

**PENGARUH PENGEMBANGAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
PEMBELIAN PADA UMKM RANAU BABAN OLEH-OLEH KHAS RANAU DI
BATURAJA KABUPATEN OGAN KOMERING ULU**

***THE INFLUENCE OF PRODUCT DEVELOPMENT AND QUALITY ON PURCHASES
AT UMKM RANAU BABAN IN BATURAJA, OGAN KOMERING ULU REGENCY***

MELSI AMELIAH¹, EMA PUSVITA², PURWADI³

Fakultas Pertanian Program Studi Agribisnis Universitas Baturaja

Email: emapusvita@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis adanya pengaruh pengembangan dan kualitas produk terhadap pembelian pada usaha Ranau Baban. Metode penelitian menggunakan metode survei dan pengambilan data menggunakan *purposive sampling* dengan teknik *snowball sampling*. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 38 sampel. Penelitian ini menggunakan teknik *skoring* dan *analisis regresi linier berganda* dengan bantuan program *SPSS 23.0 for windows*. Hasil penelitian menunjukkan Pada variabel pengembangan produk terhadap pembelian diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,002 yang lebih kecil dari 0,05 artinya variabel pengembangan produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pembelian. Hasil uji t pada pengaruh kualitas produk terhadap pembelian diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,013 yang lebih kecil dari 0,05 artinya variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pembelian. Hasil uji F menunjukkan nilai $F_{hitung} (70.558) > F_{tabel} (3,26)$ dan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,000 dan nilai ini lebih kecil dari $\alpha (0,05)$ artinya bahwa variabel pengembangan produk dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Besarnya pengaruh dari pengembangan produk, kualitas produk dan juga kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian adalah 0,801 atau 80.1% yang artinya pengaruh ini berada pada kategori yang kuat.

Kata kunci: Pengaruh, Pengembangan, Kualitas, Produk, UMKM

ABSTRAK

This study aims to analyze the influence of product development and quality on purchases at Ranau Baban's business. The research method used survey method and data collection using purposive sampling with snowball sampling technique. The number of respondents used in this study was 38 samples. This research uses scoring techniques and multiple linear regression analysis with the help of the SPSS 23.0 for windows program. The results showed that the product development variable on purchasing decisions obtained a $t_{count} > t_{table}$ value and the resulting significance value of 0.002 which is smaller than 0.05, meaning that the product development variable partially had a significant effect on purchases. The results of the t test on the effect of product quality on purchases obtained a $t_{count} > t_{table}$ value and the resulting significance value of 0.013 which is smaller than 0.05, meaning that the product quality variable partially has a significant effect on purchases. The results of the F test show the value of $F_{count} (70,558) > F_{table} (3.26)$ and the resulting significance value of 0.000 and this value is smaller than $\alpha (0.05)$, meaning that the product development and product quality variables simultaneously have a significant effect on the purchasing decision variable. The magnitude of the influence of product development, product quality and also service quality on purchasing decisions is 0.801 or 80.1%, which means that this influence is on the purchasing decision.

Keywords: Influence, Development, Quality, Products, MSMEs

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memikul peran yang begitu besar dalam memajukan perekonomian Indonesia. Tidak hanya menjadi alternatif lapangan kerja baru, UMKM juga menjadi pendorong roda pertumbuhan ekonomi Indonesia. Saat ini, kontribusi UMKM yang besar baik pendapatan daerah hingga pendapatan negara Indonesia (Wijoyo, 2020). Di era globalisasi saat ini dapat memungkinkan adanya persaingan ketat antar perusahaan sehingga sebuah usaha harus berkembang dan harus memperhatikan efektifitas dan efisiensi dalam penggunaan sumber daya yang dimilikinya (Rahayu *et al.*, 2020).

Dalam upaya membangun ekonomi kerakyatan, Presiden RI telah memberikan arahan untuk melakukan pengembangan UMKM Naik Kelas dan Modernisasi Koperasi. Peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Kontribusi UMKM terhadap PDB juga mencapai 60,5%, dan terhadap penyerapan tenaga kerja adalah 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional. Sebelumnya, kondisi UMKM lokal sempat menurun pada dua tahun pertama pandemi Covid-19 yakni di tahun 2020-2021. Berdasarkan survei dari UNDP

dan LPEM UI yang melibatkan 1.180 responden para pelaku UMKM diperoleh hasil bahwa pada masa itu lebih dari 48% UMKM mengalami masalah bahan baku, 77% pendapatannya menurun, 88% UMKM mengalami penurunan permintaan produk, dan bahkan 97% UMKM mengalami penurunan nilai aset (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2022).

Berdasarkan data dinas koperasi dan UMKM Sumatera Selatan (2022), dimana untuk total Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang ada di provinsi Sumatera Selatan (Sumsel) didapat laporan Dinas Koperasi dan UMKM dari 17 kabupaten/kota berjumlah 2,2 juta UMKM, namun yang terdata berjumlah 860.000 UMKM. Di Sumsel ini sendiri untuk sumbangsih dari UMKM itu sangat besar untuk menggerakkan ekonomi, karena UMKM ini 90 persen usaha ini digerakkan oleh UMKM. Dilihat melalui data resmi yang telah dipublikasikan, dapat terlihat bahwa peran UMKM bagi perekonomian Negara sangat besar (Surya & Wilarso, 2022).

Kabupaten Ogan Komering Ulu merupakan bagian dari Provinsi Sumatera Selatan yang tingkat Inklusi Keuangannya termasuk Kategorisasi menengah. Dari data

dinas koperasi dan UMKM Sumsel menyebutkan pada saat ini jumlah UMKM di Kabupaten OKU tahun 2022 sebanyak 8482 UMKM yang terdiri dari berbagai macam bentuk usaha (Merzarani, *et.al*, 2019;Putra et al., n.d.). Kabupaten OKU

merupakan salah satu bagian dari Provinsi Sumatera Selatan yang tertua serta memiliki potensi UMKM yang besar. Jumlah UMKM perbidang usaha di Kabupaten OKU Tahun 2020-2022 dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Data UMKM Perbidang Usaha di Kabupaten OKU Tahun 2020-2022

No.	Uraian	Satuan	Tahun		
			2020	2021	2022
1	UMKM Bidang Kuliner	Unit	20.536	25.319	15.745
2	UMKM Bidang Fashion	Unit	3.616	4.026	5.146
3	UMKM Bidang Pendidikan	Unit	633	643	628
4	UMKM Bidang Otomotif	Unit	2.567	2.808	2.719
5	UMKM Bidang Agrobisnis	Unit	821	896	4.635
6	UMKM Bidang Jasa	Unit	637	647	1.866
7	UMKM Bidang Lainnya	Unit	8.458	10.995	14.595

Sumber : Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten OKU, 2023

Secara umum, UMKM dalam perekonomian nasional mempunyai peran sebagai berikut: (1) sebagai peserta utama dalam kegiatan ekonomi, (2) penyedia lapangan kerja terbesar, (3) sebagai kunci dalam pengembangan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat, (4) pencipta pasar baru dan sumber pengembangan, dan (5) berkontribusi tinggi terhadap neraca pembayaran. Selain itu UMKM juga mempunyai peranan penting terutama dalam hal penyediaan lapangan kerja dan sumber pendapatan bagi masyarakat miskin, pemerataan pendapatan dan pengentasan kemiskinan. UMKM juga berperan dalam pembangunan ekonomi pedesaan (Hartana, 2022).

Mengingat begitu pentingnya peran UMKM dalam pembangunan perekonomian daerah, maka perlu diberikan sarana untuk berkembang supaya menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. Upaya pemerintah dalam memberdayakan UMKM antara lain dengan memberikan layanan konsultasi dan dukungan untuk mengembangkan dan meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM (Ajeng, *et.al*, 2021). Banyak UMKM yang menghadapi permasalahan berbeda seperti pengurangan penjualan, modal, pembatasan distribusi, kekurangan sumber daya, produksi menurun, hingga pemutusan hubungan kerja dan hal tersebut merupakan

ancaman bagi perekonomian nasional. (Hanim *et. al.*, 2022)

Sebuah usaha harus mampu menghasilkan produk yang berkualitas tinggi, inovatif dan mampu mengidentifikasi kebutuhan pelanggan secara akurat serta diimbangi dengan operasi yang hemat biaya supaya dapat mengurangi permasalahan yang akan menjadi risiko gulung tikar kedepannya. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan produk, yaitu upaya yang direncanakan dan dilaksanakan secara sadar untuk memperbaiki produk yang sudah ada atau memperluas jangkauan produk yang dihasilkan dan dipasarkan. Menurut Rahmat & Anastasia, (2023), Sebuah usaha harus mampu mengikuti perkembangan zaman, salah satu langkah yang dapat dilakukan yaitu dengan melakukan pengembangan produk karena semakin berkembangnya suatu zaman maka usaha tersebut akan dihadapkan pada ketatnya persaingan pasar. Kemampuan sebuah usaha untuk menarik konsumen sebanyak mungkin berarti konsumen menjadi semakin tergantung pada produk yang mereka buat dan melakukan pembelian ulang (Ato'illah, 2015).

Salah satu UMKM yang berada di Kabupaten Ogan Komering Ulu adalah Toko Ranau Baban. Toko Ranau Baban

merupakan UMKM yang dirintis pada saat masa pandemi Covid-19 sekitar 3 tahun yang lalu tepatnya pada tahun 2020, dengan alasan banyak yang membutuhkan asupan sehat untuk meningkatkan imun tubuh. Toko Ranau Baban menyediakan berbagai produk berupa gula aren asli, kopi arabika dan kopi robusta, buah alpukat/pokat, madu hutan asli dan lain sebagainya.

Ranau Baban dalam menarik konsumen untuk membeli produknya yaitu memperhatikan kualitas serta pengembangan produknya, yang dimana Ranau Baban sendiri sering mendapatkan kritik maupun saran dari para konsumennya. Ranau Baban juga menampung saran para konsumen tersebut dengan langsung melakukan pengembangan produk supaya konsumen tidak bosan dengan produk-produk yang telah dicoba tersebut.

Sebuah usaha dalam mempertahankan dan memperluas daerah pemasarannya membutuhkan adanya kebijakan pemasaran yang tepat. Pada pasar pembeli (*buyer market*) terdapat lebih banyak penawaran daripada permintaan, maka akan dapat melakukan penarikan konsumen yang sebanyak-banyaknya. Hal ini menyebabkan munculnya persaingan yang semakin tajam pada perusahaan yang sejenis. Demikian juga dengan UMKM

Ranau Baban di Baturaja dalam meningkatkan volume penjualan dan untuk menghadapi persaingan yang tajam saat ini, Raanau Baban perlu memperhatikan produk yang dipasarkan, antara lain dengan mengadakan pengembangan produk yakni kegiatan menambah jenis barang yang dihasilkan, dengan tujuan supaya dapat lebih mudah dalam pemenuhan yang diinginkan konsumen. Dengan adanya pengembangan produk ini maka konsumen Ranau Baban mendapat banyak pilihan pada pemenuhan “selera” mereka. Hal tersebut sangat penting karena konsumen akan teralihkan kepada produk yang mereka rasa dapat memuaskan kebutuhan dan keinginannya. Terdapat kemungkinan yang terjadi pada perusahaan apabila mengabaikan pengembangan produk dan meningkatkan kualitas produknya diantaranya konsumen akan berpindah pada produk pesaingnya, jika hal tersebut terjadi maka sebuah usaha akan kehilangan konsumen dan mengakibatkan volume penjualan akan menurun. Tetapi jika pengembangan produk dijalankan sesuai dengan keinginan, kebutuhan, dan selera konsumen, maka diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan.

Maka berdasarkan latar belakang tersebut peneliti ingin mengetahui apakah

terdapat pengaruh pengembangan produk dan kualitas produk terhadap pembelian pada UMKM Ranau Baban di Baturaja Kabupaten OKU.

MTODELOGI PENELITIAN

Tempat dan Waktu

Penelitian ini ditujukan kepada konsumen toko Ranau Baban Kecamatan Baturaja Timur Kabupaten OKU. Penentuan lokasi ini dilakukan dengan sengaja (*purposive*), dengan pertimbangan bahwa Ranau Baban merupakan satu-satunya toko oleh-oleh khas Ranau yang mengenalkan suatu produk asli dari Ranau di Baturaja dan mengenalkan produknya kepada masyarakat sekitar Baturaja maupun diluar kota Baturaja. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan September-Oktober 2023.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Penelitian ini menggunakan data yang diperoleh dari wawancara dan kuesioner. Data ini nantinya akan diperdalam dan dipertajam hingga dapat memahami permasalahan yang sedang diteliti. Pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui apakah pengembangan produk dan kualitas produk mempengaruhi pembelian produk pada UMKM Ranau Baban di Baturaja.

Metode Penarikan Contoh

Metode penarikan contoh pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik *Purposive sampling* adalah suatu teknik penentuan dan pengambilan sampel yang ditentukan oleh peneliti dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2015). Pertimbangan untuk sampel dalam penelitian ini adalah populasi responden dengan kriteria konsumen yang memiliki frekuensi pembelian paling banyak/sering. Sampel diperoleh dengan cara *Snowball online* menggunakan situs *google form* untuk memperoleh data kuesioner yang disebar peneliti kepada konsumen Ranau Baban. Responden diperoleh sebanyak 38 sampel.

Metode Pengumpulan dan Analisis Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan data primer dan sekunder. Data primer dilakukan dengan

cara wawancara menggunakan kuesioner kepada konsumen UMKM Ranau Baban dan data sekunder didapat dari pemilik Ranau Baban dan instansi-instansi yang berkaitan dengan penelitian ini.

Teknik analisis data adalah suatu teknik yang dilakukan untuk menganalisis data hasil penelitian dalam rangka untuk membuktikan hipotesis. Untuk menganalisis data dalam penelitian ini digunakan teknik analisis sebagai berikut:

1. Analisis menggunakan skala likert, untuk menjawab kuesioner yang mengharuskan responden menunjukkan tingkat persetujuan terhadap serangkaian pertanyaan tentang pengaruh pengembangan dan kualitas produk terhadap pembelian oleh konsumen Ranau Baban di Baturaja. Dengan pernyataan tentang tingkat persetujuan 1-5 sebagai berikut:

No.	Skala	Skor
1.	Sangat tidak setuju (STS)	1
2.	Tidak setuju (TS)	2
3.	Ragu-ragu (RG)	3
4.	Setuju (S)	4
5.	Sangat setuju (SS)	5

Sumber : Sugiyono (2016)

Dalam kuisisioner yang menggunakan skala likert pada lima alternative jawaban jawaban mulai dari skor 1 – 5. Adapun

masing – masing variabel terplih tersebut beserta indikatornya.

Setiap indikator tersebut di atas memiliki 5 pertanyaan. Indikator tersebut di

kelompokkan ke dalam interval kelas dengan menggunakan skor. Skor 5 untuk kriteria sangat setuju, skor 4 untuk kriteria setuju, skor 3 untuk ragu-ragu, skor 2 untuk tidak setuju dan skor 1 untuk kriteria sangat tidak setuju. Rumus yang digunakan untuk membuat interval kelas adalah :

$$NR = NST - NSR$$

$$PI = NR : JIK$$

Dimana:

NR : Nilai Range

NST : Nilai Skor Tertinggi

NSR : Nilai Skor Terendah

PI : Panjang Interval

JIK : Jumlah interval Kelas

Untuk interval kelas per indikator pengaruh pengembangan dan kualitas produk terhadap pembelian pada UMKM Ranau Baban adalah sebagai berikut :

$$NST = 25 \text{ [5 indikator x bobot pertanyaan (5)]}$$

$$NSR = 5 \text{ [5 indikator x bobot pertanyaan (1)]}$$

$$JIK = 5$$

$$NR = NST - NSR$$

$$NR = 25 - 5$$

$$NR = 20$$

$$PI = NR : JIK$$

$$PI = 20 : 5$$

$$PI = 4$$

Untuk interval kelas per pertanyaan pengaruh pengembangan dan kualitas produk terhadap pembelian pada UMKM Ranau Baban adalah :

$$NST = 5 \text{ [1 pertanyaan x bobot pertanyaan (5)]}$$

$$NSR = 1 \text{ [1 pertanyaan x bobot pertanyaan (1)]}$$

$$JIK = 5$$

$$NR = NST - NSR$$

$$NR = 5 - 1$$

$$NR = 4$$

$$PI = NR : JIK$$

$$PI = 4 : 5$$

$$PI = 0,8$$

Untuk interval kelas total dari pengaruh pengembangan dan kualitas produk terhadap pembelian pada UMKM Ranau Baban digunakan rumus:

$$NST = 75 \text{ [15 pertanyaan x bobot pertanyaan (5)]}$$

$$NSR = 15 \text{ [15 pertanyaan x bobot pertanyaan (1)]}$$

$$JIK = 5$$

$$NR = NST - NSR$$

$$NR = 75 - 15$$

$$NR = 60$$

$$PI = NR : JIK$$

$$PI = 60 : 5$$

$$PI = 12$$

Tabel 4. Nilai Interval Untuk Pengaruh Pengembangan dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Pada UMKM Ranau Baban Di Baturaja Kabupaten OKU

No.	Nilai Interval Kelas (Semua Indikator)	Nilai Interval Kelas (per pertanyaan)	Nilai Interval Kelas (per indikator)	Kriteria
1.	$63 \leq X_i \leq 75$	$4,2 \leq X_i \leq 5$	$21 \leq X_i \leq 25$	SB
2.	$51 \leq X_i \leq 63$	$3,4 \leq X_i \leq 4,2$	$17 \leq X_i \leq 21$	B
3.	$39 \leq X_i \leq 51$	$2,6 \leq X_i \leq 3,4$	$13 \leq X_i \leq 17$	CB
4.	$27 \leq X_i \leq 39$	$1,8 \leq X_i \leq 2,6$	$9 \leq X_i \leq 13$	TB
5.	$15 \leq X_i \leq 27$	$1 \leq X_i \leq 1,8$	$5 \leq X_i \leq 9$	STB

Sumber: data primer diolah 2023

Keterangan:

SS	= Sangat Setuju	SB	= Sangat Baik
S	= Setuju	B	= Baik
RG	= Ragu-ragu	CB	= Cukup Baik
TS	= Tidak setuju	TB	= Tidak Baik
STS	= Sangat Tidak Setuju	STB	= Sangat Tidak Baik

Kriteria Untuk Pengaruh Pengembangan dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Pada UMKM Ranau Baban Di Baturaja Kabupaten OKU adalah:

1. Kriteria sangat baik dengan sangat setuju, apabila konsumen merasa bahwa adanya pengaruh pengembangan dan kualitas produk terhadap pembelian, yaitu terletak pada rentang skor 63 – 75.
2. Kriteria baik dengan setuju, apabila konsumen merasa bahwa adanya pengaruh pengembangan dan kualitas produk terhadap pembelian, yaitu terletak pada rentang skor 51 – 63.
3. Kriteria cukup baik dengan Ragu-ragu, apabila konsumen merasa bahwa adanya pengaruh pengembangan dan kualitas

produk terhadap pembelian, yaitu terletak pada rentang skor 39 – 51.

4. Kriteria tidak baik dengan tidak setuju, apabila konsumen merasa bahwa adanya pengaruh pengembangan dan kualitas produk terhadap pembelian, yaitu terletak pada rentang skor 27 – 39.
5. Kriteria tidak baik dengan tidak setuju, apabila konsumen merasa bahwa adanya pengaruh pengembangan dan kualitas produk terhadap pembelian, yaitu terletak pada rentang skor 15 – 27.

2. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk meramalkan perubahan variabel yang satu disebabkan oleh variabel yang lain. Tujuan regresi dilakukan untuk menentukan

pembelian (Y) yang disebabkan oleh Pengembangan Produk (X1) dan Kualitas Produk (X2). Persamaan garis regresi yang mempunyai 2 (dua)independen variabel adalah sebagaiberikut:

$$Y = a + bX1 + bX2 + \epsilon$$

Keterangan:

X1 = Pengembangan Produk

X2 = Kualitas Produk

Y = pembelian

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

ϵ = Error

3. Analisis Koefisien Determinasi (R square)

Koefisien Determinasi R² untuk regresi berganda adalah sebuah bilangan yang menyebutkan presentase variasi perubahan nilai-nilai variabel dependen (Y) yang ditentukan oleh variasi perubahan nilai-nilai seluruh variabel independen (X). Apabila R² bernilai 0 (nol) hal ini menunjukkan tidak ada persentase pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen. Jika R² bernilai 1 (satu) maka pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna (Herlina, 2019).

4. Pengujian Hipotesis (Uji t dan Uji F)

a) Uji Parsial (Uji t)

Uji partial (uji-t) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen (pengembangan produk dan kualitas produk) terhadap variabel dependen (tingkat penjualan). Kaidah pengambilan keputusan dalam uji-t dengan menggunakan SPSS adalah:

1) Jika probabilitas > 0,05, maka H₀ diterima, H₁ ditolak

2) Jika probabilitas < 0,05, maka H₀ ditolak, H₁ diterima

Tujuan pengujian ini ialah untuk menguji bagaimana pengaruh secara parsial dari variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu dengan membandingkan t_{tabel} dan t_{hitung} . Masing-masing t hasil perhitungan ini kemudian dibandingkan dengan t_{tabel} yang diperoleh dengan menggunakan taraf kesalahan 0,05. Berikut ini rumus uji t secara parsial sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Dimana:

r : koefisien korelasi

n : jumlah data

Pengujian secara individu untuk melihat bagaimana pengaruh masing-masing variabel sebab terhadap variabel akibat. Untuk pengujian pengaruh parsial

digunakan rumusan hipotesis sebagai berikut:

Pengujian X1:

- $H_0 : \beta_1 = 0$: Tidak terdapat pengaruh pengembangan produk terhadap pembelian.
- $H_a : \beta_1 \neq 0$: Terdapat pengaruh pengembangan produk terhadap pembelian.

Pengujian X2:

- $H_0 : \beta_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap pembelian.
- $H_a : \beta_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh pengaruh kualitas produk terhadap pembelian.

Uji signifikansi terhadap hipotesis tersebut dapat ditentukan melalui uji t dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

1. H_0 : ditolak jika $\text{Sig thitung} < \alpha$ (tingkat signifikan yang digunakan)
2. H_0 : diterima jika $\text{Sig thitung} > \alpha$ (tingkat signifikan yang digunakan)

Bila H_0 diterima, maka hal ini dapat diartikan bahwa pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dinilai tidak terdapat pengaruh. Sedangkan penolakan H_0 itu menunjukkan terdapat pengaruh dari variabel independen

secara parsial terhadap suatu variabel dependen.

b) Uji Simultan (uji-F)

Uji simultan (uji F) ini adalah untuk menguji pengaruh variabel independen (pengembangan produk dan kualitas produk) terhadap variabel dependen (tingkat penjualan) secara bersama-sama (simultan). Kaidah pengambilan keputusan dalam uji F ini dengan menggunakan SPSS adalah:

- 1) Jika probabilitas $> 0,05$, maka H_0 diterima.
- 2) Jika probabilitas $< 0,05$, maka H_0 ditolak.

Statistik pengujian yang digunakan pada pengujian simultan adalah uji F dengan rumus sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Dimana:

- R : Koefisien korelasi berganda
- n : Jumlah sampel
- k : Banyaknya komponen variabel bebas

Untuk mengetahui pengujian pengaruh simultan digunakan rumus hipotesis sebagai berikut:

- $H_0 : \beta_1 =$ Pengembangan dan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap pembelian pada UMKM Ranau Baban.

- $H_0 : \beta_1 \neq$ Pengembangan dan kualitas produk berpengaruh terhadap pembelian pada UMKM Ranau Baban.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Pengembangan dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian

Tabel.3 Analisis tingkat Pengaruh Pengembangan dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian oleh konsumen pada UMKM Ranau Baban

No.	indikator	Skor Indikator	Kriteria
1.	Pengembangan	21,84	SB
2.	Kualitas	22,05	SB
3.	Pembelian	22,18	SB
	Jumlah total indikator	66,09	SB

Sumber: Data primer diolah 2023

Pada tabel diatas dapat dilihat skor sebesar 21,84 yang berarti hasil dari skor indikator Pengembangan Produk (X1) dengan interval kelas $21 \leq X_i \leq 25$ yang berarti “Sangat Baik”. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa pengembangan produk yang dilakukan oleh Ranau Baban mendapat pengaruh yang tinggi terhadap pembelian oleh konsumen. Skor sebesar 22,05 yang berarti hasil dari skor total indikator Kualitas Produk (X2) dengan interval kelas $21 \leq X_i \leq 25$ yang berarti “Sangat Baik”. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas produk yang dilakukan oleh Ranau Baban juga mendapat pengaruh yang cukup tinggi terhadap pembelian oleh konsumen. Skor sebesar 22,18 yang berarti hasil dari skor indikator Pembelian Produk (Y) dengan interval kelas $21 \leq X_i \leq 25$ yang berarti

“Sangat Baik”. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat dilihat bahwa Ranau Baban mendapat tingkat kepercayaan yang cukup tinggi oleh konsumennya dalam pembelian produk. Total skor sebesar 66,09 yang dimana nilai interval kelas seluruh indikator yaitu $63 \leq X_i \leq 75$ dengan kriteria SB (Sangat Baik). Dapat disimpulkan bahwa pengembangan dan kualitas produk yang dilakukan Ranau Baban mempunyai pengaruh yang cukup tinggi terhadap pembelian oleh konsumen Ranau Baban.

ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PENGUJIAN HIPOTESIS

Pengujian hipotesis bertujuan mengetahui apakah terdapat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganalisis regresi. Hasil analisis yang telah diperoleh dapat dilihat sebagai berikut:

1. Hasil Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel-variabel bebas (independen) yaitu pengembangan produk

(X1) dan kualitas produk (X2) terhadap variabel terikat (dependen) yaitu pembelian (Y). Berdasarkan perhitungan dengan bantuan program SPSS 23.0 for windows diperoleh hasil regresi sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Regresi Berganda

Variabel	B	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	1.377		.758	.454
pengembangan	.552	.518	3.347	.002
kualitas	.391	.406	2.621	.013

a. Dependent Variable: pembelian

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Persamaan regresi yang terbentuk pada uji regresi ini adalah :

$$Y = 1,377 + 0,552X_1 + 0,391X_2 + U$$

Model tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1). Konstanta (a) sebesar 1,377 memberi arti apabila variabel bebas pengembangan produk dan kualitas produk adalah bernilai konstan, maka besarnya variabel terikat keputusan pembelian adalah bernilai sebesar 0,552 satuan.

2). Pengembangan produk (X1) memiliki nilai koefisien sebesar 0,552. Hal ini menandakan bahwa koefisien variabel pengembangan produk (X1) memiliki pengaruh positif (searah) terhadap pembelian (Y). Apabila pengembangan produk bertambah satu satuan, dengan asumsi variabel lain tetap maka keputusan pembelian akan bertambah sebesar 0,552

satuan. Artinya semakin tinggi nilai pengembangan produk maka semakin tinggi pembelian.

3). Kualitas produk (X2) memiliki nilai koefisien sebesar 0,391. Hal ini menandakan bahwa koefisien variabel kualitas produk (X2) memiliki pengaruh positif (searah) terhadap pembelian (Y). Apabila kualitas produk bertambah satu satuan, dengan asumsi variabel lain tetap maka keputusan pembelian akan bertambah sebesar 0,391 satuan. Artinya semakin tinggi nilai kualitas produk, maka semakin tinggi keputusan pembelian.

2. Analisis Koefisien Determinasi

Adapun nilai koefisien determinasi (R^2) didapatkan sebesar 0,801 atau sebesar 80.1%. Artinya bahwa variabel bebas pengembangan produk dan kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap variabel

terikat sebesar 80,1%, sedangkan sisanya sebesar 19,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel penelitian ini. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengaruh sebesar 80,1% dari kedua variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dikatakan dalam kategori kuat.

3. Uji Hipotesis

Analisis Uji T (uji Parsial)

Dari hasil perhitungan pada tabel di atas didapatkan nilai t_{hitung} untuk variabel pengembangan produk sebesar 3.347 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,002. Oleh karena nilai t_{hitung} (3.347) > t_{tabel} (2.03224) dan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,002 yang lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya bahwa variabel bebas pengembangan produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat keputusan pembelian.

Dari hasil perhitungan didapatkan nilai t_{hitung} untuk kualitas produk sebesar 2.621 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,013. Oleh karena nilai t_{hitung} (2.621) > t_{tabel} (2.03224) dan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,013 lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya bahwa variabel bebas Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat keputusan pembelian.

Analisis Uji F (uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh pengembangan produk dan kualitas produk secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikat keputusan pembelian. Perumusan hipotesis adalah:

- H_0 : Variabel pembelian produk (X1) dan kualitas produk (X2) secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian
- H_1 : Variabel pengembangan produk (X1) dan kualitas produk (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pembelian

Adapun kriteria yang digunakan adalah :

- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $sig. \geq 0,05$ maka H_0 diterima, H_1 ditolak
- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $sig. < 0,05$ maka H_0 ditolak, H_1 diterima

Nilai F_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% dan derajat bebas ($df_1 = 2$ ($df_2 = n - k - 1 = 38 - 2 - 1 = 35$ diperoleh angka 3,26.

Hasil pengujian model secara bersama-sama (simultan) di atas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 70.558 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena nilai F_{hitung} (70.558) > F_{tabel} (3,26) dan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,000 dan nilai ini lebih kecil dari α (0,05), maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya bahwa variabel pengembangan produk dan kualitas produk

secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel pembelian.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Pengembangan Produk Terhadap Pembelian

Hasil uji t untuk pengaruh pengembangan produk terhadap keputusan pembelian diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,002 yang lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya variabel pengembangan produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tingginya nilai pengembangan produk maka semakin tinggi pula pembelian oleh konsumen.

Pengembangan produk memberikan arti bahwa produk yang ditingkatkan melalui sisi pengembangan, seperti pada produk Gula Semut yang menambahkan varian baru yang lebih digemari dan juga sesuai dengan selera masyarakat, maka hal tersebut bisa meningkatkan perhatian konsumen serta memberikan rasa penasaran dalam diri konsumen sehingga mendapat dorongan untuk melakukan pembelian pada produk tersebut.

Dilihat dari hasil tersebut, penelitian ini sejalan dengan teori Assauri (2016) pengembangan produk (product development) adalah suatu kegiatan atau

aktifitas yang dilakukan dalam menghadapi kemungkinan perubahan suatu produk ke arah yang lebih baik sehingga dapat memberikan daya guna maupun daya pemuas yang lebih besar.

Penelitian ini juga sejalan dengan Septiando et al., (2020) dalam penelitian “Pengaruh Pengembangan Produk Dan Internet Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD. Rara Jajanan Khas Trenggalek” dengan hasil penelitian yaitu Pengembangan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Rara Snack Trenggalek. Dalam penelitian ini didapat pengembangan produk (X1) internet marketing (X2) memberikan variasi atau mampu memberikan kontribusi terhadap variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 75,1%.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Pembelian

Hasil uji t pada pengaruh kualitas produk terhadap pembelian diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,013 yang lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Artinya variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pembelian. Hal ini berarti bahwa semakin baik kualitas produk maka akan semakin baik pembelian oleh konsumen.

Setelah pengembangan produk dilakukan, langkah selanjutnya sebuah usaha harus menyertakan sisi kualitas dari produknya. Ranau Baban memiliki konsep produk-produk sehat, herbal dan alami yang dimana hal ini dapat memiliki kesan yang positif dimata konsumen. Namun, apabila lebih ditingkatkan kualitasnya, seperti pembuatan desain kemasan yang menarik, ataupun bisa menambahkan isi produk yang lebih banyak, maka hal tersebut dapat semakin meningkatkan kepuasan konsumen, dan apabila konsumen merasa puas, maka pembelian produk pun dapat meningkat.

Dilihat dari hasil tersebut, penelitian ini sejalan dengan teori menurut Budiyanto (2016) kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk untuk memenuhi atau memuaskan kebutuhan maupun keinginan konsumen.

Penelitian ini juga sejalan dengan Delima *et al.*, (2023), dalam penelitian Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk sprei Soraya Sudirman di Kota Pekanbaru. Berdasarkan analisis data dan uji hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, dapat diketahui secara parsial kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan

bahwa keputusan pembelian yang dihasilkan oleh soraya sudirman di pengaruhi oleh kualitas produk. Arah positif menunjukkan bahwa jika kualitas produk mengalami peningkatan maka keputusan pembelian juga mengalami peningkatan.

3. Pengaruh Pengembangan Produk dan Kualitas Produk Secara Simultan Terhadap Pemelian

Hasil uji F menunjukkan nilai F_{hitung} (70.558) > F_{tabel} (3,26) dan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,000 dan nilai ini lebih kecil dari α (0,05), maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya bahwa variabel pengembangan produk dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Besarnya pengaruh dari pengembangan produk, kualitas produk dan juga kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian adalah 0,801 atau 80.1% yang artinya pengaruh ini berada pada kategori yang kuat. Hasil tersebut seakan memberikan penjelasan bahwa ketika pengembangan produk dan kualitas produk pada usaha Ranau Baban ditingkatkan secara bersama sama, dalam arti ditingkatkan menjadi lebih baik, maka akan dapat meningkatkan keputusan pembelian menjadi lebih baik pula.

Penerapan dari pengembangan produk dan kualitas produk harus selaras, artinya Ranau Baban harus selalu melakukan pengembangan dengan memperbaiki kualitas produk seperti tampilan, rasa, kandungan dan isi serta diikuti dengan kualitas pelayanan yang unggul supaya dapat menghasilkan pembelian oleh konsumen yang lebih maksimal.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh pengembangan dan kualitas produk terhadap pembelian berdasarkan nilai skor dari interval kelas yang telah di tentukan ialah sebagai berikut:
 - a. Pada variabel pengembangan produk indikator pertanyaan yang memiliki skor tertinggi terdapat pada indikator pertanyaan “Produk yang disediakan bervariasi” dengan skor 4,45 yang dalam arti pengembangan produk yang bervariasi dapat meningkatkan dorongan untuk melakukan pembelian pada produk Ranau Baban tersebut.
 - b. Pada variabel kualitas produk indikator yang memiliki skor tertinggi terdapat pada indikator “Produk yang

disediakan tidak mudah rusak dan kemasan memenuhi standar keamanan produk” dengan skor 4.53 dalam artian produk yang konsep produk-produk sehat, herbal dan alami di kemas dengan aman hal ini dapat memiliki kesan yang positif dimata konsumen.

2. Pada uji hipotesis didapat bahwa variabel bebas pengembangan (X1) dan kualitas produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat pembelian (Y)
 - a. Hasil analisis uji t untuk pengaruh pengembangan produk terhadap keputusan pembelian diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,002 yang lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya variabel pengembangan produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pembelian. Hasil uji t pada pengaruh kualitas produk terhadap pembelian diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,013 yang lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Artinya variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pembelian.
 - b. Hasil uji F menunjukkan nilai F_{hitung} (70.558) $>$ F_{tabel} (3,26) dan nilai

signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,000 dan nilai ini lebih kecil dari α (0,05), maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya bahwa variabel pengembangan produk dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Besarnya pengaruh dari pengembangan produk, kualitas produk dan juga kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian adalah 0,801 atau 80.1% yang artinya pengaruh ini berada pada kategori yang kuat.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka diajukan saran antara lain:

1. Diharapkan pengembangan dan kualitas produk pada Ranau Baban terus ditingkatkan dengan konsisten supaya pembelian pada produknya semakin meningkat.
2. Diharapkan pada peneliti selanjutnya, hendaknya untuk mengembangkan penelitian ini yaitu menggunakan variabel atau indikator yang berbeda sehingga dapat diperoleh informasi yang lebih kompleks tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian oleh konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Ato'illah. (2015). Analisis Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pupuk. *WIGA: Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 5(1), 68-73.
- Hanim, Soponyono, & Maryanto. (2021). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. In *Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 2, No. 1, pp. 30-39).
- Hartana. (2022). Pengembangan Usaha UMKM di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Digital Marketing di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha*, 10(3),1–24.
- Merzarani, Rusdi, & Lidyah. (2023). Anaisis Inklusi Keuangan Bagi Pelaku UMKM di Kabupaten Ogan Komering Ulu: Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Baturaja. *Medina-Te: Jurnal Studi Islam*, 19(1), 64-76.
- Putra, M. M., Ogari, P. A. Y. U., & Pusvita, E. M. A. (n.d.). *Dampak Keberadaan Pasar Emak Terhadap Kehidupan Ekonomi Dan Sosial Masyarakat Di Kelurahan Talang Jawa*. 1880–1886.
- Rahayu, Oktrima, & Qurbani. (2020). Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Tas Anyaman Pada Umkm Di Kota Tangerang Selatan. *Prosiding Senantias: Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1401–1410.
- Rahmat, & Anastasia. (2023). Pengembangan Kemasan Dengan Menggunakan Aplikasi Canva Pada

- Umkm Kopi 919. Admit: Jurnal Administrasi Terapan, 1(1), 1-15.
- Sugiyono (2016) Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, CV.
- Surya, & Wilarso. (2022). Pendampingan Dasar-dasar Strategi Pemasaran dalam Era Digital untuk UMKMKecamatan Cileungsi. Wikrama Parahita, 6 (1), 23–28.
- Wijoyo, (2020). Digitalisasi umkm pasca pandemi covid-19 di riau. Prosiding Konferensi Nasional Administrasi Negara Sinagara, 12.