

STRATEGI MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN FRUIT COCKTAIL  
DI PT. KOKI INDOCAN PANDAAN PASURUAN

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

RETNO ARDILA  
NPM.0924010026

Kepada

FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
SURABAYA  
2013

SKRIPSI

STRATEGI MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN FRUIT COCKTAIL  
DI PT. KOKI INDOCAN PANDAAN PASURUAN

Disusun oleh :

RETNO ARDILA  
NPM : 0924010026

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
pada tanggal 28 Desember 2012

Menyetujui,

Pembimbing :

1. Pembimbing Utama :

Dr. Ir. EKO NURHADI, MS

2. Pembimbing Pendamping

Dr. Ir. A RACHMAN WALIULU. SU

Tim Dosen Penguji,

1. Ketua

Dr. Ir. EKO NURHADI, MS

2. Sekretaris

Prof. Dr. Ir. Syarif Imam. H, MM

3. Anggota

Dr. Ir. Endang Yektiningsih, MP

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian

Ketua Pogram Studi Agribisnis

Dr. Ir. RAMDAN HIDAYAT, MS  
NIP. 19620205 198703 1005

Dr. Ir EKO NURHADI, MS  
NIP. 19570214 198703 1001

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Strategi Meningkatkan Volume Penjualan Fruit Cocktail PT. Koki Indocan Pandaan Pasuruan ”

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapat gelar Sarjana Pertanian dari Program Studi Agribisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam hal ini penulis menyadari bahwa segala keberhasilan dan kesuksesan sebagai makhluk yang diciptakan tidak terlepas dari sang khaliq dan juga tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada bapak Dr. Ir. Eko Nurhadi, MS selaku dosen pembimbing utama dan kepada bapak Dr. Ir. A Rachman Waliulu, SU selaku dosen pendamping yang telah memberikan waktu dan bimbingannya kepada penulis. dan penulis juga ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Ramdan Hidayat, MS, selaku Dekan Fakultas Pertanian UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Ir. Eko Nurhadi, MS, selaku Ketua Program Studi Agribisnis.
3. Bapak Budi Christanto, selaku Direktur perusahaan PT. Koki Indocan Pandaan Pasuruan.
4. Bapak Putut Purgiantara, selaku Ka. Personalia dan Umum PT. Koki Indocan Pandaan Pasuruan.
5. Bapak Prof. Dr. Ir. Syarif Imam Hidayat, MM dan Ibu Dr. Ir. Endang Yektiningsih, MP selaku dosen penguji.

6. Seluruh Keluarga serta semua pihak yang memberikan dorongan baik moral maupun materil.
7. Serta teman – teman senasib dan seperjuangan yang telah membantu dalam proses pembuatan proposal penelitian.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak terdapat kekurangan. Untuk itu penulis harapkan kepada pembaca, kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi meningkatkan ilmu pengetahuan.

Surabaya, Januari 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	
RINGKASAN	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN .....	viii
I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Tujuan dan Manfaat.....	7
D. Batasan Masalah.....	8
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Penelitian Terdahulu.....	9
B. Pemasaran.....	13
C. Penjualan .....	18
D. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan.....	21
E. Strategi Penjualan .....	29
F. Analisis Trend dan Analisis Regresi Linier Berganda .....	33
G. Analisis SWOT .....	35
III. KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS .....	45
A. Kerangka Pemikiran .....	45

B. Hipotesis.....	46
IV. METODE PENELITIAN.....	47
A. Penentuan Objek Penelitian .....	47
B. Penentuan Responden .....	47
C. Pengumpulan Data.....	48
D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	49
E. Analisis Data .....	52
V. KEADAAN UMUM PERUSAHAAN .....	65
A. Sejarah Perusahaan .....	65
B. Bentuk Badan Hukum dan Perjanjian .....	66
C. Lokasi Perusahaan.....	66
D. Visi dan Misi Perusahaan .....	57
E. Struktur Organisasi Perusahaan.....	68
F. Bidang Usaha.....	72
G. Ketenagakerjaan Perusahaan .....	73
H. Mesin dan Alat Produksi .....	74
I. Proses Produksi Fruit Cocktail.....	75
VI. HASIL DAN PEMBAHASAN .....	84
A. Perkembangan Volume Penjualan Fruit Cocktail di PT. Koki Indocan .....	84
B. Alternatif Strategi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Fruit Cocktail .....	87
1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan Fruit Cocktail .....	87
2. Analisis Faktor Internal dan Eksternal PT. Koki Indocan .....	96
3. Perumusan Alternatif Strategi .....	121

VII. KESIMPULAN DAN SARAN .....	124
A. Kesimpulan.....	124
B. Saran .....	124
DAFTAR PUSTAKA .....	126

## DAFTAR TABEL

No.	<u>Judul</u>	Halaman
1.	Perkembangan Volume Penjualan Produk Fruit Cocktaildi PT. Koki Indocan Pandaan Pasuruan.....	5
2.	Perbedaan Antara Penjualan dan Pemasaran .....	20
3.	Matrik SWOT .....	38
4.	Faktor – Faktor Strategi Internal PT. Koki Indocan Pandaan Pasuruan	59
5.	Faktor – Faktor Strategi Eksternal PT. Koki Indocan Pandaan Pasuruan	60
6.	Matrik Alternatif Strategi SWOT .....	63
7.	Jumlah Tenaga Kerja PT. Koki Indocan Tahun 2012 .....	74
8.	Daftar Mesin dan Alat-Alat Produksi PT. Koki Indocan .....	75
9.	Waktu Perendaman dan Jenis Larutan Untuk Buah-Buahan yang Dikalengkan .....	78
10.	Waktu Blanching dan Suhu Pada Pengalengan Buah .....	79
11.	Perkembangan Volume Penjualan Fruit CocktailPT. Koki Indocan Periode 2007-2011 .....	85
12.	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	88
13.	Matrik Pembobotan, Rating, dan Skor Untuk Faktor Internal PT. Koki Indocan .....	97
14.	Matik Pembobotan, Rating, dan Skor Untuk Faktor Eksternal PT. Koki Indocan .....	104
15.	Evaluasi Internal dan Eksternal .....	112
16.	Matrik SWOT PT. Koki Indocan .....	114
17.	Matrik Pembobotan Analisis .....	117
18.	Alternatif Strategi Regresi Linier Berganda dan SWOT .....	121



## DAFTAR GAMBAR

No.	<u>Judul</u>	Halaman
1.	Kerangka Penelitian Strategi Peningkatan Volume Penjualan Fruit Cocktail PT. Koki Indocan Pandaan Pasuruan.....	44
2.	Alternatif Strategi Peningkatan Volume Penjualan Fruit Coctail PT. Koki Indocan Pandaan Pasuruan.....	61
3.	Struktur Organisasi PT. Koki Indocan .....	69
4.	Proses Produksi Fruit Cocktail di PT. Koki Indocan .....	76
5.	Produk Jadi Fruit Cocktail .....	83
6.	Perkembangan Volume Penjualan Fruit Cocktail di PT. Koki Indocan Pandaan Pasuruan Tahun 2007-2011 .....	86
7.	Posisi Strategi Peningkatan Volume Penjualan Fruit Cocktail di PT. Koki Indocan .....	118
8.	Diversifikasi Produk Fruit Cocktail PT. Koki Indocan .....	119

## DAFTAR LAMPIRAN

No.	<u>Judul</u>	Halaman
1.	Data Primer PT. Koki Indocan Per Catur Wulan Tahun 2007-2011 .....	129
2.	Hasil Perhitungan Trend Linier .....	130
3.	Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda .....	132
4.	Pembobotan Faktor-Faktor Kekuatan PT. Koki Indocan Pandaan Pasuruan .....	134
5.	Pembobotan Faktor-Faktor Kelemahan PT. Koki Indocan Pandaan Pasuruan .....	135
6.	Pembobotan Faktor-Faktor Peluang PT. Koki Indocan Pandaan Pasuruan .....	136
7.	Pembobotan Faktor-Faktor Ancaman PT. Koki Indocan Pandaan Pasuruan .....	137
8.	Menentukan Nilai Kepentingan Faktor-Faktor Kekuatan PT. Koki Indocan Pandaan Pasuruan.....	138
9.	Menentukan Rating Faktor-Faktor Kekuatan PT. Koki Indocan Pandaan Pasuruan .....	139
10.	Menentukan Nilai Kepentingan Faktor-Faktor Kelemahan PT. Koki Indocan Pandaan Pasuruan.....	140
11.	Menentukan Rating Faktor-Faktor Kelemahan PT. Koki Indocan Pandaan Pasuruan .....	141
12.	Menentukan Nilai Kepentingan Faktor-Faktor Peluang PT. Koki Indocan Pandaan Pasuruan.....	142
13.	Menentukan Rating Faktor-Faktor Peluang PT. Koki Indocan Pandaan Pasuruan .....	143
14.	Menentukan Nilai Kepentingan Faktor-Faktor Ancaman PT. Koki Indocan Pandaan Pasuruan.....	144

15. Menentukan Rating Faktor-Faktor Ancaman PT. Koki Indocan Pandaan Pasuruan .....	145
16. Analisis SWOT PT. Koki Indocan Pandaan Pasuruan.....	146
17. Persamaan Garis Melalui Titik .....	147
18. Posisi PT. Koki Indocan Pandaan Pasuruan Berdasarkan Analisis SWOT.....	149
19. Koesioner Penelitian .....	150

## RINGKASAN

Untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat, PT. Koki Indocan dituntut untuk mampu menyusun suatu strategi bersaing dalam upaya memenangkan persaingan yang semakin lama semakin meningkat. Dengan strategi bersaing yang tangguh perusahaan akan mampu merebut atau mempertahankan posisi perusahaan yang terbaik didalam pasar untuk mencapai tujuannya. Tujuan skripsi ini adalah untuk menganalisis perkembangan volume penjualan fruit cocktail PT. Koki Indocan Pandaan Pasuruan per catur wulan dari tahun 2007 sampai dengan 2011 dan menentukan alternatif strategi untuk meningkatkan volume penjualan fruit cocktail di PT. Koki Indocan. penentuan responden dilakukan secara purposive, Responden yang dipilih dalam penelitian ini adalah 5 orang diantaranya kepala bagian produksi, kepala bagian pemasaran, kepala bagian keuangan, kepala bagian personalia, dan kepala bagian quality control. Untuk mencapai tujuan pertama yaitu digunakan analisis perkembangan volume penjualan fruit cocktail PT. Koki Indocan Pandaan Pasuruan per catur wulan dari tahun 2007 sampai dengan 2011, dengan digunakan analisis trend linier. Untuk mencapai tujuan kedua yaitu menentukan alternatif strategi untuk meningkatkan volume penjualan fruit cocktail di PT. Koki Indocan, digunakan 2 analisis yaitu analisis regresi linier berganda dan analisis SWOT yang diharapkan saling melengkapi.

Perkembangan volume penjualan fruit cocktail di PT. Koki Indocan Selama 5 tahun terakhir per catur wulan volume penjualan produk fruit cocktail tidak stabil dan cenderung menurun. penurunan volume penjualan fruit cocktail nilai a sebesar 32847,866667 artinya yaitu nilai rata-rata volume penjualan fruit cocktail tiap tahunnya per catur wulan dari tahun 2007-2011 yaitu sebesar 32847,866667 unit. Sedangkan nilai b sebesar - 204,453571 artinya yaitu nilai rata-rata penurunan volume penjualan fruit cocktail tiap tahunnya per catur wulan dari tahun 2007 -2011 yaitu sebesar - 204,453571 unit. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda, Faktor yang berpengaruh positif terhadap volume penjualan fruit cocktail di PT. Koki Indocan, jumlah produksi, biaya kualitas produk, penerapan ISO. Faktor yang berpengaruh negatif terhadap volume penjualan fruit cocktail di PT. Koki Indocan, harga produk per unit dan faktor yang tidak berpengaruh terhadap volume penjualan fruit cocktail di PT. Koki Indocan, biaya promosi penjualan, biaya pemasaran. Hasil analisis SWOT adalah menjaga kualitas produk agar tidak kalah bersaing, meningkatkan diversifikasi produk agar tidak kalah bersaing dan dapat memperluas segmen pasar dan penetapan harga yang kompetitif untuk menghadapi persaingan. Dari hasil analisis maka dapat disimpulkan bahwa Perkembangan volume penjualan produk fruit cocktail di PT. Koki Indocan mengalami penurunan, dengan nilai rata-rata penurunan volume penjualan fruit cocktail tiap tahunnya per catur wulan dari Tahun 2007 -2011 yaitu sebesar - 204,453571 unit. Alternatif strategi perusahaan dalam rangka peningkatan volume penjualan adalah strategi diversifikasi antara lain : Menjaga kualitas produk agar tidak kalah bersaing, meningkatkan diversifikasi produk agar dapat memperluas segmen pasar, penetapan harga yang kompetitif untuk menghadapi persaingan.

## ABSTRAK

Tujuan skripsi ini adalah untuk menganalisis perkembangan volume penjualan fruit cocktail PT. Koki Indocan Pandaan Pasuruan per catur wulan dari tahun 2007 sampai dengan 2011 dan menentukan alternatif strategi untuk meningkatkan volume penjualan fruit cocktail di PT. Koki Indocan. Untuk mencapai tujuan pertama yaitu digunakan analisis trend linier. Untuk mencapai tujuan kedua digunakan 2 analisis yaitu analisis regresi linier berganda dan analisis SWOT yang diharapkan saling melengkapi. Perkembangan volume penjualan fruit cocktail tidak stabil dan cenderung menurun. nilai rata-rata penurunan volume penjualan fruit cocktail tiap tahunnya per catur wulan dari tahun 2007 -2011 yaitu sebesar -204,453571 unit. Dari hasil analisis regresi linier berganda dan hasil analisis SWOT dapat dirumuskan alternatif strategi, 1) menjaga kualitas produk agar tidak kalah bersaing, 2) meningkatkan diversifikasi produk agar tidak kalah bersaing dan dapat memperluas segmen pasar dan 3) penetapan harga yang kompetitif untuk menghadapi persaingan.

Kata kunci : strategi meningkatkan volume penjualan fruit cocktail

## ABSTRACT

The purpose of this thesis is to analyze the development of sales volumes fruit cocktail PT. Koki Indocan Pandaan Pasuruan per quarter from 2007 to 2011 and determine alternative strategies to increase sales volume in fruit cocktail PT. Koki Indocan. To achieve the first objective is to use the linear trend analysis. To achieve the second objective digunakan 2 analysis, linear regression analysis and SWOT analysis are expected to complement each other. The development of sales volumes fruit cocktail unstable and tends to decrease. average decrease in the sales volume of each fruit cocktail him a quarter of the year 2007 -2011 is equal -204.453571 unit. From the results of linear regression analysis and the results of the SWOT analysis berganda be formulated strategic alternatives, 1) maintain the quality of the product so as not to compete, 2) increase the diversity of products that can not compete and expand market segments, and 3) competitive pricing to beat the competition.

Keywords: strategies to increase sales volume fruit cocktail

## RIWAYAT HIDUP



Penulis lahir di Desa Jebeng,  
Kecamatan Slahung, Kabupaten  
Ponorogo, Provinsi Jawa Timur  
pada tanggal 5 Agustus 1990, putri  
pertama dari Bapak Kardi dengan  
Ibu Niken Nurnaningsih.

Pendidikan Sekolah Dasar di SDN 1 JEBENG PONOROGO dan lulus pada tahun 2003, kemudian melanjutkan ke MTS. DARUL FATTAH PONOROGO dan lulus pada tahun 2006 serta menyelesaikan sekolah di MAN 1 PONOROGO lulus pada tahun 2009, kesemuanya di kota Ponorogo. Selanjutnya pada Tahun 2009 pula penulis melanjutkan pendidikan di Kota Surabaya di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur Fakultas Pertanian Program Studi Agribisnis. Penulis pada tanggal 15 Januari 2013 memperoleh gelar Sarjana Pertanian setelah mempertahankan skripsi yang berjudul " Strategi Meningkatkan Volume Penjualan *Fruit Cocktail* Di PT. Koki Indocan Pandaan Pasuruan".

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Dalam berbagai usaha bisnis yang berkembang saat ini, baik yang menghasilkan barang maupun jasa, peran penjualan sangatlah penting karena merupakan salah satu ujung tombak keberhasilan suatu bisnis. Artinya, penjualan merupakan salah satu faktor penting yang menjamin kelangsungan hidup suatu perusahaan dimana dengan meningkatkan volume penjualan yang nantinya akan meningkatkan keuntungan perusahaan (Prawirosentono, 2001).

Setiap perusahaan yang sejenis akan saling mengungguli dan saling mengembangkan hasil produksinya dengan harapan dapat lebih berkualitas dari para pesaingnya. Pengembangan hasil produksi diharapkan dapat memenangkan persaingan dengan merekrut pangsa pasar konsumen dan dapat meningkatkan volume penjualan sesuai dengan yang diharapkan. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi tercapainya volume penjualan. Oleh karena itu, perusahaan harus benar-benar selektif dalam memasarkan suatu produknya. Karena, apabila produk yang dipasarkan tidak sesuai dengan selera konsumen maka perusahaan harus bersiap untuk menerima resiko menjadi rugi (Gitosudarmo, 2000).

Untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat, pimpinan perusahaan dituntut untuk mampu menyusun suatu strategi bersaing dalam upaya memenangkan persaingan yang semakin lama semakin meningkat. Strategi bersaing adalah mengembangkan bagaimana bisnis akan bersaing, apa yang seharusnya menjadi tujuannya serta kebijaksanaan yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Agar dapat bersaing dengan produk pesaing, perusahaan melaksanakan teknik-teknik pemasaran yang baik dalam penetapan produk,

penetapan harga, pelaksanaan promosi maupun penyaluran produk atau distribusi. Selain itu juga dibutuhkan seorang menejer yang mempunyai kemampuan untuk dapat melihat dengan jeli dan berpikir secara tajam terhadap setiap kekuatan dan kelemahan yang bersumber dari dalam perusahaan itu sendiri serta ancaman dan kesempatan atau peluang yang bersumber dari lingkungan perusahaan. Dengan strategi bersaing yang tangguh perusahaan akan mampu merebut atau mempertahankan posisi perusahaan yang terbaik didalam pasar untuk mencapai tujuannya (Purnomo, 2001).

Meningkatnya kebutuhan masyarakat akan pangan instan yang bernilai gizi tinggi, maka banyak perusahaan yang bergerak dibidang industri pengalengan makanan mulai bermunculan. Diantara sekian banyak perusahaan yang bergerak dibidang industri makanan, salah satunya adalah PT. Koki Indocan. Perusahaan ini bergerak dibidang pengalengan makanan dan makanan dalam kemasan, terutama makanan dengan citarasa Indonesia.

PT. Koki Indocan merupakan perusahaan pengalengan pertama di Indonesia yang memproduksi buah-buahan segar seperti pepaya, semangka, nanas, labu siam, kolang kaling dan bengkuang, yang diawetkan dalam kemasan kaleng untuk konsumsi kalangan TNI, POLRI, dan masyarakat umum. Penjualan produk yang dihasilkan di PT. Koki Indocan dilakukan secara langsung dengan cara distributor. Penjualan dengan distributor dilakukan untuk kota-kota besar seperti Jakarta, Yogyakarta, dan daerah-daerah lain diluar Jawa. Untuk penjualan langsung dilakukan untuk daerah Surabaya, Malang, dan kota-kota lain disekitar perusahaan. Kurang lebih 60 % dari wilayah Indonesia sudah menjadi daerah distribusi dari produk makanan kaleng yang diolah PT. Koki Indocan.



Penjualan produk ini juga bergantung pada distributor-distributor yang menyebar dimasing-masing daerah di wilayah pemasaran. Saluran distribusi menggerakkan barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Untuk memecahkan kesenjangan utama seperti waktu, dan tempat. Anggota saluran distribusi melakukan beberapa fungsi kunci, antara lain Informasi : mengumpulkan dan mendistribusikan riset pemasaran dan informasi tentang faktor-faktor dan kekuatan dalam lingkungan pemasaran yang dibutuhkan untuk merencanakan dan membantu terjadinya pertukaran. Promosi : mengembangkan dan menyebarluaskan komunikasi persuasif berkenaan dengan suatu penawaran dan negosiasi : mencapai suatu kesepakatan atas harga dan kondisi lain dari penawaran sehingga kepemilikan dapat berpindah ( Kotler & Armstrong, 2001 )

Penelitian ini dilakukan atas pertimbangan pentingnya kegiatan penjualan di suatu perusahaan, tetapi kegiatan penjualan tidak selamanya berjalan dengan baik karena pasti adanya permasalahan-permasalahan yang muncul, salah satu permasalahan di PT. Koki Indocan yaitu mengalami volume penjualan produk fruit cocktail yang tidak stabil dan cenderung menurun, apabila penurunan volume penjualan terus berkelanjutan maka akan mempengaruhi pendapatan perusahaan menjadi turun. Apabila pendapatan perusahaan semakin menurun maka akan berdampak pada kerugian. Untuk mengantisipasi terjadinya kerugian perusahaan, maka penelitian ini penting untuk dilakukan untuk mengetahui perkembangan volume penjualan fruit cocktail dari tahun 2007 sampai dengan 2011 per catur wulan, faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan fruit cocktail, dan merumuskan alternatif strategi yang tepat untuk meningkatkan volume penjualan fruit cocktail di PT. Koki Indocan.

## B. Perumusan Masalah

Pada prinsipnya setiap perusahaan akan memerlukan penjualan dari hasil produksinya. Penjualan merupakan kegiatan terakhir dari suatu usaha oleh karena itu harus dapat memahami strategi dengan baik. Dalam kegiatan penjualan PT. Koki Indocan selalu berusaha memenuhi tingkat penjualan setiap tahunnya untuk memenuhi kebutuhan konsumen. PT. Koki Indocan menjual hasil produknya melalui distributor-distributor untuk mempermudah jalannya pemasaran, karena setiap perusahaan pasti ingin mempertahankan produk yang dihasilkannya dan menginginkan volume penjualan yang semakin meningkat.

Tetapi sejauh ini produk fruit cocktail khususnya produksi dari PT. koki Indocan mengalami volume penjualan yang tidak stabil dan cenderung menurun. Ketidak stabilan volume penjualan dapat diketahui dari data primer dan sekunder yang di peroleh dari perusahaan sebagai berikut:

Tabel 1. Perkembangan Volume Penjualan Fruit Cocktail PT. Koki Indocan, Periode 2007-2011

No	Tahun	Catur wulan	Jumlah Penjualan (unit)	Peningkatan (+/-)
1	2007	Catur wulan 1	32.386	0
2		Catur wulan 2	31.495	-891
3		Catur wulan 3	30.622	-873
4	2008	Catur wulan 1	26.991	-3631
5		Catur wulan 2	27.666	675
6		Catur wulan 3	28.342	676
7	2009	Catur wulan 1	37.632	9290
8		Catur wulan 2	38.286	654
9		Catur wulan 3	38.941	655
10	2010	Catur wulan 1	38.100	-841
11		Catur wulan 2	35.240	-2860
12		Catur wulan 3	35.143	-97
13	2011	Catur wulan 1	31.264	-3879
14		Catur wulan 2	30.716	-548
15		Catur wulan 3	29.894	-822

Sumber: PT. Koki Indocan, 2012

Dari Tabel 1. dapat diketahui volume penjualan produk fruit cocktail PT. Koki Indocan dari tahun 2007 sampai tahun 2011 per catur wulan mengalami volume penjualan yang tidak stabil pada catur wulan tertentu mengalami peningkatan volume penjualan dan pada catur wulan tertentu pula mengalami penurunan volume penjualan, tetapi dilihat dari data pada tabel 1 volume penjualan fruit cocktail cenderung mengalami penurunan volume penjualan, rata-rata penurunan volume penjualan sebesar 204 unit per catur wulan.

Jaluanto dan Dyah (2011). menyebutkan bahwa didalam perusahaan, naik turunnya volume penjualan akan sangat berpengaruh terhadap perkembangan dan kelangsungan hidup produk yang dipasarkan. Apabila perusahaan mengalami kenaikan hasil penjualan maka produk akan dapat semakin berkembang dan akan mendapat tempat dalam pasar konsumen, demikian sebaliknya apabila perusahaan terus mengalami penurunan hasil penjualan, maka produk tidak dapat berkembang sehingga pendapatan perusahaan akan menurun dan akan berdampak pada kerugian perusahaan, dan Machyudi (2009) menyebutkan bahwa, suatu perusahaan dihadapkan dengan permasalahan volume penjualan yang semakin hari semakin menurun bahkan bisa terjadi perusahaan mengalami kerugian yang diakibatkan oleh banyaknya produk-produk yang sama dan mempunyai tujuan pemakaian yang sama.

Menurunnya volume penjualan fruit cocktail PT. Koki Indocan karena beberapa sebab antara lain, jumlah produksi, harga produk, biaya promosi penjualan, biaya kualitas produk, biaya pemasaran dan penerapan ISO. Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana perkembangan volume penjualan produk fruit cocktail di PT. Koki Indocan Pandaan Pasuruan per catur wulan dari tahun 2007 sampai dengan 2011?
2. Alternatif strategi apakah yang ditentukan untuk meningkatkan volume penjualan fruit cocktail PT. Koki Indocan?

### C. Tujuan dan manfaat

#### 1. Tujuan

- a. Menganalisis perkembangan volume penjualan fruit cocktail PT. Koki Indocan Pandaan Pasuruan per catur wulan dari tahun 2007 sampai dengan 2011.
- b. Menentukan alternatif strategi untuk meningkatkan volume penjualan fruit cocktail di PT. Koki Indocan.

#### 2. Manfaat

- a. Perkembangan penelitian yang akan datang  
Dengan disusunnya penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu pengetahuan serta dapat menjadi bahan studi perbandingan bagi penulis dimasa yang akan datang.
- b. Perkembangan Teori  
Dengan penyusunan penelitian ini penulis mendapat manfaat yaitu sebagai penerapan dan perbandingan dengan teori-teori yang pernah penulis terima dibangku kuliah terhadap kenyataan yang sebenarnya.
- c. Perkembangan Kebijakan  
Dengan disusunnya penelitian ini, pihak perusahaan dapat mempergunakannya sebagai dasar pertimbangan dan masukan informasi guna mencapai hasil volume penjualan yang diharapkan oleh pihak

perusahaan khususnya pada bidang pemasaran produk fruit cocktail, dan dengan disusunnya skripsi ini diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah bahan pustaka (literatur) di perpustakaan.

#### D. Batasan Masalah

1. Untuk mengetahui perkembangan volume penjualan fruit cocktail PT. Koki Indocan menggunakan data per catur wulan dari tahun 2007 sampai 2011 dengan menggunakan analisis trend, dan untuk menentukan alternatif strategi untuk meningkatkan volume penjualan menggunakan analisis regresi linier berganda dan analisis SWOT.
2. Data yang digunakan meliputi faktor internal dan eksternal perusahaan antara lain jumlah produksi, harga produk, biaya promosi penjualan, biaya kualitas produk, biaya pemasaran dan penerapan ISO yang mempengaruhi volume penjualan produk fruit cocktail PT. Koki Indocan.
3. Obyek penelitian adalah usaha pengalengan buah menjadi produk jadi fruit cocktail di PT. Koki Indocan di Jalan Pahlawan Tawi No1 Desa Karang Jati, Pandaan, Pasuruan.