nya, barqah dan rizkinya, penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat Pendapatan Pengusaha Batu Bata di Kecamatan Peusangan Kab. Bireuen (NAD).” Tesis ini merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelas Magister Pendidikan (S2) di Universitas Negeri Padang.

Kebahagiaan yang tiada hingga penulis rasakan atas selesainya tesis ini karena perjalanan panjang yang melelahkan sudah penulis lalui dan dalam proses penyelesaian tesis ini tidak terlepas dari bantuan dorongan dan arahan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena penulis mengucapkan terima kasih yang tulus dan penghargaan yang tiada hingga kepada:

1. Dr. Susi Evanita, MS selaku pembimbing utama yang telah banyak menyisihkan waktu, perhatian serta memberikan bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis ini.
2. Prof. Dr. Bustami Muchtar sebagai pembimbing kedua yang telah banyak memberikan masukan dan arahan yang sangat berharga kepada penulis dalam penulisan tesis ini.
3. Team Kontributor yang terdiri dari Prof. Dr. Agus Irianto, Dr. Siti Fatimah, M.Pd, M.Hum, Prof Dr. Eddy Marheni, M.Pd yang telah banyak memberikan masukan kritikan dan saran sehingga tesis ini bisa diselesaikan.

Semoga bimbingan dan bantuan, do'a serta dorongan dari mereka semua mendapat lbalaksan dari Allah SWT, Penulis sangat menyadari bahwa thesis ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu Penulis membuka hati untuk menerima kritikan dan saran dari pembaca demi kesempurnaan thesis ini. Semoga thesis ini bermanfaat bagi kita semua untuk itu penulis ucapkan terima kasih.

Padang, Desember 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identitas Masalah	8
C. Batasan Masalah	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian	10
F. Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	12
1. Pendapatan	12
2. Bauran Pemasaran	13
a. Produk	14
b. Harga	17
c. Promosi	20
d. Distribusi	21
B. Penelitian Yang Relevan	26
C. Kerangka Pemikiran	27
D. Hipotesis	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	31
B. Populasi dan Sampel	31

1. Populasi	31
2. Sampel	31
C. Defenisi Operasional	33
1. Pendapatan	33
2. Propduk	33
3. Harga X2	34
4. Promosi X3	34
5. Saluran Distribusi	34
D. Teknik Pengumpul Data dan Instrumen Pengumpul Data	35
E. Uji Faliditas dan Reabilitas	36
1. Uji Faliditas	36
2. Uji Reliabilitas	37
F. Teknik Analisis Data	39
1. Analisis Deskriptif	39
2. Analisis Inferensial	40
3. Ujian Path Analisis	41
4. Ujian Hipotesis	43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	45
1. Letak Geografis	45
2. Modal Tenaga Kerja dan Upah	46
3. Proses Produksi Batu Bata	47
B. Karakteristik Responden	50
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	51
3. Karakteristik Tenaga Kerja Berdasarkan Jenis Kelamin ..	52
C. Deskripsi Variabel	52
1. Produk (X1)	53
2. Harga (X2)	55
3. Promosi (X3)	56
4. Distribusi (X4)	58

5. Pendapatan Pengusaha Batu Bata (Y)	59
D. Uji Prasyarat Penelitian	60
1. Uji Normalitas	60
2. Uji Homogenitas	61
E. Analisis Jalur	61
F. Uji Hipotesis	69
G. Pembahasan Hasil Penelitian	72
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	
A. Kesimpulan	78
B. Implikasi	79
C. Saran	80
Daftar Rujukan	81

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Dan Sebaran Unit Usaha Batu Bata	3
Tabel 1.2 Jumlah Produksi dan Unit Usaha	5
Tabel 3.1 Jumlah Sampel Masing-Masing Strata Produksi	33
Tabel 3.2 Kisi- Kisi Defenisi Operasional	36
Tabel 3.3 Hasil Uji Reabilitas	38
Tabel 4.1 Upah Pembuatan Batu Bata	47
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	51
Tabel 4.4 Karakteristik Tenaga Kerja berdafsarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Produk	53
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Harga	55
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Promosi	56
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Distribusi	58
Tabel 4.9 Distribusi Pendapatan Pengusaha Batu Bata	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	60
Tabel 4.11 Hasil Uji Homogenitas	61
Tabel 4.12 Pengaruh Variabel Penyebab Terhadap Variabel Terikat ...	62
Tabel 4.13 Rangkuman Hasil Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat Pendapatan	69

DAFTAR GAMBAR

		Halaman
Gambar 2.2	Kerangka Konseptual	29
Gambar 3.1	Struktur Hubungan dan Pengaruh Variabel Penyebab Terhadap Variabel Terikat	43
Gambar 4.1	Struktur Hubungan dan Pengaruh Variabel Penyebab Terhadap Variabel Terikat	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Peta Wilayah Penelitian	84
Lampiran 2	Surat Izin Penelitian	85
Lampiran 3	Kuisisioner Penelitian	88
Lampiran 4	Tabulasi Angket Penelitian	93
Lampiran 5	Data Rangkuman Instrumen Penelitian	102
Lampiran 6	Analisis Regresi	120
Lampiran 7	Tabhel Krecjic.....	125

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia tentang Pemerintahan Aceh tahun 2006 pada bab XXII bagian dua pasal 155 ayat 1 dan 2 menyatakan bahwa perekonomian di Aceh di arahkan untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing demi terwujudnya kemakmuran dan kesejahteraan rakyat dengan menjunjung tinggi nilai-nilai islam, keadilan pemeratan, partisipasi rakyat, dan efisiensi dalam pola pembangunan berkelanjutan. Ayat dua berbunyi perekonomian di Aceh dilaksanakan dengan memanfaatkan sumberdaya alam dan sumber daya manusia (SDM) melalui proses penciptaan nilai tambah sebesar-besarnya.

Aceh merupakan salah satu propinsi di Indonesia yang memiliki kandungan sumber daya alam yang cukup banyak untuk dimanfaatkan dan diolah yaitu tanah. Pemanfaatan sumber daya alam berupa tanah selain dapat digunakan untuk lahan pertanian juga dapat digunakan sebagai bahan dasar memproduksi batu-bata. Sehubungan dengan banyaknya tersedia sumber daya alam berupa tanah (tanah liat) tersebut maka Masyarakat Kec.Peusangan (Aceh Bireuen) sebagian besar menekuni usaha batu bata dan merupakan sumber pendapatan atau penghasilan rumah tangga.

Pendapatan adalah penghasilan yang berupa uang sebagai hasil kerja yang dilakukan seseorang atau perusahaan dan merupakan sumber dasar bagi

seseorang atau perusahaan untuk menentukan tingkat pengeluaran. Pendapatan yang diperoleh oleh seseorang mempengaruhi kesejahteraan. Pendapatan di pandang dari rumah tangga adalah sejumlah penghasilan berupa uang yang disumbangkan oleh kepala keluarga (suami) dari hasil usaha yang dikerjakannya untuk dapat memenuhi kebutuhan keluarga. Pendapatan perusahaan pada dasarnya merupakan ukuran berhasil tidaknya perusahaan tersebut dalam menjalankan usahanya.

Pendapatan usaha batu-bata merupakan sejumlah penghasilan yang diterima dari usaha yang dijalankan dalam periode tertentu (satu tahun). Pendapatan yang diperoleh antara pengusaha yang satu dengan pengusaha yang lain jumlahnya tidak selalu sama. Biasanya besar kecilnya jumlah pendapatan yang diterima tergantung pada jumlah penjualan, biaya-biaya yang dikeluarkan dan jumlah tenaga kerja serta harga jual dari hasil produksi.

Untuk meningkatkan pendapatan dalam suatu usaha tentunya harus dapat memaksimumkan keuntungan yaitu dengan meningkatkan penjualan lebih banyak. Untuk meningkatkan penjualan dapat dilakukan dengan cara *Marketing Mix* yaitu kombinasi dari empat variabel yang terdiri dari produk, harga, promosi dan distribusi yang merupakan inti dari sistem pemasaran pegusaha, di samping itu pendapatan pengusaha dapat juga ditingkatkan dengan meminimumkan biaya produksi.

Peusangan adalah sebuah kecamatan yang terletak di wilayah Timur Kab. Bireuen, kondisi alamnya merupakan dataran tinggi yang relatif datar yang terdiri dari perbukitan dan dataran rendah dengan demikian maka banyak tersedia

bahan dasar untuk pembuatan batu- bata (tanah liat). Peusangan terdiri dari 12 desa, di tiap desa terdapat beberapa usaha batu- bata untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel dibawah ini:

Tabel.1.1
Jumlah dan Sebaran Unit Usaha Batu-Bata di Kec.Peusangan

No	Nama Desa	Jumlah usaha (Unit)	Persentase (%)
1	Blang Rambong	9	8
2	Tanah Merah	10	9
3	Lot Buket	10	9
4	Gampong Raya	5	4
5	Paya Cut	5	4
6	Pante Gajah	3	3
7	Pante Long	3	3
8	Blang Panjo	3	3
9	Paya Merumpi	31	28
10	Gampong Baro	1	1
11	Paya Lipah	10	9
12	Gampong Rambo	21	19
	Jumlah	111	100

Sumber: Pengolahan Data 2010

Pada Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa 53% unit usaha batu bata terdapat di sepuluh desa, di desa-desa tersebut bahan baku (tanah liat) yang digunakan sebagai bahan dasar untuk membuat batu-bata tersedia tidak begitu banyak dan lahan terbuka untuk penjemuran tidak begitu luas hingga menyulitkan proses pengeringan di samping itu jumlah penduduknya sedikit hingga menyulitkan untuk mendapatkan tenaga kerja untuk pembuatan batu bata.

Pada Tabel. 1.1 juga dapat dilihat, 47% unit usaha batu-bata ada pada dua desa yakni desa Paya Merumpi dan Gampong Rambo, banyaknya unit usaha batu-bata pada desa Paya Merumpi dan Gampong Rambo ini disebabkan berbagai faktor yaitu bahan baku melimpah, lahan luas dan terbuka dari penyinaran

matahari sehingga memudahkan proses pengeringan. Sebaran unit usaha batu-bata di Kec. Peusangan tidak merata di tiap desa, tidak merata unit usaha batu-bata dikarenakan usaha batu bata didirikan mengikuti tempat bahan baku dan luas lahan terbuka yang tersedia untuk pengeringan.

Penduduk Peusangan pada akhir tahun 2009 berjumlah 58.086 yang terdiri dari laki-laki 23.628 orang dan perempuan sebanyak 24.458 orang dengan jumlah kepala rumah tangga sebanyak 100.500. Dari seluruh penduduk yang berdomisili di Kec. Peusangan sebagian besar bergerak di sektor agraris atau pertanian, sisanya tersebar di berbagai bidang usaha seperti di bidang jasa, perdagangan, dan usaha batu bata.

Jumlah penduduk yang cukup banyak tersebut merupakan salah satu faktor berkembangnya usaha batu-bata karena penduduk tersebut akan membutuhkan rumah atau tempat tinggal (fasilitas umum) yang pada umumnya menggunakan batu-bata sebagai bahan bangunannya. Penggunaan batu-bata tidak hanya untuk perumahan saja tetapi juga untuk pembangunan gedung sekolah, rumah sakit dan fasilitas umum lainnya. Pesatnya pembangunan bidang perumahan dan sarana fisik lainnya akan meningkatkan kebutuhan batu-bata. Dengan demikian usaha batu-bata merupakan peluang usaha yang sangat menjanjikan apabila dikelola dengan baik.

Masyarakat Peusangan memiliki kreativitas yang cukup tinggi yang terkenal dengan jiwa dan semangat wira usaha, ini terbukti di Kec. Peusangan banyak berkembang usaha rumah tangga, salah satunya adalah usaha batu-bata, Perkembangan usaha batu-bata di Kec Peusangan didukung oleh tersedianya

bahan baku (tanah liat) yang tersebar di seluruh desa di Kec. Peusangan, disamping itu karena ada keterampilan penduduk dalam membuat batu-bata yang diperoleh secara turun-temurun. Kegiatan usaha batu-bata disamping menyerap tenaga kerja juga dapat memberikan sumbangan pendapatan keluarga bagi penduduk. Usaha batu-bata banyak dilakukan di daerah pedesaan, hal ini dilakukan karena pertimbangan berbagai aspek yaitu murah nya upah tenaga kerja, banyaknya tenaga kerja yang tersedia dan tersedianya bahan baku yang mudah didapat. Aspek tersebut dapat menarik penduduk pedesaan untuk membuka usaha baik sebagai usaha sampingan maupun usaha pokok selain bercocok tanam maupun usaha lainnya.

Kec. Peusangan Kab. Bireuen. terdapat sebanyak 111 rumah tangga yang menekuni bidang usaha pembuatan batu-bata, jumlah tenaga kerja yang diserap sebanyak 549 orang. pada umumnya pengelolaan usaha batu bata oleh rumah tangga bersifat tradisional, modal dan tenaga kerja sangat terbatas dan sistem pemasaran seperti sistem produk, sistem harga, sistem distribusi dan sistem promosi yang tidak optimal sehingga usaha ini sulit untuk berkembang ini terbukti dari hasil produksinya rata-rata hanya berkisar dari 200.000 sampai dengan 1.800.000 butir petahunnya, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel. 2 berikut ini.

Tabel. 1.2.
Jumlah Produksi dan Unit Usaha Batu-Bata di Kec.
Peusangan Tahun 2010

No	Jumlah Produksi batu-bata Pertahun (Butir)	Jumlah Usaha (Unit)	Persentase (%)
1	200.000 - 400.000	59	53
2	400.001 - 600.000	34	30
3	600.000 - 800.000	13	12

4	800.001 - 1.000.000	1	1
5	1.000.001 - 1.200.000	2	2
6	1.200.001 - 1.400.000	0	-
7	1.400.001 - 1.600.000	0	-
8	1.600.000 - 1.800.000	2	2
	Jumlah	111	100

Sumber: Pengolahan Data Primer 2010

Pada Tabel.1.2 dapat diketahui bahwa sebagian besar (96%) dari unit usaha batu-bata hasil produksinya dibawah 1.000.000 butir pertahun, rendahnya .hasil produksi batu-bata kemungkinan karena tidak dikenalnya usaha tersebut oleh konsumen sehingga lokasi pemasaran tidak begitu luas dengan demikian kemampuan perusahaan menjual produknya juga relatif rendah, sehingga pendapatan pengusaha menjadi rendah.

Pada Tabel.1. 2 juga dapat dilihat bahwa dari 111 unit usaha yang ada hanya 4% saja dari unit usaha yang ada jumlah produksinya lebih dari 1.000.000 dan 96% hasil produksinya dibawah 1000 butir per tahun butir hal ini menunjukan bahwa usaha batu bata ini tidak mengalami perkembangan yang berarti. Jumlah produksi yang dihasilkan oleh pengusaha batu-bata ini akan mempengaruhi jumlah pendapatan. Semakin banyak jumlah produk akan semakin meningkat pula jumlah pendapatan pengusaha batu-bata di Kecamatan Peusangan .

Selain dari jumlah produksi batu-bata, variabel lain yang mempengaruhi pendapatan pengusaha batu bata adalah harga batu bata. Berdasarkan penelitian pendahuluan di Kec. Peusangan dari 111 usaha batu- bata yang tersebar di seluruh desa Kec. Peusangan terdapat satu perusahaan yang harga jualnya Rp.500 dan dua perusahaan dengan harga Rp.230 selebihnya harga batu-bata berkisar dari Rp.250 sampai dengan Rp.500. Harga produk batu-bata yang bervariasi ini disebabkan

oleh saluran distribusi, lokasi penjualan, biaya promosi dan juga kualitas batu bata yang diproduksi masing-masing perusahaan berbeda-beda dan juga sangat ditentukan oleh jumlah permintaan konsumen.

Lokasi pemasaran batu-bata, selain pemasaran lokal (daerah) juga melayani pemasaran luar daerah. Jangkauan pemasaran batu-bata sebagian besar ke desa-desa yang berada di wilayah kecamatan Peusangan dan kecamatan, seublah kreung, Kec.Jangka dan hanya ada 3 (tiga) pengusaha yang jangkauan lokasi pemasaran diluar kabupaten Bireun. Tidak begitu luasnya wilayah pemasaran ini akan mempengaruhi jumlah produksi

Untuk memasarkan produksi batu-bata ke setiap lokasi atau wilayah pengusaha batu-bata di Kecamatan Peusangan. Pada umumnya hanya menggunakan saluran distribusi dengan bentuk saluran pendek, yaitu berupa penjualan langsung dari pabrik kepada para konsumen (pembeli). Kemudian ada pula Dari pabrik disalurkan melalui agen yang kemudian diteruskan pada para konsumen atau diantarkan langsung ke toko-toko bangunan yang menjadi langganan tetap. Berbeda-bedanya saluran pemasaran batu-bata diantara pengusaha batu-bata akan menyebabkan berbedanya lokasi pemasaran dan jumlah pendapatan yang akan diperoleh oleh pengusaha batu-bata

Promosi merupakan variabel pemasaran yang perlu dilaksanakan oleh suatu perusahaan dalam memasarkan produknya . Promosi itu antara lain *Advertising*, *personal selling*, *sales promotion* (promosi penjualan) dan publisitas. Berdasarkan fenomena yang ada di lapangan, promosi yang digunakan pada umumnya adalah *sales promotion* (promosi penjualan) Hingga akibatnya produk tidak dikenal

konsumen dibanyak tempat. Pengusaha batu-bata dalam mengenalkan produknya pada konsumen dengan cara mendatangi konsumen secara langsung atau hanya dari mulut ke mulut dan memberikan bonus pada konsumen berupa tambahan batu-bata apabila konsumen membeli dalam jumlah yang banyak.

Usaha batu-bata banyak ditekuni oleh masyarakat di Kec. Peusangan sebagai penopang ekonomi rumah tangga. Untuk itu usaha rumah tangga yang bergerak dalam pembuatan batu-bata ini perlu dibina dan dikembangkan seperti pelatihan tenaga kerja, bantuan modal dan pelatihan tentang teknik pemasaran seperti meningkatkan kualitas produk, penetapan harga yang sesuai dengan kualitas produk, melaksanakan promosi produk dan memilih perantara atau saluran distribusi yang tepat bagi perusahaan. agar menjadi usaha yang makin berkembang secara mandiri sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan membuka lapangan kerja.

Dari diskriptif di atas maka penulis tertarik dan ingin mengkaji lebih jauh tentang Bauran Pemasaran (Produk, harga, saluran distribusi dan promosi) dalam sebuah tesis dengan judul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat Pendapatan Pengusaha Batu-Bata di Kec. Peusangan Kab. Bireuen”**.

B. Identifikasi Masalah

Dari uraian pada latar belakang tersebut di atas banyak masalah yang berkaitan dengan tingkat pendapatan pengusaha batu-bata di Kec. Peusangan yang dapat teridentifikasi sebagai berikut:

1. Apakah saluran distribusi berpengaruh terhadap tingkat penjualan produksi batu-bata di Kecamatan Peusangan?

2. Apakah ketersediaan bahan baku berpengaruh terhadap jumlah produksi batu-bata?
3. Apakah cara pengolahan berpengaruh terhadap jumlah produksi pengusaha batu-bata di Kecamatan Peusangan?
4. Apakah Modal yang dimiliki para pengusaha batu-bata berpengaruh terhadap tingkat pendapatan pengusaha batu-bata di Kecamatan Peusangan sangat kurang?
5. Apakah kualitas Tenaga kerja akan mempengaruhi tingkat produksi pengusaha batu-bata di Kecamatan Peusangan.?
6. Apakah Bauran pemasaran (Produk, harga, promosi dan saluran distribusi) akan mempengaruhi tingkat pendapatan pengusaha batu bata?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, banyak faktor yang dapat mempengaruhi tingkat pendapatan pengusaha batu-bata, seperti modal, tenaga kerja, modal, teknik pengolahan dan strategi dalam memasarkan produk meskipun demikian dari fenomena terlihat faktor bauran pemasaran yang kurang dilaksanakan atau kurang dipahami oleh para pengusaha batu-bata sehingga hasil produksi tidak dikenal, dan terdistribusi dengan baik tingkat penjualan menjadi rendah dan berdampak pada pendapatan, oleh sebab itu peneliti membatasi permasalahan dalam penelitian ini yaitu:” Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat Pendapatan Pengusaha batu-bata di Kec. Peusangan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan pentingnya masalah maka secara tegas masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Sejauh mana pengaruh bauran pemasaran atas produk terhadap tingkat pendapatan pengusaha batu-bata di Kecamatan Peusangan Kab. Bireuen.
2. Sejauh mana pengaruh bauran pemasaran atas harga terhadap tingkat pendapatan para pengusaha batu-bata di kecamatan Peusangan Kab. Bireuen.
3. Sejauh mana pengaruh bauran pemasaran atas promosi terhadap tingkat pendapatan pengusaha batu-bata di Kec. Peusangan Kab. Bireuen.
4. Sejauh mana pengaruh bauran pemasaran atas Saluran distribusi terhadap tingkat pendapatan para pengusaha batu-bata di Kecamatan Peusangan Kab. Bireuen.

E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami dan membuktikan secara empiris:

1. Pengaruh bauran pemasaran atas produk terhadap tingkat pendapatan para pengusaha batu-bata di Kecamatan Peusangan Kab. Bireuen.
2. Pengaruh bauran pemasaran atas harga terhadap tingkat pendapatan para pengusaha batu-bata di Kecamatan Peusangan Kab. Bireuen.
3. Pengaruh bauran pemasaran atas promosi terhadap tingkat pendapatan pengusaha batu-bata di Kecamatan Peusangan Kab. Bireuen.

4. Pengaruh bauran pemasaran atas distribusi terhadap tingkat pendapatan para pengusaha batu-bata di Kecamatan Peusangan Kab. Bireuen

F. Manfaat penelitian

1. Bagi penulis sendiri dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai upaya peningkatan pendapatan para pengusaha batu-bata.
2. Bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan yaitu ilmu Geografi, Ekonomi Mikro dan Manajemen Pemasaran .
3. Dapat menjadi pedoman bagi pengusaha batu bata dalam mengembangkan usahanya.
4. Sebagai bahan rujukan bagi peneliti lain ingin membahas masalah yang sama.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dikemukakan pada bab-bab terdahulu maka dapat disimpulkan beberapa hal penting dalam penelitian ini yakni: Dari 23 indikator yang dianalisis dengan menggunakan analisis jalur / Path analisis untuk mereduksi atau meringkas menjadi struktur data yang sederhana diinterpretasikan yang diklasifikasikan menjadi empat faktor yang dominan mempengaruhi pendapatan pengusaha batu-bata di Kecamatan. Peusangan Kab. Bireuen. Variabel-variabel yang berpengaruh terhadap pendapatan pengusaha batu-bata di Kec. Peusangan Kab. Bireuen adalah :

1. Produk berpengaruh secara signifikan baik langsung dan tidak langsung terhadap tingkat pendapatan para pengusaha batu-bata di kecamatan Peusangan. Artinya apabila pengusaha mampu dalam memposisikan produk secara tepat akan memberikan keuntungan pada perusahaan.
2. Harga berpengaruh secara signifikan baik langsung maupun tidak langsung terhadap tingkat pendapatan para pengusaha batu-bata di kecamatan Peusangan. Strategi penetapan harga yang tepat merupakan penentu dalam memperoleh keuntungan.
3. Promosi berpengaruh secara signifikan baik langsung maupun tidak langsung terhadap tingkat pendapatan para pengusaha batu-bata di kecamatan Peusangan. Promosi merupakan sebuah upaya untuk meningkatkan penjualan,

dengan promosi produk dikenal banyak orang dan area penjualan bisa menjadi lebih luas sehingga akan meningkatkan pendapatan.

4. Distribusi berpengaruh secara signifikan baik langsung maupun tidak langsung terhadap tingkat pendapatan para pengusaha batu-bata di kecamatan Peusangan. Apabila produk terdistribusi di banyak tempat dan produk berkualitas maka dipastikan penjualan akan tinggi dengan demikian keuntungan akan meningkat.
5. Seluruh variabel berpengaruh secara nyata dan signifikan baik langsung maupun tidak langsung terhadap pendapatan pengusaha batu-bata. Artinya seluruh variabel Marketing Mix saling berkaitan satu dengan yang lain dalam pencapaian tujuan perusahaan.

B. Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis menunjukkan bahwa bauran pemasaran berpengaruh baik langsung maupun tidak langsung terhadap tingkat pendapatan pengusaha batu-bata. Dari hasil analisis data variabel promosi mempunyai pengaruh atau andil yang sangat besar terhadap tingkat pendapatan pengusaha batu-bata dari hasil penelitian justru promosi ini yang belum dilaksanakan dengan sebaik-baiknya sehingga produk sulit dikenal masyarakat yang mengakibatkan tingkat penjualan menjadi rendah, perusahaan tidak berkembang. Ini dapat dilihat dari hasil penelitian bahwa promosi yang dilakukan pengusaha pada umumnya hanya pemberian bonus dan memberikan pelayanan yang baik serta membantu konsumen sedangkan bentuk promosi yang lainnya seperti iklan publisitas jarang dilakukan. Apabila promosi seperti

Publisitas iklan pada media massa baik elektronik maupun media cetak dilaksanakan pasti akan mendongkrak tingkat penjualan pengusaha dan disamping itu pemerintah juga memberikan perhatian khusus pada usaha rakyat ini seperti pelatihan dan pembinaan tentang manajemen dan membukukan keuangan perusahaan agar rugi laba perusahaan dapat dipantau dari tahun ke tahun.

C. Saran

Saran-saran yang dapat dijadikan pertimbangan bagi pihak terkait khususnya pengusaha batu-bata di kec. Peusangan dalam upaya meningkatkan pendapatan adalah:

1. Untuk meningkatkan pendapatan para pengusaha batu-bata di Kec Peusangan Kab. Bireuen para pengusaha diharapkan melakukan kegiatan promosi dengan cara lebih menggiatkan promosi pemasangan spanduk di sepanjang jalan di Aceh dan memanfaatkan media televisi daerah sebagai sarana untuk mengiklankan produk batu-bata agar dikenal konsumen.
2. Dalam menetapkan harga jual para pengusaha harus memperhitungkan jumlah modal ataupun biaya produksi yang dikeluarkan agar memperoleh keuntungan artinya Pengusaha sebaiknya mempunyai pembukuan mengenai usaha batu-bata yang ditekuni
3. Untuk memperluas wilayah pemasaran para pedagang agar menggunakan jasa para pedagang perantara seperti distributor retailer ataupun pengecer
4. Pengusaha batu-bata agar selalu menjaga dan meningkatkan kualitas produk.
5. Pemda agar lebih memperhatikan dan membina para pengusaha kecil dengan baik.

Lembaran Perbaikan Thesis
Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat Pendapatan Pengusaha
Batu-Bata di Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen

Nama : Sumanti
 Nim : 51683
 Prog. Studi : P.IPS/Ekomi Geografi

No.	Nama Pembimbing / Penguji	Saran-saran	T. Tangan
1	DR. Siti Fatimah, M.Pd. M.Hum	1. Abstrak disederhanakan 2. Penggunaan kata penghubung diperhatikan 3. Tabel Krecje harus dilampirkan 4. Tatahan kalimat pada instrument diperbaiki 5. Teknik pengambilan sampel tidak harus dijelaskan detail	
2	Prof. DR. Eddy Marheny, M.Pd	1. Abstrak diperbaiki 2. Pengetikan pada halaman 27 diperbaiki 3. Kerangka konseptual ganti dengan kerangka pemikiran 4. Kerangka pemikiran agar lebih dipertajam 5. Tatacara pengetikan agar lebih diperhatikan 6. Tata cara pengambilan tidak perlu dijelaskan secara detail namun langsung pada apa teknik yang digunakan	
3	Prof. DR. Agus Arianto	1. Perbaiki penggunaan dalam abstrak 2. Kalimat disingkat (kecamatan diperbaiki) 3. Saran pada point 1 diubah 4. Penggunaan angka pada pembahasan tidak diperlukan 5. Lampiran di beri halaman	
4	DR. Susi Evanita, Ms	1. Perhatikan tatacara penulisan dan pengetikan 2. Ikuti saran penguji	
5	Prof. Bustari Muchtar	Ikuti saran penguji	

DAFTAR RUJUKAN

- Agus Irianto. 2009. *Statistik: Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Arlina Nurbaiti Lubis. 2010. *Peranan Saluran Distribusi Dalam Pemasaran Produk dan Jasa*. Medan Universitas Sumatera Utara
- Assuri Syofyan. 1990. *Management Produksi*. Jakarta. Fakultas ekonomi UI.
- Basu Swhasta DH. Ibnu Sukotjo. 2005. *Pengantar Bisnis Modern*. Bandung. CV Alfabeta
- Buchari Alma. 1997. *Dasar-Dasar Bisnis dan Pemasaran*. Bandung. CV. Alfabeta
- _____. 1998 *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* Bandung. Alfabeta
- Firdaus. Farid. 2008. *Aplikasi Metode Kuantitatif Terpilih Untuk Management Bisnis*. Bogor. IPB
- Fandi Tjiptono. 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. Andi
- Hetifah, Syaifudin, Dedi haryadi, Maspiati. 2002. *Strategi dan Agenda Pengembangan Usaha Kecil*. Yayasan Akatiga.
- [Http /Library.use.ac.id /download /FE /Akutansi –Rustam-Pdf](http://Library.use.ac.id/download/FE/Akutansi-Rustam-Pdf).
- Iskandar. 2009. *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (kuantitatif dan kualitatif)*. Gaung Persada Press (GP).
- Idris. 2011. *Aplikasi Model Analisis Data Kuantitatif dengan Program SPSS*. Padang . Universitas Negeri Padang
- Jurnal Manajemen Bisnis Sriwijaya Vol.3 No.5.2005. Universitas Sriwijaya.
- Kadariah. 1994. *Ekonomi Mikro*. Fakultas Ekonomi Jakarta. Universitas Indonesia.
- Marius P. Angipora. *Dasar-Dasar Pemasaran*. 2002. Edisi kedua. Jakarta. PT.Raja Grafindo Persada
- Muchdarsyah Sinungan. .2003. *Produktivitas Apa Dan Bagaimana*. Jakarta. Bumi. Aksara.
- Mudrajat Kuncoro. 2003. *Metode riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta. Erlangga.