

PENGARUH KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP KINERJA BISNIS INDUSTRI PUPUK ORGANIK

Yanto Ramli

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, Indonesia

Article Information

Category: Business and Management Research Paper

Corresponding author:

yanto.ramli@mercubuana.ac.id
Jl. Raya, RT.4/RW.1, Meruya Sel., Kec. Kembangan, Jakarta, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11650

Reviewing editor:

Hendryadi, STEI Indonesia, Jakarta, Indonesia

Received 18 Mar 2020
Accepted 20 May 2020
Accepted author version posted online 30 Jun 2020



Published by Economics Faculty of Attahiriyyah Islamic University

ABSTRACT

Purpose- *The purpose of this study is to analyze the influence of market attractiveness, unique resources and decision to buy towards the business performance of the organic fertilizer industries in Indonesia.*

Design/methodology/approach- *The research method used in this research is descriptive method using scoring analysis and verification method by using quantitative analysis. Data were collected through Simple Random Sampling because the organic fertilizer industries have the same characteristic, and the analysis tool used is Partial Least Square (PLS).*

Findings- *The results of this study indicate that the unique resources have a significant influence compare to market attractiveness against business performance through the intervening variables of decision to buy. Decision to buy also have a significant influence on business performance.*

Implications- *Thus, the understanding of needs and wants of consumers and continuing to develop company resources is something that can improve the business performance of the organic fertilizer industries in Indonesia*

Keywords: *Market attractiveness, Unique resources, Decision to buy, Business performance*



© 2020 The Author(s). This open access article is distributed under a Creative Commons Attribution (CC-BY-NC-SA) 4.0 license

To link this article

<http://jrmb.ejournal-feuniat.net/index.php/JRMB/article/view/378>

PENGARUH KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP KINERJA BISNIS INDUSTRI PUPUK ORGANIK

Yanto Ramli

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, Indonesia

Email: yanto.ramli@mercubuana.ac.id

Abstrak

Tujuan- Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh daya tarik pasar, sumber daya yang unik dan keputusan untuk membeli terhadap kinerja bisnis industri pupuk organik di Indonesia.

Desain / metodologi / pendekatan- Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan menggunakan analisis skoring dan metode verifikasi dengan menggunakan analisis kuantitatif. Data dikumpulkan melalui Simple Random Sampling karena industri pupuk organik memiliki karakteristik samecharistic, dan alat analisis yang digunakan adalah Partial Least Square (PLS).

Temuan- Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sumber daya yang unik memiliki pengaruh yang signifikan dibandingkan dengan daya tarik pasar terhadap kinerja bisnis melalui variabel intervensi keputusan untuk membeli. Keputusan untuk membeli juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis.

Implikasi- Dengan demikian, pemahaman tentang kebutuhan dan keinginan konsumen dan terus mengembangkan sumber daya perusahaan adalah sesuatu yang dapat meningkatkan kinerja bisnis industri pupuk organik di Indonesia

Kata kunci: Daya tarik pasar, Sumber daya unik, Keputusan untuk membeli, Kinerja bisnis

1. Pendahuluan

Indonesia merupakan negara agraris karena sebagian besar penduduk Indonesia mempunyai pencaharian di bidang pertanian atau bercocoktanam. Indonesia yang dikarunia kondisi alam yang mendukung, luas lahan yang besar, keragamanhayati yang melimpah, serta beriklimtropis yang cukupmendukung untuk menanam sepanjang tahun, akan menjadi negara yang makmur dan kebutuhan pangan untuk seluruhwarganya akan tercukupi. Meskipun belum sepenuhnya terpenuhi, sektorpertanian menjadi salah satu sektor riil yang memiliki peran yang penting dalam kegiatanperekonomian di Indonesia.

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2014 bahwa populasipenduduk Indonesia berdasarkan Hasil SensusPenduduk 2010 (SP2010) Mei 2010 menunjukkan penduduk Indonesia berjumlah 237,6 juta orang dan 37% penduduknyabekerja di bidang agrikulturwalaupunturunsekitar 2.96% dibandingkan tahun 2013. Berdasarkan data yang diperoleh dari BPS tahun 2014 bahwa sektorPertanian, Peternakan, Kehutanan dan Perikanan memberikan kontribusi terhadap ProdukDomestikBruto (PDB) yang cukup besar yaitu sekitar 14,43 persen pada tahun 2013 atau merupakan urutankeduasetelahsektorIndustriPengolahan yaitu 23,69 persen. Dalam sektorpertanian, salah satu subsektor yang cukup besar potensinya juga adalah subsektorperkebunan. Meskipunkontribusi dari subsektorperkebunan tidak sebesar subsektortanamanbahanmakanan dan perikanan, akan tetapi subsektorperkebunan merupakan penyediabahanbaku untuk sektorindustri, penyeraptenaga kerja dan penghasildevisa yang cukup besar.Pada tahun 2013, SektorIndustriPengolahan memberikan kontribusiterbesar terhadap total perekonomian Indonesia yaitu sebesar 23,69 persen,

diikuti Sektor Pertanian, Peternakan, Kehutanan, dan Perikanan sebesar 14,43 persen, dan Sektor Perdagangan, Hotel dan Restoran sebesar 14,33 persen.

Berdasarkan beberapa pembahasan terhadap penelitian terdahulu, dimana menurut Darwis dan Rachman (2013) meneliti tentang potensi pengembangan pupuk organik dengan mendukung percepatan pertanian organik. Mulyani et al (2016) membahas tentang perintisan usaha bersama di bidang produksi pupuk organik. Saenab et al (2018) menjelaskan tentang pemanfaatan limbah cair industri tahu sebagai pupuk organik cair. Dewanto (2013) meneliti tentang pengaruh pemupukan organik dan organik terhadap produksi tanaman jagung sebagai sumber pakan. Ilyas & Supriyanto (2016) membahas tentang peningkatan kualitas produksi pupuk organik P-126 dengan menggunakan metode *Lean Manufacturing*. Ruswandi (2010) menjelaskan tentang pengkajian pengembangan model pabrik pupuk organik. Hasman (2015) meneliti tentang rancang bangun mesin pembuat pupuk organik granular tipe screw. Anastasia et al. (2014) meneliti tentang pengaruh pemberian kombinasi pupuk organik padat dan organik cair terhadap porositas tanah dan pertumbuhan tanaman bayam. Lebih banyak membahas tentang potensi dan pengembangan pupuk organik serta industri pupuk organik, sedangkan penelitian ini berusaha mencari permasalahan dan memberikan solusi dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh industri pupuk organik agar dapat bertahan dan berkembang dengan mempelajari kemungkinan-kemungkinan dari masing-masing variabel yang diteliti dan kemungkinan solusi yang dapat diberikan untuk mengatasi permasalahan tersebut.

2. Kajian Pustaka dan Hipotesis

Daya Tarik Pasar

Cravens and Piercy (2013:54) menegaskan bahwa hal yang paling penting dalam daya tarik sebuah pasar adalah melakukan penilaian terhadap ukuran dan pasar yang berpotensi. Kemudian melakukan penilaian atas penjualan terhadap suatu pasar dengan waktu tertentu. Tiga kunci utama dalam menentukan ukuran pasar yaitu: *Market Potential*, (Potensi pasar) *Sales Forecast* (Prakiraan penjualan) dan *Market Share* (Pangsa pasar). Melalui tiga kunci utama ini maka daya tarik sebuah pasar akan dengan mudah terukur.

Menurut Walker, Jr dan Mullins (2014:151), bahwa langkah-langkah yang dilibatkan dalam mengembangkan sebuah daya tarik pasar/*competitive position matrix* untuk menganalisis pasar saat ini dan potensi target pasar. Dasar dari matriks tersebut adalah para manajer dapat mempunyai pendapat untuk menilai daya tarik pasar (potensi keuntungannya) dengan memeriksa pasar, kompetitif, dan faktor lingkungan yang dapat mempengaruhi profitabilitas. Sedangkan menurut Best (2013:190) dalam bukunya mengemukakan bahwa apa yang sebenarnya membuat suatu segmen menjadi menarik kemudian segmen yang lainnya tidak menarik?

Meskipun masing-masing bisnis di suatu pasar tertentu mungkin mendapatkan jawaban atas pertanyaan ini secara berbeda, namun ketika kita melangkah kembali ke belakang dan melihat secara lebih luas terhadap sebuah faktor yang membuat segmen tersebut menarik, kita akan menemukan bahwa tingkat daya tarik sebuah pasar tertentu akan didasarkan pada tiga pertimbangan yang penting. Pemikiran yang paling umum dalam penilaian terhadap sebuah segmen daya tarik pasar dapat dikategorikan menjadi tiga dimensi sebagai berikut: pertama, kekuatan Pasar/*Market Forces*: mencakup ukuran pasar, pertumbuhan pasar yang dilayani dan daya beli konsumen. Kedua, lingkungan persaingan/*Competitive Environment*: mencakup pertumbuhan jumlah pesaing, kemudahan masuknya pesaing dan pemantauan harga pesaing. Ketiga, akses Pasar/*Market Access*: mencakup keakraban

pelanggan, memahami aksespenyaluran dan memahami kebutuhan penjualan.

Keunikan Sumber Daya

Sumber daya merupakan asetproduktif yang dimiliki oleh perusahaan, selain itu perusahaan juga dapat memiliki kemampuan untuk menjalankan perusahaan yang merupakan aset yang berharga. Sumber daya tidak akan memiliki nilai apabila tidak dikembangkan berdasarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan nilai dan dapat memberikan kemampuan yang menghasilkan keunggulanbersaing.Kurniasih dan Heliantono (2016) menegaskan bahwa menurutteori Barney (1991) sebuah organisasi dapat berhasil apabila dapat mencapai dan mempertahankankeunggulan kompetitifnya. Keberhasilan tersebut dapat tercapai jika perusahaan mengalokasikan apa yang tidak dimiliki oleh kompetitor, dan penggunaan sumber daya secara efisien dan efektif merupakan penggerak untuk mencapai keunggulankompetitif dan meningkatkan kinerja perusahaan.

Menurut David (2015:191) sumber daya internal dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori yang mencakup: (1) Sumber Daya Fisik/*Physical Resources*: mencakup semua pabrik dan peralatan, lokasi, teknologi, bahanbaku, dan mesin. (2) Sumber daya manusia/*Human Resources*: mencakup karyawan, pelatihan, pengalaman, kepintaran, pengetahuan, keahlian, dan kemampuan. (3) Sumber daya organisasional/*Organizational Resources*: mencakup struktur perusahaan, proses perencanaan, sistem informasi, paten, merk dagang, hak cipta, database dan lain-lain.

Keputusan Pembelian

Menurut Kotler & Amstrong (2018:177) bahwa pada tahap evaluasi, konsumen akan membuat peringkat terhadap merek dan membentuk niat untuk membeli. Secara umum, keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi terdapat dua faktor yang akan muncul antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain. Faktor kedua adalah faktor situasi yang tidak terduga. Konsumen dapat membentuk niat beli berdasarkan faktor-faktor seperti pendapatan yang diharapkan, harga yang diharapkan, dan manfaat produk yang diharapkan.

Menurut Prasetyaning Sih & Astini (2016) bahwa keputusan pembelian merupakan salah satu bagian pokok dalam perilaku konsumen yang mengarah kepada pembelian produk atau jasa. Dalam membuat sebuah keputusan pembelian, konsumen tidak terlepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi dan memotivasi konsumen untuk melakukan pembelian. Dari faktor-faktor inilah, maka konsumen akan melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan, dan memilih salah satu atau lebih alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu.

Kotler and Keller (2016:199) menjelaskan bahwa sejumlah faktor akan menentukan cara di mana konsumen akan membentuk evaluasi dan membuat pilihan. Para pemasar dapat mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen melalui lingkungan di mana keputusan terstruktur dan pilihan pembelian dibuat. Beberapa dimensi yang dapat digunakan untuk pengambilan keputusan adalah sebagai berikut: (1) Evaluasi alternatif/*Evaluation of alternatives* merupakan tindakan dimana konsumen membandingkan beberapa pilihan sebelum membuat keputusan. (2) Keinginan membeli/*Purchase intention* merupakan tindakan telah membentuk keinginan untuk membeli sesuatu yang paling disukai. (3) Sikap dari orang lain/*Attitudes of others* merupakan pengaruh sikap orang lain terhadap konsumen. (4) Faktor situasional yang tidak terduga/*Unanticipated situational factors* merupakan kejadian-kejadian yang tidak terduga yang dapat mengubah keinginan membeli.

Kinerja Bisnis

Menurut Best (2013:64) bahwa perhitungan kinerja sebuah perusahaan akan tidak objektif apabila hanya menghitung berdasarkan perhitungan finansial seperti *Sales, Revenues, Net profit, return on sales, Assets as a percentage of sales*, dan *Return on assets* yang mungkin hanya dapat diandalkan dalam perhitungan kinerja *Financial intern*, tetapi perhitungan diatas tidak menyediakan kinerja eksternal dan pandangan berdasarkan pasar. Maka perlu dilakukan perhitungan patokan pertumbuhan pasar eksternal, harga yang bersaing, produk yang bersangkutan dan kualitas servis, dan kemampuan untuk memuaskan dan mempertahankan konsumen.

Menurut Best (2013:419) bahwa penilaian kinerja sebuah perusahaan adalah dengan melakukan evaluasi terhadap sebuah bisnis, produk atau pasar yang mengamati tentang daya tarik pasar dan posisi strategis dari perusahaan tersebut. Best menambahkan bahwa kinerja bisnis sebuah perusahaan dapat diukur berdasarkan kinerja saham, pertumbuhan penjualan dan kinerja laba. Ketiga dimensi tentang kinerja perusahaan dapat dijelaskan lebih rinci di bawah: (1) Kinerja Saham/*Share Performance* merupakan penilaian terhadap jumlah transaksi dan pertumbuhan saham di sebuah perusahaan. (2) Pertumbuhan Penjualan/*Sales Growth* merupakan volume/jumlah dan pertumbuhan penjualan yang dicapai oleh perusahaan. (3) Kinerja Laba/*Profit Performance* merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba/keuntungan dalam suatu periode tertentu.

Pengaruh daya tarik pasar terhadap keputusan pembelian

Perusahaan saat ini telah mulai membidik program pemasaran yang lebih luas jangkauan, mereka telah memisahkan masing-masing pasar menjadi segmen-segmen yang homogen atas dasar perbedaan yang berarti terhadap perilaku pembeli sehingga mudah memahami keinginan yang dicari, dengan demikian pasar yang ditawarkan kepada konsumen harus memiliki daya tarik dapat mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Dengan demikian, hipotesis yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁: daya tarik pasar berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh keunikan sumber daya terhadap keputusan pembelian

Sumber daya sebuah perusahaan sangat berpengaruh terhadap kemampuan dan kompetensi dalam mengelola kemajuan perusahaan. Memberdayakan sumber daya perusahaan merupakan kemampuan kompetensi inti perusahaan, yang juga merupakan dasar dari sebuah perusahaan dalam bersaing dan mendapat keunggulan kompetitif, keunggulan kompetitif umumnya berdasarkan gabungan dari beberapa sumber daya yang dapat menghasilkan keunikan sumber daya yang kompetitif. Dengan demikian, hipotesis yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₂: keunikan sumber daya berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh daya tarik pasar terhadap kinerja bisnis

Daya tarik pasar selain dapat mempengaruhi keputusan pembelian juga sangat berpotensi untuk meningkatkan pangsa pasar dan pertumbuhan kinerja bisnis sebuah perusahaan. karena melibatkan ukuran pasar, tingkat pertumbuhan dan penilaian terhadap demografis, sosiokultural, ekonomi, politik dan hukum, teknologi dan alam yang dapat mempengaruhi permintaan pasar. Dengan demikian, hipotesis yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₃: daya tarik pasar berpengaruh terhadap kinerja bisnis.

Pengaruh keunikan sumber daya terhadap kinerja bisnis

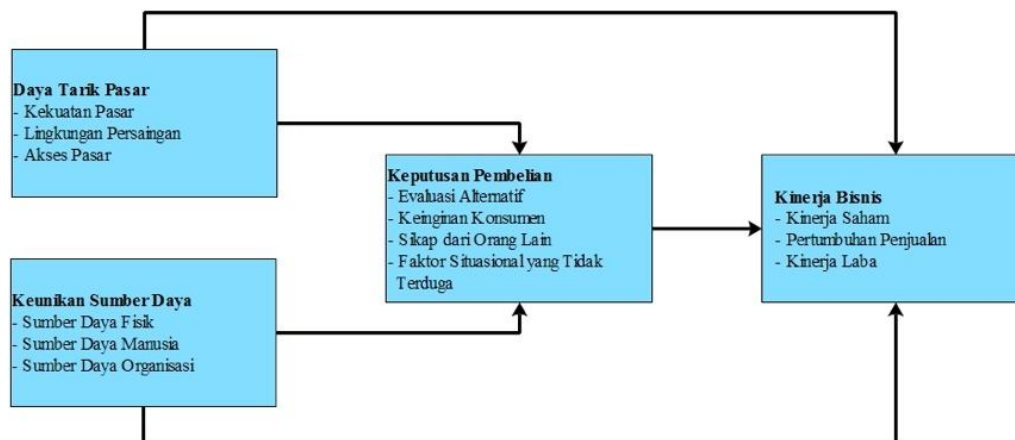
Sumber daya juga merupakan aset produktif yang dimiliki perusahaan, selain itu perusahaan juga memiliki kemampuan untuk menjalankan perusahaan yang merupakan aset yang berharga. Sumber daya sendiri tidak akan memiliki nilai, sumber daya harus dikembangkan berdasarkan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan kinerja bisnis sebuah perusahaan. Dengan demikian, hipotesis yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₄: keunikan sumber daya berpengaruh terhadap kinerja bisnis.

Pengaruh keputusan pembelian terhadap kinerja bisnis

Keputusan pembelian konsumen merupakan hal yang sangat krusial terhadap keberlangsungan sebuah perusahaan, sehingga setiap upaya akan dilakukan untuk mendapatkan keputusan pembelian dari para konsumen, namun hal ini tidak mudah dilakukan melihat persaingan yang akan dihadapi oleh setiap perusahaan. Maka setiap perusahaan akan berusaha maksimal mungkin untuk mendapatkan pembelian dari konsumen yang sangat berpengaruh terhadap kinerja dari sebuah perusahaan. Dengan demikian, hipotesis yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₅: keputusan pembelian berpengaruh terhadap kinerja bisnis.



Gambar 1. Hubungan antara Variabel
Sumber: Diolah dari berbagai Sumber (2020)

3. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan manajemen strategi yang meliputi operasionalisasi variabel, metode pengumpulan data dan informasi, mendefinisikan populasi, menghitung ukuran sampel dan teknik sampling serta rancangan analisis yang dilakukan dalam menguji hipotesis penelitian, dengan melakukan kajian terhadap industri garmen yang berada di wilayah Indonesia. Penelitian ini diawali dengan pengamatan terhadap beberapa industri pupuk organik, kemudian berlanjut untuk merumuskan strategi untuk meneliti kinerja dari industri pupuk organik tersebut.

Berdasarkan identifikasi, rumusan serta tujuan penelitian ini, terdapat gambaran atau deskripsi dari variabel yang diteliti serta mengungkap keterkaitan antar variabelnya, maka

penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif dengan tipe penyelidikan kausalitas yakni melakukan pengujian hubungan dan pengaruh antara variabel eksogen dan variabel endogen. Proses pengamatan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan cakupan waktu (*time horizon*) yang bersifat *cross section/one shot*, artinya informasi atau data yang diperoleh adalah melalui hasil penelitian yang dilakukan pada satu waktu tertentu yaitu pada tahun 2018. Unit analisis dalam penelitian ini adalah industri produsen pupuk organik di Indonesia dan unit pengamatannya adalah pihak manajemen industri tersebut.

Rancangan analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis dan mengetahui hubungan antar variabel penelitian digunakan Rancangan analisis untuk menguji hipotesis dan mengetahui hubungan antar variabel penelitian dengan menggunakan metode analisis *Partial Least Square* (PLS), yaitu sebuah metode alternatif dari analisis struktural dengan *Structural Equation Modelling* (SEM) yang berbasis *Variance*. Pengujian validitas awal ini dilakukan pengambilan sampel sebanyak 51 orang responden yang berada di industri pupuk organik secara acak. Pengujian validitas awal ini dalam rangka untuk melakukan seleksi terhadap item-item apakah layak dimasukkan dimasukkan dalam proses pengumpulan data secara keseluruhan. Uji reliabilitas data penelitian ini menggunakan metode (rumusan) koefisien *Cronbach's Alpha*. Koefisien *Cronbach's Alpha* merupakan koefisien reliabilitas yang paling sering digunakan karena koefisien ini menggambarkan variansi dari item-item baik untuk format benar/salah atau bukan seperti format skalalikert.

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Daya Tarik Pasar	0.835	Reliable
Keunikan Sumber Daya	0.885	Reliable
Keputusan Pembelian	0.884	Reliable
Kinerja Bisnis	0.888	Reliable

Sumber: Dari Pengolahan Data (2018)

Dapat di lihat dari tabel di atas bahwa nilai-nilai dari *Cronbach's Alpha* dari setiap variabel adalah >0.70 (di atas 0.70) dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang dilakukan dalam pengujian mempunyai reliabilitas yang baik.

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil dari analisis model struktural adalah untuk menunjukkan keterkaitan antara masing-masing variabel manifest (indikator) dengan variabel latennya masing-masing. Hasil dari *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* menunjukkan bahwa dimensi dan indikator dari masing-masing variabel dinyatakan *reliable* dalam mengukur masing-masing variabel penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Pengujian Outer Model

Variabel	AVE	<i>Composite Reliability</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>R Square</i>	<i>Q Square</i>
Daya Tarik Pasar	0,534	0,872	0,835	-	0,238
Keunikan Sumber Daya	0,586	0,903	0,885	-	0,279
Keputusan Pembelian	0,569	0,902	0,884	0,633	0,354
Kinerja Bisnis	0,602	0,913	0,888	0,554	0,602

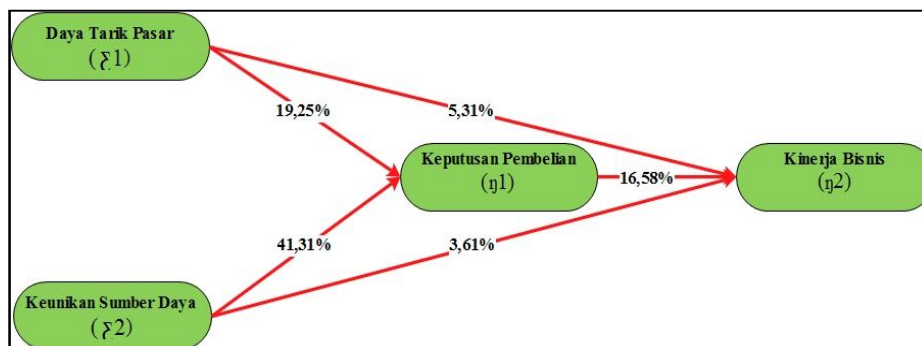
Dari tabel di atas terlihat bahwa nilai-nilai dari AVE >0.5, hal ini menunjukkan bahwa semua variabel dalam model yang di estimasi memenuhi kriteria *discriminant validity*. *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* dari setiap variabel juga menunjukkan nilai >0.70 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel mempunyai reliabilitas yang baik. Sehingga *outer model* penelitian ini dapat dikatakan telah sesuai (*fit*). *R Square* pada kriteria di atas adalah kuat yaitu: lebih besar dari 0.33. Di mana nilai 0.33 adalah nilai moderat/ sedang, dan nilai *Q Square* pada kriteria sedang, karena menurut Chin (1998) nilai R Square 0.67 (kuat), 0.33 (moderat), dan 0.19 (lemah). Sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil uji *Inner Model* di atas didukung oleh kondisi empirik atau model yang digunakan adalah sesuai atau *fit*.

Tabel 3. Loading Factor AntarVariabelLaten-Dimensi

Variabel Laten-Dimensi	Loading factor (λ)	Standard Error (SE)	T Statistics ($ \lambda / SE $)
Daya Tarik Pasar → Kekuatan Pasar	0.909	0.023	38.820
Daya Tarik Pasar → Lingkungan Persaingan	0.904	0,027	33.539
Daya Tarik Pasar → Akses Pasar	0.877	0,023	37.709
Keunikan Sumber Daya → Sumber Daya Fisik	0.909	0.023	38.820
Keunikan Sumber Daya → Sumber Daya Manusia	0.904	0.027	33.539
Keunikan Sumber Daya → Akses Pasar	0.877	0.023	37.709
Keputusan Pembelian → Evaluasi Alternatif	0.686	0.014	66.840
Keputusan Pembelian → Keinginan Membeli	0.864	0.026	32.122
Keputusan Pembelian → Sikap dari Orang Lain	0.915	0.024	35.923
Keputusan Pembelian → Faktor Situasional yang Tidak Terduga	0.860	0.047	16.876
Kinerja Bisnis → Kinerja Saham	0.866	0.031	27.052
Kinerja Bisnis → Pertumbuhan Penjualan	0.912	0.026	34.396
Kinerja Bisnis → Kinerja Laba	0.857	0.014	66.120

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2020)

Hasil analisis model pengukuran terhadap variabel-variabel penelitian atas dimensi-dimensinya menunjukkan bahwa hampir semua dimensi valid dengan nilai t hitung > t tabel (2.01). Dari pengujian hipotesis terungkap bahwa keunikan sumber daya memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan daya tarik pasar dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Keputusan pembelian juga memiliki pengaruh yang cukup dominan terhadap kinerja bisnis. Dalam meningkatkan kinerja bisnis diperlukan untuk melakukan pengembangan terhadap sumber daya agar menjadi unik dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen dan mengetahui pergerakan pesaing dan juga melakukan koordinasi terhadap segala fungsi yang ada di dalam sebuah organisasi. Namun, daya tarik pasar juga perlu diperhatikan karena pasar memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap permintaan dan juga menentukan keputusan pembelian dari konsumen, dengan demikian dapat meningkatkan kinerja bisnis industri pupuk organik di Indonesia.



Gambar 2. Hasil Pengujian

Sumber: Diolah dari berbagai Sumber (2020)

Penjelas gambar 4 di atas menunjukkan hasil uji terhadap variabel penelitian yang dilakukan pengujian, dari hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel keunikan sumber daya memberikan pengaruh yang lebih signifikan terhadap variabel keputusan pembelian yaitu 41,31%, dibandingkan dengan pengaruh variabel daya tarik pasar terhadap keputusan pembelian yaitu 19,25%, sehingga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis. Namun apabila masing-masing variabel mulai dari daya tarik pasar dan keunikan sumber daya tanpa melalui variabel perantara keputusan pembelian konsumen akan memberikan pengaruh yang lebih kecil yaitu masing-masing dari daya tarik pasar hanya memberikan pengaruh sebesar 5,31% dan keunikan sumber daya hanya 3,61%.

5. Keterbatasan dan Agenda Penelitian Mendatang

Penelitian ini hanya terbatas dengan objek penelitian yang berada di sebagian wilayah di Indonesia dan belum mencakup seluruh wilayah di Indonesia. Penelitian ini dibatasi wilayah karena keterbatasan waktu dan biaya, penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam melakukan penelitian yang lebih luas jangkauan untuk masa yang akan datang. Peneliti juga dapat menggunakan penelitian ini dalam mengembangkan fenomena yang lebih luas lagi kedepan

6. Kesimpulan

Hipotesis penelitian yang dapat dibangun dari penelitian ini adalah berdasarkan empat variabel penelitian yaitu Daya Tarik Pasar dan Keunikan Sumber Daya merupakan variabel independen, Kinerja Bisnis merupakan variabel dependen dan Keputusan Pembelian merupakan variabel perantara. Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel keunikan sumber daya merupakan komponen penting dalam industri pupuk organik, karena pengembangan secara inovatif terhadap sumber daya perusahaan merupakan proses yang sangat penting agar dapat menciptakan kemampuan persaingan yang lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya di industri pupuk organik.

Hasil penelitian ini telah menemukan beberapa permasalahan yang dihadapi oleh industri pupuk organik dalam menghadapi permasalahan-permasalahan kedepan. Penelitian ini telah menghasilkan empat variabel penelitian dalam menemukan penyebab dari permasalahan-permasalahan tersebut. Hasil dari pengujian hipotesis ini telah mengungkapkan beberapa penemuan sebagai berikut: (1) Para produsen industri pupuk organik masih menerapkan proses pengolahan pupuk organik yang masih tradisional sehingga kapasitas produksi masih relatif rendah; (2) Para produsen industri pupuk organik masih belum sepenuhnya mengembangkan bahan bakunya yang merupakan sumber daya perusahaan untuk menghasilkan produk yang lebih baik. (3) Para produsen industri pupuk organik masih belum melakukan penelitian terhadap pasar mereka untuk memahami kebutuhan dan keinginan pasar. (4) Pasar industri pupuk organik juga masih relatif rendah karena para produsen jarang melakukan promosi untuk melakukan edukasi kepada konsumen tentang

manfaat menggunakan pupuk organik. (5) Industri pupuk organik masih belum mendapatkan perhatian dari Pemerintah agar dapat mendukung dan mendorong penggunaan pupuk organik yang ramah lingkungan.

Implikasi

Maka dari kesimpulan di atas dapat memberikan saran kepada para industry pupuk organik bahwa sangat penting bagi industri pupukorganik untuk senantiasa melakukan penelitian terhadap pasar, konsumen dan pesaing dan juga koordinasi antar fungsi di masing-masing bagian sehingga dapat terciptanya komponen kompetitif yang unggul. Di sisi lain, industri pupukorganik juga perlu mengembangkan sumber daya perusahaan mulai dari bahan baku hingga sumber daya manusianya secara inovatif agar memiliki sumber daya yang unik dan berbeda dari pesaingnya.

Daftar Pustaka

- Anastasia, I, Izatti, Munifatul&Suedy, Sri Widodo Agung. (2014). Pengaruh Pemberian Kombinasi Pupuk Organik Padat dan Organik Cair Terhadap Porositas Tanah dan Pertumbuhan TanamanBayam. *JurnalBiologi*. Vol. 3, No. 2.
- Barker, Chris., Pistang, Nancy, & Elliot, Robert. (2002). *Research Methods In Clinical Psychology*. Second Edition. John Wiley & Sons.
- Barney, J. B. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*. Vol. 17, pp. 99-120.
- Best, Roger J. (2013). *Market-Based Management. Strategies for growing customer value and profitability*. Sixth Edition. Pearson Education Inc. New Jersey.
- Chin, W.W. (1998). The Partial Least Squares Approaches to Structural Equation Modeling. *Modern Methods for Business Research*, 295,336.
- Cravens, David W. &Piercy, Nigel F., (2013).*StrategicMarketing*. McGraw-Hill Companies Inc. New York.
- Darwis, Valeriana&Rachman, Benny. (2013). Potensi Pengembangan PupukOrganik Insitu Mendukung Percepatan Penerapan Pertanian Organik. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*. Vol. 31, No. 1.
- David, Fred R. (2015). *Strategic Management: Concepts & Cases*. 15th Edition. Pearson Education Limited, England.
- Dewanto, Frobel G., Tuturoong, RAV, &Kaunang, WB. (2013). PengaruhPemupukanAnorganik dan Organik terhadap Produksi TanamanJagung sebagai Sumber Pakan. *JurnalZootek*. Vol. 32, No. 5.
- Hasman, Elvin, Naswir, A. Irwan. (2015). RancanganBangunMesinPembuatPupukOrganik Granular Tipe Screw. *JurnalTeknologiPertanianAndalas*. Vol. 19, No. 2.
- Ilyas, Muhammad Desryadi&Supriyanto, H. Hari. (2016). PeningkatanKualitas Produksi PupukOrganik P-126 Dengan Menggunakan Metode Lean Manufacturing. *Jurnal Teknik ITS*. Vol. 5, No. 2.
- Katalog. 2014. Laporan Bulanan Data Sosial Ekonomi. BPS : Edisi 45
- Kotler, Philip &Amstrong, Gary. (2018). *Principles of Marketing*. Global Edition. Seventeenth Edition. Pearson Education, Inc. United Kingdom.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management*. Global Edition. Fifteenth Edition. Pearson Education Limited. England.
- Kurniasih, Augustina &Heliantono. (2016). The Intellectual Capital of State-Owned Banks and the Influence of Organizational Performance. *Scientific Journals of Management*. Volume VI, No. 2. 195-212.

- Marsono, Pinus Lingga. (2010). *Petunjuk Penggunaan Pupuk*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Mayrowani, Henny. (2012). Pengembangan Pertanian Organik di Indonesia, Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*. Vol. 30 No. 2, 91-108.
- Mulyani, Happy, Ifandari, Nugroho, Rahmat Budi. (2016). Perintisan Usaha Bersama di Bidang Produksi Pupuk Organik bagi Gabungan Kelompok Petani Tani Makmur dan UKM Industri Alkohol Ngombakan. *Jurnal SEMAR*. Vol. 5, No. 1.
- Prasetyaningsih, Erlita dan Astini, Rina. (2016). Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas Branded Tiruan pada Wanita Karir di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. Vol. 2, No. 2.
- Ruswandi, Agus. (2010). Pengkajian Pengembangan Model Pabrikasi Pupuk Organik: Studi Kasus di Kota Tasikmalaya, Jawa Barat. *Jurnal Agrikultura*. Vol. 21, No. 1.
- Saenab, Sitti, Muhdar, Mimien Henie Irawati AI, Rohman, Fatchur & Arifin, Arifah Novia. (2018). Pemanfaatan Limbah Cair Industri Tahu Sebagai Pupuk Organik Cair (POC) Guna Mendukung Program Lorong Garden (Longgar) Kota Makassar. *Prosiding Seminar Nasional Megabiodiversitas Indonesia*.
- Sutanto, Rachman, 2002. *Penerapan Pertanian Organik*. Penerbit Kanisius.
- Walker, O. C, & Mullins, J. W. (2014). *Marketing Strategy: A Decision-Focused Approach*. Seventh Edition, McGraw-Hill.

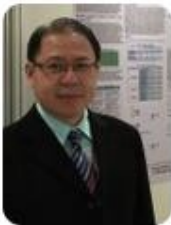
Funding

The authors received no direct funding for this research

To Cite this article

Ramli, Y. (2020). PENGARUH KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP KINERJA BISNIS INDUSTRI PUPUK ORGANIK. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 5(2), 211 - 222

About the Author



Dr. Yanto Ramli, MM adalah seorang dosen tetap di Universitas Mercu Buana di Program Studi Manajemen konsentrasi di Manajemen Pemasaran, Strategik dan Sumber Daya Manusia. Gelas S1 diperoleh di Universitas Methodist Indonesia, Medan di Fakultas Sastra Inggris, gelas Magister Manajemen diperoleh di Universitas Pelita Harapan, Jakarta konsentrasi Manajemen Pemasaran. Gelas doktoral diperoleh di Universitas Padjadjaran, Bandung di Doktor Ilmu Manajemen konsentrasi Manajemen Strategik. Penulis dapat di hubungi di yanto.ramli@mercubuana.ac.id

This page intention to blank...