

**ANALISIS PENJUALAN SEBAGAI ALAT UNTUK MENINGKATKAN  
VOLUME PENJUALAN PADA PERUSAHAAN MAKANAN RINGAN  
GEMPOL, NGUNUT - TULUNGAGUNG**

**SKRIPSI**

**Diajukan Guna Memenuhi Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi  
Universitas Katolik Widya Karya Malang**



**DISUSUN OLEH :**

**SHIERLY SEPTIKAWATI ONGKOWIJOYO**

**200811041**

**JURUSAN AKUNTANSI**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG**

**2012**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Shierly Septikawati Ongkowijoyo  
NIM : 200811041  
Universitas : Katolik Widya Karya Malang  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Akuntansi  
Judul : ANALISIS PENJUALAN SEBAGAI ALAT UNTUK  
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA  
PERUSAHAAN MAKANAN RINGAN GEMPOL,  
NGUNUT-TULUNGAGUNG

Malang, Juli 2012

DISETUJUI DAN DITERIMA

Pembimbing I

Pembimbing II

Dra. Lis Lestari S.,M.Si

Dra. Silvia Indrarini, M.M, Ak

NIK : 188011

NIK : 193027

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Akuntansi

Dra. Silvia Indrarini, M.M, Ak

Dra. Lis Lestari S., M. Si

NIK : 193027

NIK : 188011

# PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

Skripsi yang berjudul :

ANALISIS PENJUALAN SEBAGAI ALAT UNTUK MENINGKATKAN  
VOLUME PENJUALAN PADA PERUSAHAAN MAKANAN RINGAN  
GEMPOL, NGUNUT-TULUNGAGUNG

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Shierly Septikawati Ongkowijoyo

NIM : 200811041

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas ekonomi  
Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal 5 Juli 2012 dan telah  
memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi Strata Satu (S1)

Disahkan oleh :

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Katolik Widya Malang

Dra. Silvia Indrarini, M.M, Ak

NIK : 193027

Dewan Penguji :

Tanda Tangan :

1. Dra. Lis Lestari S., M.Si .....
2. Dra. Silvia Indrarini, M.M, Ak .....
3. Dra. M.A.F Suprapti, M.M .....

# PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “ Analisis Penjualan Sebagai Alat Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Makanan Ringan gempol, Ngunut-Tulungagung”, merupakan karya tulis asli dari :

Nama : Shierly Septikawati Ongkowijoyo  
NIM : 200811041  
Jurusan : Akuntansi  
Fakultas : Ekonomi  
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang

Demikian Surat keterangan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila terdapat kekeliruan saya bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Malang, Juli 2012

Shierly Septikawati Ongkowijoyo

DISETUJUI DAN DITERIMA

Pembimbing I

Pembimbing II

Dra. Lis Lestari S.,M.Si

Dra. Silvia Indrarini, M.M, Ak

NIK : 188011

NIK : 193027

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Akuntansi

Dra. Silvia Indrarini, M.M, Ak

Dra. Lis Lestari S., M. Si

NIK : 193027

NIK : 188011

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Shierly Septikawati Ongkowijoyo

NIM : 200811041

Universitas : Katolik Widya Karya Malang

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Akuntansi

Tempat, tanggal lahir : Blitar, 15 September 1990

Alamat : Jalan Sudanco Harjono no. 08 Blitar

Nama Orang Tua : Hendri Setiawan Ongkowijoyo  
Erna Linggawati

Pendidikan : - Lulus TKK Yos Soedarso Blitar Tahun 1996  
- Lulus SDK Santa Maria Blitar Tahun 2002  
- Lulus SMPK Yos Soedarso Blitar Tahun 2005  
- Lulus SMAK Diponegoro Blitar Tahun 2008  
- Terdaftar Sebagai Mahasiswa Jurusan Akuntansi  
Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya  
Malang tahun 2008

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan auferah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “ANALISIS PENJUALAN SEBAGAI ALAT UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PERUSAHAAN MAKANAN RINGAN GEMPOL, NGUNUT – TULUNGAGUNG”.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik berkat bantuan pihak-pihak secara langsung berhubungan dengan penyelesaian skripsi ini. Oleh karena kesempatan ini penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada :

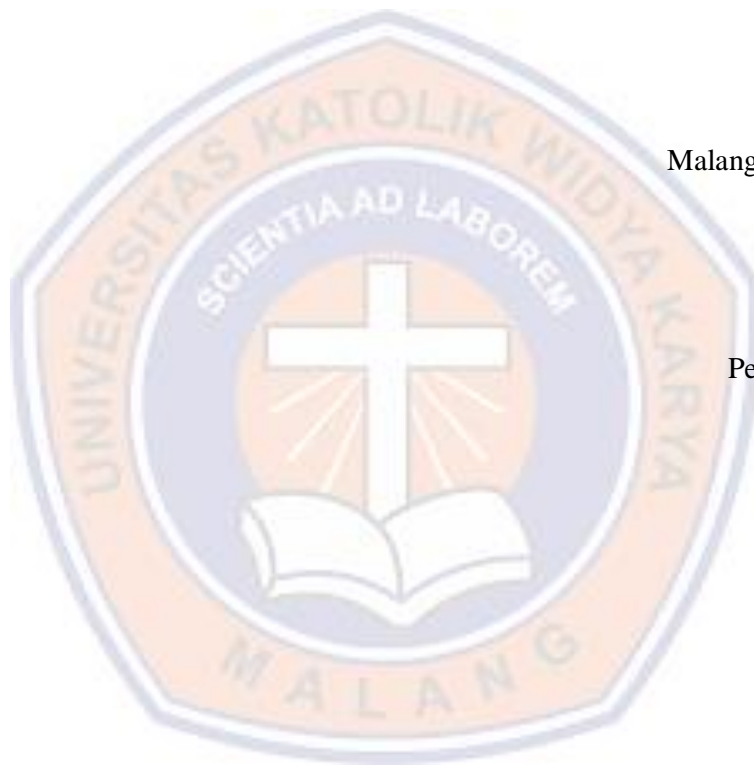
1. Ibu Dra.Lis Lestari S.,M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktunya dalam mengarahkan dan membimbing penulis hingga akhir penyusunan skripsi.
2. Ibu Dra. Silvia Indrarini, M.M, AK, selaku dosen pembimbing II yang dengan sabar memberikan petunjuk serta bimbingan kepada penulis hingga akhir penyusunan skripsi.
3. Bapak Mulyadi selaku pimpinan perusahaan makanan ringan Gempol, Ngunut-Tulungagung yang telah memberikan ijin atas penelitian dan memberikan data-data yang diperlukan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis selama berkuliah di Universitas Katolik Widya Karya Malang.

# PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan yang harus dibenahi, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca demi penyempurnaan skripsi ini. Penulis juga berharap agar skripsi ini dapat menambah wacana baru bagi semua pembaca skripsi ini.

Akhir kata penulis mengucapkan banyak terima kasih atas dukungan dan arahan dari semua pihak.

Malang, Juli 2012



Penulis

**DAFTAR ISI**

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN SURAT KETERANGAN PENELITIAN.....	iv
HALAMAN PENYERTAAN BEBAS PLAGIAT.....	v
HALAMAN RIWAYAT HIDUP.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAKSI.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	3
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	5
A. Penelitian Terdahulu.....	5
B. Teori.....	7
1. Pengertian Analisis.....	7
2. Penjualan.....	7
a) Pengertian Penjualan.....	7
b) Faktor-faktor yang memengaruhi kegiatan penjualan.....	8
c) Tujuan Penjualan.....	10
d) Strategi Penjualan.....	11
e) Metode Penjualan.....	12



# PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

f) Jenis-jenis Penjualan.....	13
g) Langkah-langkah dalam proses penjualan.....	14
h) Proses Penjualan.....	16
3. Analisis Penjualan.....	17
4. Pengelolaan Penjualan.....	18
a) Pengertian Pengelolaan Penjualan.....	19
b) Masalah-masalah pengelolaan penjualan.....	19
5. Perencanaan Penjualan.....	21
6. Peran Promosi Penjualan.....	22
7. Faktor-faktor yang memengaruhi turunnya penjualan.....	22
8. Volume penjualan.....	23
a) Pengertian Volume Penjualan.....	23
b) Faktor-faktor yang memengaruhi volume penjualan.....	24
9. Analisis Trend.....	24
a) Pengertian Analisis Trend.....	24
b) Pengertian Metode Least Square.....	25
10. Analisis Selisih Kuantitas Penjualan.....	26
11. Harga Jual.....	27
a) Pengertian Harga Jual.....	27
b) Rumus Perhitungan Harga Jual Per Unit.....	27
C. Kerangka Pikir.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
A. Metode Penelitian.....	30
1. Jenis Penelitian.....	30
2. Ruang Lingkup Penelitian.....	30
3. Lokasi Penelitian.....	30
4. Sumber Data.....	31
5. Jenis Data.....	31

# PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

6. Metode dan Teknik Pengumpulan Data.....	31
7. Metode Analisis Data.....	32
BAB IV ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA.....	34
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	34
1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	34
2. Struktur Organisasi Perusahaan.....	35
3. Kondisi Perusahaan Secara Umum.....	38
4. Produksi dan Proses Produksi.....	41
5. Mesin dan Peralatan Produksi.....	45
6. Hasil Produksi.....	46
7. Biaya Produksi.....	46
8. Daerah Pemasaran.....	46
B. Penyajian Data Penelitian.....	47
C. Analisis dan Interpretasi Data.....	55
1. Permasalahan.....	55
2. Pemecahan Masalah.....	56
3. Hasil-hasil yang Diharapkan.....	85
BAB V PENUTUP.....	86
A. Simpulan.....	86
B. Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	88

**DAFTAR TABEL**

Tabel IV.1 Pengaturan jam kerja.....	43
Tabel VI.2 Jumlah dan kualitas karyawan.....	44
Tabel VI.3 Target dan realisasi penjualan.....	53
Tabel VI.4 Target harga jual.....	54
Tabel VI.5 Harga Pokok Produksi Keciput.....	55
Tabel VI.6 Harga Pokok Produksi Untir-untir.....	55
Tabel VI.7 Harga Pokok Produksi Kuping Gajah.....	55
Tabel VI.8 Pokok Produksi Uler-uleran.....	56
Tabel VI.9 Biaya Non Produksi.....	56
Tabel VI.10 Perbandingan harga jual keciput.....	74
Tabel VI.11 Perbandingan harga jual untir-untir.....	74
Tabel VI.12 Perbandingan harga jual kuping gajah.....	74
Tabel VI.13 Perbandingan harga jual uler-uleran.....	75
Tabel VI.14 Selisih harga keciput tahun 2009-2011.....	75
Tabel VI.15 Selisih harga untir-untir tahun 2009-2011.....	75
Tabel VI.16 Selisih harga jual kuping gajah tahun 2009-2011.....	76
Tabel VI.17 Selisih harga jual uler-uleran tahun 2009-2011.....	76
Tabel VI.18 Selisih kuantitas keciput tahun 2009-2011.....	77
Tabel VI.19 Selisih kuantitas untir-untir tahun 2009-2011.....	77
Tabel VI.20 Selisih kuantitas kuping gajah tahun 2009-2011.....	77
Tabel VI.21 Selisih kuantitas uler-uleran tahun 2009-2011.....	77
Tabel VI.22 Evaluasi Selisih kuantitas penjualan tahun 2009-2011.....	78
Tabel VI.23 Analisis trend linier penjualan keciput.....	79
Tabel VI.24 Ramalan penjualan keciput tahun 2012-2014.....	79
Tabel VI.25 Analisis trend linier penjualan untir-untir.....	80
Tabel VI.26 Ramalan penjualan untir-untir 2012-2014.....	80
Tabel VI.27 Analisis trend linier penjualan kuping gajah.....	80
Tabel VI.28 Ramalan penjualan kuping gajah tahun 2012-2014.....	81
Tabel VI.29 Analisis trend linier penjualan uler-uleran.....	81
Tabel VI.30 Ramalan penjualan uler-uleran tahun 2012-2014.....	82
Tabel VI.31 Analisis trend linier harga jual keciput.....	82
Tabel VI.32 Ramalan harga jual keciput tahun 2012-2014.....	83
Tabel VI.33 Analisis trend linier harga jual untir-untir.....	83
Tabel VI.34 Ramalan harga jual untir-untir tahun 2012-2014.....	84
Tabel VI.35 Analisis trend linier harga jual kuping gajah.....	84
Tabel VI.36 Ramalan harga jual kuping gajah tahun 2012-2014.....	84
Tabel VI.37 Analisis trend linier harga jual uler-uleran.....	85
Tabel VI.38 Ramalan harga jual uler-uleran tahun 2012-2014.....	85
Tabel VI.39 Perhitungan pendapatan peramalan penjualan keciput.....	86
Tabel VI.40 Perhitungan pendapatan peramalan penjualan untir-untir.....	86
Tabel VI.41 Perhitungan pendapatan peramalan penjualan kuping gajah.....	87
Tabel VI.42 Perhitungan pendapatan peramalan penjualan uler-uleran.....	87

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1 Bentuk struktur organisasi..... 40  
Gambar 2 Proses produksi Perusahaan Gempol..... 48



## ABSTRAKSI

### ANALISIS PENJUALAN SEBAGAI ALAT UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PERUSAHAAN MAKANAN RINGAN GEMPOL, NGUNUT – TULUNGAGUNG

Perusahaan makanan ringan Gempol, Ngunut-Tulungagung ini merupakan perusahaan yang didirikan pada tahun 1994 yang berlokasi di jalan Blitar no 26 Ngunut-Tulungagung. Perusahaan makanan ringan Gempol ini memproduksi 4 jenis produk, yaitu keciput, untir-untir, kuping gajah, uler-ulean. Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk menganalisis penjualan dan meramalkan penjualan untuk tahun-tahun berikutnya agar perusahaan tidak mengalami kesulitan mengambil langkah untuk memperbaiki peningkatan volume penjualan.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah studi kasus dengan menggunakan analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif meliputi target dan realisasi penjualan, target harga jual, harga pokok produksi dari masing-masing produk, biaya non produksi, penentuan harga jual per unit, *mark up*, selisih harga jual, selisih kuantitas penjualan. Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan. Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah observasi, wawancara, dokumen.

Hasil penelitian menunjukkan dengan mengklasifikasikan harga jual dengan tepat maka dapat diketahui harga jual yang sesungguhnya dengan pengklasifikasian biaya-biaya produksi. Dilanjutkan dengan meramalkan penjualan agar perusahaan tidak mengalami kesulitan dalam menentukan harga jual dan unit yang akan di produksi. Dari hasil perhitungan terlihat perbedaan antara target dari perusahaan dan harga jual yang sesungguhnya setelah diklasifikasi, dan dari perhitungan harga jual yang sesungguhnya akan diramalkan untuk 3 tahun berikutnya, dan selanjutnya menganalisis selisih harga jual dan selisih kuantitas penjualan. Dengan demikian, perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain dalam penentuan harga dan kuantitas penjualan.

Kata kunci : *Mark Up*, penentuan harga jual, metode *least square*, selisih harga jual, selisih kuantitas penjualan.

**BAB I**  
**PENDAHULUAN**

**A. Latar Belakang Masalah**

Dewasa ini perkembangan dunia industri semakin maju. Hal itu terbukti dari banyaknya industri-industri baru yang memproduksi berbagai macam produk. Di lain pihak kegiatan perusahaan mempunyai hubungan yang sangat erat dengan kegiatan produksi. Perusahaan mengadakan kegiatan produksi untuk memenuhi kebutuhan pasar. Agar kegiatan produksi dapat berjalan dengan baik, maka dibutuhkan analisis penjualan sebagai bagian yang sangat penting dalam perusahaan. Pada akhirnya analisis penjualan ini harus diselaraskan dengan semua unsur perusahaan.

Setiap perusahaan dipacu agar dapat beroperasi secara efektif dan efisien dengan meningkatkan volume penjualan dalam menjalankan aktivitas usahanya agar perusahaan dapat memperoleh profit, memenangkan persaingan atau paling tidak, dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya dimana semua itu semua merupakan salah satu tujuan didirikannya perusahaan. Penetapan tujuan perusahaan baik jangka panjang maupun jangka pendek harus direncanakan secara matang dan harus selalu dilakukan analisis penjualan.

Analisis penjualan merupakan proses membandingkan penjualan yang sebenarnya untuk tujuan perusahaan sebelumnya. Ini adalah proses pengukuran yang digunakan oleh organisasi untuk mengevaluasi efektivitas penjualan dan mempertimbangkan perbaikan. Sejalan dengan berkembangnya suatu

perusahaan maka untuk menghadapi faktor-faktor tersebut haruslah diadakan analisis penjualan yang dapat menunjang seluruh aktivitas produksi sehingga dapat mencapai semua tujuan perusahaan.

Analisis penjualan selalu dibutuhkan oleh perusahaan untuk mengembangkan hasil produksinya karena persaingan bisnis sulit diantisipasi. Jika perusahaan tidak melakukan analisis penjualan dan mengamati aktivitas penjualan, maka perusahaan lain akan merebut pangsa pasar, maka perusahaan akan menderita kerugian akibat penurunan volume penjualan. Untuk itu diperlukan adanya analisis penjualan yang baik sehingga dapat terus meningkatkan volume penjualan.

Perusahaan makanan ringan Gempol, Ngunut-Tulungagung ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang produksi makanan ringan. Perusahaan sudah cukup lama dalam menjalankan usahanya, walaupun telah lama berdiri tetapi sampai saat ini antara target dan realisasi dalam penjualan belum menunjukkan peningkatan yang cukup berarti karena rencana penjualan hanya dibuat bersifat dugaan atau penafsiran sehingga tidak efisien, suatu tujuan yang diharapkan menjadi tidak efektif karena perusahaan belum membuat analisis penjualan sehingga penjualan mengalami penurunan. Untuk mengatasi hal ini maka diperlukan beberapa instrumen yang dapat membantu perusahaan dalam menjalankan fungsi penjualan.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk meneliti mengenai analisis penjualan pada perusahaan makanan ringan Gempol Ngunut-Tulungagung dengan judul “Analisis Penjualan Sebagai Alat Untuk

Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Makanan Ringan Gempol Ngunut-Tulungagung’.

## **B. Perumusan Masalah**

Bagaimana menganalisis penjualan sebagai alat untuk meningkatkan volume penjualan pada perusahaan makanan ringan Gempol, Ngunut-Tulungagung?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan**

Untuk mengetahui analisis penjualan sebagai alat untuk meningkatkan volume penjualan pada perusahaan makanan ringan Gempol Ngunut-Tulungagung.

### **2. Manfaat Penelitian**

#### **a) Bagi perusahaan**

Sebagai bahan masukan atau bahan pertimbangan bagi pimpinan perusahaan makanan ringan Gempol, Ngunut-Tulungagung tentang analisis penjualan dalam meningkatkan volume penjualan di masa yang akan datang.

#### **b) Bagi penulis**

Melalui penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperluas wawasan pemikiran dalam menerapkan teori dan pengetahuan yang telah diperoleh selama diperkuliahan terutama tentang analisis selisih kuantitas penjualan dalam analisis penjualan.



c) Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang mengkaji masalah yang sama di masa yang akan datang.

