

**ANALISA PENGARUH DIVERSIFIKASI PRODUK TERHADAP
HASIL PENJUALAN PADA CV. PERMATA TUJUH
DI WONOGIRI**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen
Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Oleh :

**DONIK TRI HARJONO
B 100 990 077**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2004

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

“ANALISA PENGARUH DIVERSIFIKASI PRODUK TERHADAP
HASIL PENJUALAN PADA CV. PERMATA TUJUH DI WONOGIRI”

Yang ditulis oleh DONIK TRI HARJONO, NIM : B 100 990 077

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat
untuk diterima.

Surakarta, Februari 2004

Mengetahui

Pembimbing Utama

Dekan Fakultas Ekonomi

Drs. Wahyono, MA.AK.

Drs. M. Nasir, MM.

MOTTO

Jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar (QS.Al Baqarah: 153)

Doa adalah nanyian hati yang selalu membuka jalan terang kepada singgasana tuhan walaupun terhimpit dalam nyanyian seribu jiwa (Khalil Gibran)

Barangsiapa merintis jalan untuk menuntut ilmu maka Allah akan memudahkan baginya jalan ke surga (HR. Muslim)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan dengan tulus karya yang berarti ini kepada:

1. Kedua orang tuaku yang tercinta yang penuh kasih sayang mendidikku, mencurahkan seluruh doa dan perhatian demi kebahagiaan masa depanku.
2. Kakak-kakakku yang telah memberikan masukan dan perhatian.
3. Adik kecilku Muhammad Lutfi Raharja yang telah memberikan kebahagiaan.
4. Seseorang yang menjadi idaman hatiku yang akan menjadi pendamping dalam hidupku kelak, tetaplah kamu menjadi bintang yang menerangi hidupku.
5. Almamaterku UMS yang telah memberikan ilmu.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan mengucapkan alhamdulillah kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul:

ANALISA PENGARUH DIVERSIFIKASI PRODUK TERHADAP HASIL PENJUALAN PADA CV. PERMATA TUJUH DI WONOGIRI

Skripsi ini disusun dalam rangka melengkapi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonom di UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena pengetahuan dan kemampuan penulis yang terbatas, maka penulis sangat mengharap kritik dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini. Penulis tidak lepas dari berbagai kesulitan dan hambatan yang dihadapi, namun berkat bimbingan, bantuan dan dorongan semangat dari berbagai pihak, maka akhirnya skripsi ini dapat terwujud dan diharapkan dapat berguna bagi pihak yang membutuhkan.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Wahyono, MA.Ak, selaku dekan fakultas ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

2. Bapak Imron Rosyadi, SE.MSi., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Drs. M. Nasir, MM., selaku Dosen Pembimbing Utama yang bersedia meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan serta memberi petunjuk yang berguna bagi pemilik.
4. Ibu Zulfa Irawati selaku pembimbing akademik yang telah memberi bimbingan selama menimba ilmu di Fakultas Ekonomi.
5. Bapak AC. Mochtari, selaku Direktur CV. Permata Tujuh yang telah memberikan izin dan data dalam penelitian sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
6. Segenap staf pengajar dan karyawan jurusan manajemen Fakultas Ekonomi.
7. Bapak dan Ibu, saudara-saudaraku yang telah memberikan keyakinan dan doa yang tiada henti-hentinya.
8. Eko Mulyanto, terima kasih atas persahabatan yang sudah terjalin, semoga sampai kapanpun kita akan selalu bersahabat dan bantuan yang telah kauberikan selama ini.
9. Teman-temanku Manajemen Kelas B angkatan '99, Anang, Ucuk, Fa Hendri, Faisol, Antok, terima kasih atas kebersamaan kita dan persahabatan yang telah kita jalin selama ini.
10. Teman-temanku "ARMA", terima kasih atas kebersamaan, kekompakan dan suka duka kita.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan namanya.

Sebagai akhir kata barang kali memang kita tak bisa menutup mata dan telinga karena dengan hati yang terbuka penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat.

Wassalamualaikum Wr Wb

Surakarta, Februari 2004

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAKSI	xiii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar belakang masalah	1
B. Batasan Masalah.....	3
C. Rumusan Masalah	3
D. Tujuan Penelitian.....	4
E. Manfaat Penelitian.....	4
F. Sistematika Skripsi.....	5
BAB II. LANDASAN TEORI	6
A. Pengertian Pemasaran.....	6
B. Falsafah Pemasaran	7
C. Fungsi Pemasaran.....	9
D. Pengertian Diversifikasi	10
E. Konsep Hasil Penjualan.....	16

BAB III. METODE PENELITIAN	20
A. Kerangka Penelitian	20
B. Hipotesis.....	21
C. Metode Penelitian.....	22
D. Metode Analisa Data	22
BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	28
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	28
1. Sejarah Singkat Perusahaan	28
2. Lokasi Perusahaan.....	29
3. Struktur Organisasi	29
4. Produksi Dan Proses Produksi	32
5. Daerah Pemasaran.....	33
6. Saluran Distribusi.....	34
7. Personalia	34
8. Upah Dan Sistem Penggajian.....	35
9. Promosi	35
B. Hasil Analisa Data.....	36
1. Data	36
2. Analisis Regresi Linear Berganda.....	38
3. Uji t	38
4. Uji F	41
5. Analisis Korelasi Parsial	42
6. Koefisien Determinan	43

BAB V. PENUTUP	44
A. Kesimpulan.....	44
B. Saran-Saran	46

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

4.1 Biaya Diversifikasi Produk CV. Permata 7 Tahun 1998-2002	37
4.2 Volume Penjualan Produk CV. Permata 7 Tahun 1998-2002	37

DAFTAR GAMBAR

II.1. Skema Diversifikasi yang selaras dengan produksi dan penjualan	13
II.2. Skema Diversifikasi yang selaras dengan produksi yang menyimpang dengan penjualan	13
II.3. Skema Diversifikasi yang menyimpang dengan produksi dan selaras dengan penjualan	14
II.4. Skema Diversifikasi yang menyimpang dengan produksi maupun penjualan.....	15
III.1. Skema Kerangka Pemikiran.....	20
IV.1. Skema Organisasi	30

ABSTRAKSI

Sejalan dengan perkembangan dunia usaha yang sangat pesat, dimana sudah menjadi barang atau kebutuhan yang baku dan harus dipenuhi tentu akan menimbulkan suatu persaingan diantara kalangan para pengusaha. Akibatnya setiap perusahaan dituntut untuk melakukan suatu cara ataupun strategi agar perusahaan harus dapat memenuhi keinginan konsumen. Karena konsumen dalam memilih barang sangatlah selektif. Sebagai contoh adalah usaha mebel pada CV. Permata Tujuh di Wonogiri yaitu dalam usaha untuk meningkatkan pemasarannya dengan cara memperbaiki diversifikasi bentuk dan diversifikasi warna produk guna mendapatkan hasil penjualan yang maksimum. Jadi perusahaan harus siap untuk melakukan suatu perubahan pada produknya supaya bisa bersaing di pasar.

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- Untuk mengetahui bagaimana diversifikasi produk khususnya pada penambahan variasi bentuk dan warna dari produk yang lama ke produk yang baru terhadap hasil penjualan pada perusahaan mebel CV. Permata Tujuh Wonogiri.
- Untuk mengetahui menakah diantara diversifikasi produk pada penambahan variasi bentuk dan warna dari produk lama ke produk baru yang paling berpengaruh terhadap hasil penjualan pada perusahaan mebel CV. Permata Tujuh Wonogiri.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah: “Bahwa diversifikasi produk pada bentuk dan diversifikasi produk pada warna produk dapat mempengaruhi dan mempunyai hubungan yang erat terhadap volume penjualan, serta faktor yang paling dominan adalah diversifikasi produk pada bentuk produk”.

Untuk pengumpulan data dalam penelitian ini penulis menggunakan sampel lima tahun terakhir yaitu tahun 1998 sampai tahun 2002 untuk produk almari di perusahaan mebel CV. Permata Tujuh. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, korelasi parsial, koefisien determinasi.

Setelah data diolah diperoleh persamaan regresi $Y = -100.000.000 + 11,041 X_1 + 16,465 X_2$. Dari hasil uji t yaitu pengujian diversifikasi bentuk produk terhadap hasil penjualan diperoleh hasil $4,574 > 3,182$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima berarti ada pengaruh yang signifikan, pengujian antara diversifikasi warna produk terhadap hasil penjualan mebel diperoleh $4,392 > 3,182$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima berarti ada pengaruh yang signifikan.

Dari hasil uji F yaitu pengujian diversifikasi bentuk produk dan diversifikasi warna produk terhadap hasil penjualan diperoleh hasil $176,487 > 10,1$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima berarti ada pengaruh yang signifikan.

Dari analisis koefisien korelasi antara diversifikasi bentuk produk dengan hasil penjualan diperoleh hasil 0,970. Hal ini menunjukkan bahwa antara diversifikasi bentuk produk dengan hasil penjualan terdapat hubungan yang sangat kuat. Sedangkan hasil koefisien korelasi antara diversifikasi warna produk dengan hasil penjualan yaitu 0,967. Hal ini menunjukkan bahwa antara

diversifikasi warna produk dengan hasil penjualan terdapat hubungan yang sangat kuat.

Hasil perhitungan analisis koefisien determinasi untuk variabel diversifikasi bentuk produk (X_1) dan diversifikasi warna produk (X_2) diperoleh bentuk produk (X_1) dan diversifikasi warna produk (X_2) diperoleh nilai sebesar 0,994 atau 99,4% berarti bahwa variasi total variabel dependen dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen sebesar 99,4% sedangkan sisanya 0,06% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model.

Berdasarkan hasil analisis maka hipotesis yang penulis kemukakan bahwa diversifikasi bentuk dan warna mempunyai pengaruh signifikan positif dan faktor yang paling dominan pengaruhnya adalah diversifikasi bentuk produk telah terbukti kebenarannya.

Surakarta, Februari 2004

Pembimbing Utama

(Drs. M. Nasir, MM.)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

(Drs. Wahyono, AK.MA.)