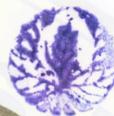


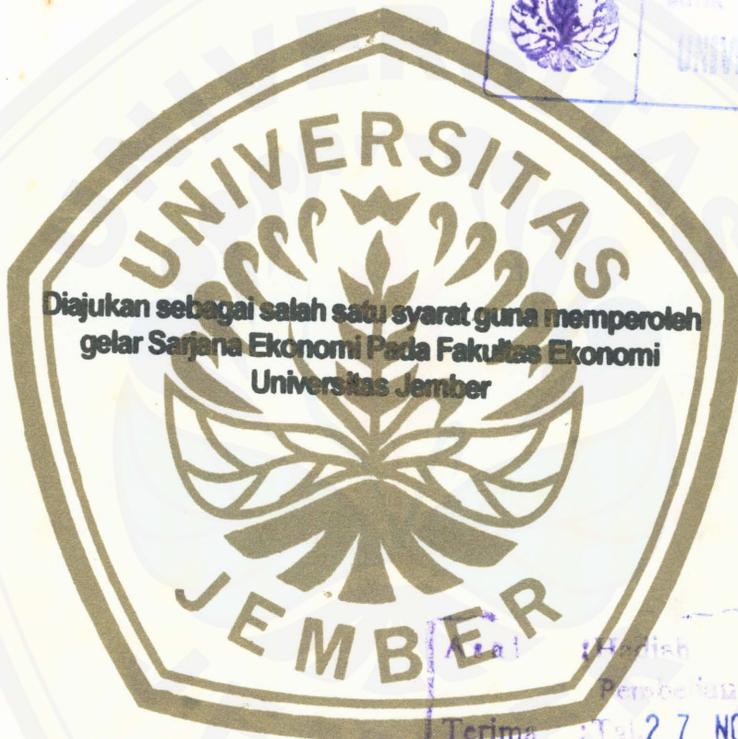
EVALUASI DIVERSIFIKASI PRODUK TERHADAP
PERUBAHAN LABA OPERASI PADA PT. PARADISE DINAMIS
MANUFAKTURER AND EXPORTER OF RATTAN FURNITURE
DI CIREBON

SKRIPSI



UPT Perpustakaan
UNIVERSITAS JEMBER

Diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember



Oleh :

Area : *Handish*
Persewaan
Terima : *27 NOV 2002*
No. Induk : *SKS*

S
Klass
658.8

DEW

e

e.1

Indah Kusuma Dewi

NIM : 990810201096

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER

2002

JUDUL SKRIPSI

EVALUASI DIVERSIFIKASI PRODUK TERHADAP PERUBAHAN
LABA OPERASI PADA PT. PARADISE DINAMIS MANUFAKTURER
AND EXPORTER OF RATTAN FURNITURE
DI CIREBON

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

N a m a : Indah Kusuma Dewi

N. I. M. : 990810201096

Jurusan : Manajemen

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal :

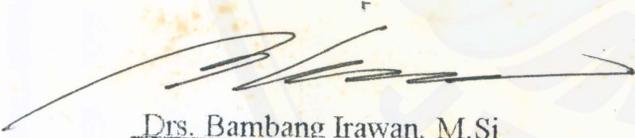
9 Nopember 2002

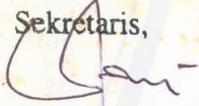
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar S a r j a n a dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji

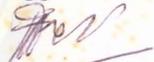
Ketua,

Sekretaris,


Drs. Bambang Irawan, M.Si
NIP. 131 759 835

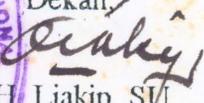

Drs. Markus Apriyono, MM
NIP. 131 832 240

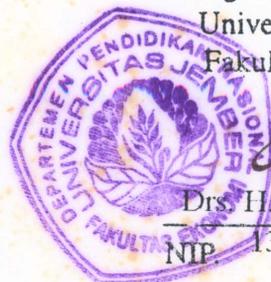
Anggota,


Dra. Diah Yulisetiari, M.Si
NIP. 131 624 474



Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,


Drs. H. Liakip, SU
NIP. 130 531 976



TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI SARJANA EKONOMI

Nama : INDAH KUSUMA DEWI
Nomor Induk Mahasiswa : 990810201096
Tingkat : SARJANA
Jurusan : MANAJEMEN
Mata Kuliah yang Menjadi
Dasar Penyusunan Skripsi : MANAJEMEN PEMASARAN
Dosen Pembimbing I : Dra. DIAH YULISETIARINI, Msi.
Dosen Pembimbing II : Drs. MARKUS APRIONO, MM

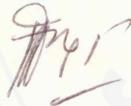
Disahkan di : JEMBER

Pada tanggal : Oktober 2002

DISETUJUI DAN DITERIMA BAIK OLEH

Dosen Pembimbing

Pembimbing I



Dra. DIAH YULISETIARINI, MSi.

NIP. 131 624 474

Pembimbing II



Drs. MARKUS APRIONO, MM

NIP. 131 832 240

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen



Dra. DIAH YULISETIARINI, MSi.

NIP. 131 624 474

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa tulus kupersembahkan Skripsi ini untuk orang-orang tersayang:

- ❁ *Mama dan papa yang sangat mendukung kualiahku dengan segala pengorbanannya trima kasih pa..ma..*
- ❁ *Dedy saudaraku satu-satunya yang telah bersamaku selama ini.*
- ❁ *Pipi ku Agus Setiadi tersayang yang banyak memberikan semangat hidupku, membantuku dan memberiku cinta dan kasih sayang mu...*
- ❁ *Teman-teman seperjuanganku Fitri, Ulfa, Heni,..dan semua teman-teman seangkatan yang gak bisa disebut satu persatu*

MOTTO

“ Dia telah mencukupkan semua kebutuhanmu, baik yang kamu minta maupun yang tidak, Dan jika kamu coba menghitung-hitung nikmat Allah, kamu tidak akan mampu menentukan jumlahnya. Namun manusia jualah yang sangat zalim dan ingkar ”

(Ibrahim – 34)

“ Manusia yang terbaik adalah mukmin yang berilmu, jika diperlukan dia berguna, tapi jika tidak diperlukan maka dia dapat mengurus dirinya sendiri ”

(HR, Al Baihaqi)

“Cinta adalah kehidupan maka jangan pernah siakan-siakan dia, kau akan menyesal”

(Dewi)

ABSTRAKSI

Penelitian dengan judul "Evaluasi Diversifikasi Produk Terhadap Perubahan Laba Operasi Pada PT. Paradise Dinamis *Manufacturer And Exporter Of Rattan Furniture* Di Cirebon " dilakukan dengan tujuan menentukan diversifikasi produk terhadap hasil penjualan dan menentukan iversifikasi produk terhadap perubahan prosentase laba operasi.

Jenis data yang dipakai adalah data sekunder yang bersumber langsung dari PT. Paradise Dinamis. Metode yang dipakai yaitu dengan mencari nilai rata-rata hasil penjualan dan nilai varian hasil penjualan sebelum dan sesudah diversifikasi produk, kemudian dilakukan uji t. Metode selanjutnya yaitu mencari nilai rata-rata prosentase laba operasi dan nilai varian laba operasi sebelum dan sesudah diversifikasi produk, kemudian dilakukan uji t.

Nilai rata-rata hasil penjualan sebelum diversifikasi produk sebesar 3.479,509, sedangkan rata-rata hasil penjualan setelah diversifikasi produk yaitu 7,288,794 (dalam jutaan rupiah). Hasil varian dari hasil penjualan sebelum diversifikasi produk diperoleh 1.188.018,252 sedangkan setelah diversifikasi produk diperoleh 4.866.378,105 (dalam jutaan rupiah) hasil perhitungan uji t diperoleh t_{hitung} 5,47 lebih besar dari pada t_{tabel} yaitu 2,306 ini menunjukkan dengan dilaksanakannya diversifikasi produk dapat meningkatkan hasil penjualan.

Hasil rata-rata prosentase laba operasi sebelum diversifikasi produk diperoleh 19,03% sedangkan rata-rata prosentase laba operasi sesudah diversifikasi produk diperoleh 24,604%, untuk nilai varian laba operasi sebelum diversifikasi produk deiperoleh niali 5,72 sedangkan varian laba operasi sesudah diversifikasi produk 7,705. Kemudian hasil perhitungan uji t diperoleh t_{hitung} 3,48 lebih besar dari t_{tabel} 2,306 maka dapat disimpulkan maka dapat disimpulkan bahwa diversifikasi produk dapat meningkatkan laba operasi.

Kesimpulan dari hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan menunjukkan bahwa PT. Paradise Dinamis sebaiknya tetap melakukan diversifikasi karena dapat meningkatkan perolehan laba operasi.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur Alhamdulillah kehadirat Allah SWT yang dengan segala kebesaran dan kemurahannya telah melimpahkan rahmat, hidayah dan innayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Pada kesempatan kali ini perkenankan penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya karena penulis menyadari adanya uluran tangan dan bantuan banyak pihak sejak awal hingga berakhirnya penulisan skripsi ini, baik berupa waktu, tenaga, pikiran, dorongan dan bimbingan baik secara langsung maupun tidak langsung. Rasa terima kasih yang terhingga penulis sampaikan kepada :

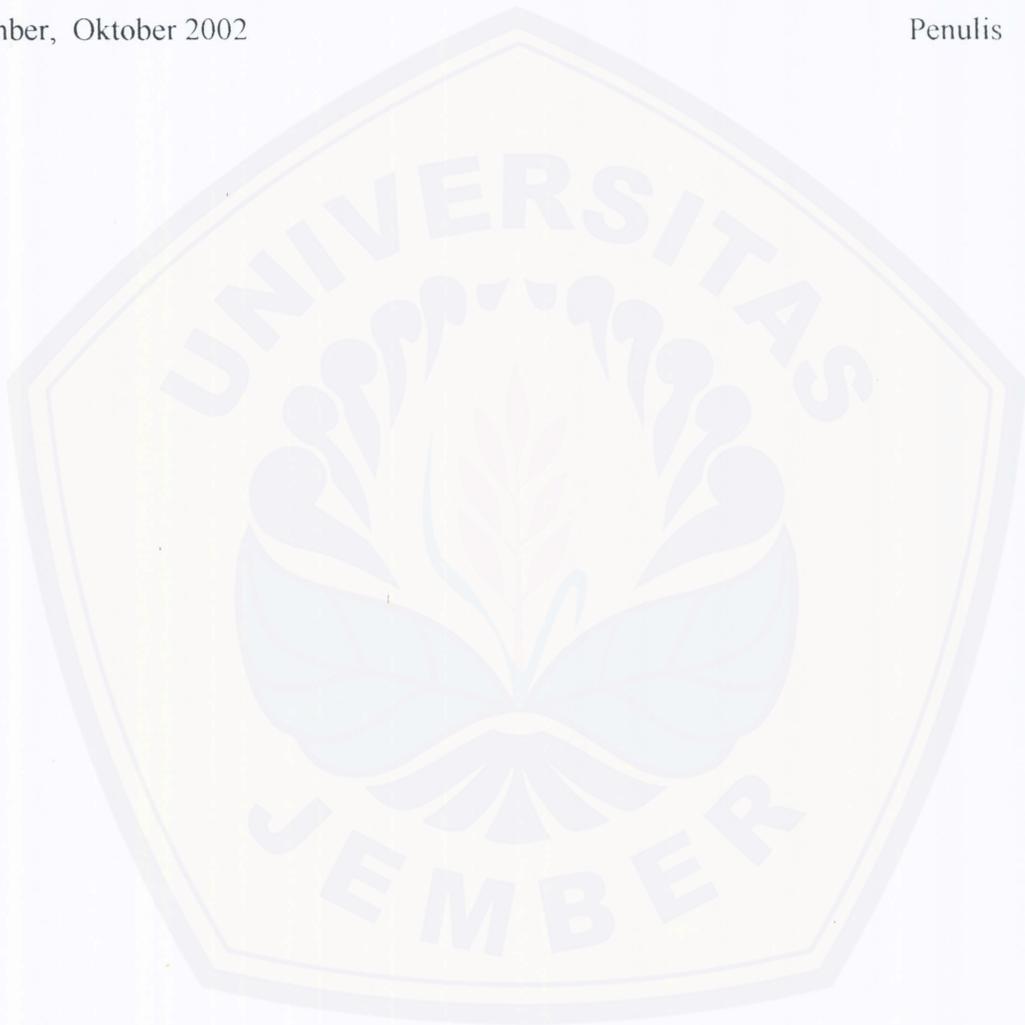
1. Bapak Drs. Liakip, SU selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Dra. Diah Yulisetiari, Msi dan Bapak Drs. Markus Apriono, MM selaku dosen pembimbing yang telah dengan seksama dan penuh kesabaran memberikan bimbingan, motivasi dan saran-saran yang sangat bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bapak dan Ibu dosen serta segenap karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
4. Bapak Direktur PT. Paradise Dinamis yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengadakan penelitian.
5. Teman-teman seangkatan yang banyak memberikan semangat dan bantuannya selama penulisan skripsi ini
6. Bagi pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu

Semoga segala jenis bantuan dan kebaikan yang telah tercurahkan ini mendapat imbalan yang setimpal dari Allah SWT.

Mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, maka penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna. Untuk itu dengan penuh keterbukaan penulis menerima kritik dan saran untuk perbaikan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Jember, Oktober 2002

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Persembahan	iv
Halaman Motto	v
Halaman Abstraksi	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Pokok Permasalahan	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Kegunaan Penelitian	3
II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya	4
2.2 Landasan Teori	5
III METODE PENELITIAN	18
3.1 Rancangan Penelitian	18
3.2 Jenis dan Sumber Dqata	18
3.3 Definisi Variabel Operasional.....	18
3.4 Metode Analisis Data	19
3.5 Kerangka Pemecahan Masalah	23

IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	25
4.1	Gambaran Umum Obyek Yang Diteliti	25
4.2	Analisis Data	44
V	KESIMPULAN DAN SARAN	51
5.1	Kesimpulan	51
5.2	Saran	51
	DAFTAR PUSTAKA	
	LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 : Jumlah Tenaga Tidak Langsung PT. Paradise Dinamis Tahun 2002	33
Tabel 2 : Jumlah Tenaga Langsung PT. Paradise Dinamis Tahun 2002	33
Tabel 3 : Gaji Tenaga Kerja Tidak Langsung PT. Paradise Dinamis Tahun 2002	35
Tabel 4 : Gaji Tenaga Kerja Langsung PT. Paradise Dinamis Tahun 2002	35
Tabel 5 : Gaji Tenaga Borongan PT. Paradise Dinamis Tahun 2002	35
Tabel 6 : Hasil Produksi Masing-masing Produk Furniture Sebelum dan Sesudah Diversifikasi Pada PT. Paradise Dinamis Tahun Tahun 1997-2002	39
Tabel 7 : Persediaan Barang Jadi Sebelum dan Sesudah Diversifikasi Pada PT. Paradise Dinamis Tahun 1997-2002	40
Tabel 8 : Daftar Harga Jual Furniture Sebelum dan Sesudah Diversifikasi Pada PT. Paradise Dinamis Tahun Tahun 1997-2002	41
Tabel 9 : Hasil Penjualan Furniture Sebelum dan Sesudah Diversifikasi Pada PT. Paradise Dinamis Tahun Tahun 1997-2002 Dalam Unit	42
Tabel 10 : Hasil Penjualan Furniture Sebelum dan Sesudah Diversifikasi Pada PT. Paradise Dinamis Tahun Tahun 1997-2002 Dalam Rupiah	43
Tabel 11 : Perhitungan Rata-rata Hasil Penjualan Sebelum dan Sesudah Diversifikasi Pada PT. Paradise Dinamis Tahun Tahun 1997-1999 Dalam Jutaan Rupiah	44

Tabel 12 : Perhitungan Rata-rata Hasil Penjualan Sebelum dan Sesudah Diversifikasi Pada PT. Paradise Dinamis Tahun Tahun 2000-2001 Dalam Jutaan Rupiah	45
Tabel 13 : Prosentase Laba Operasi PT. Paradise Dinamis Tahun Tahun 1997-2001	47
Tabel 14 : Perolehan Laba Operasi Sebelum Diversifikasi Pada PT. Paradise Dinamis Tahun Tahun 1997-1999 Dalam Jutaan Rupiah	48
Tabel 15 : Perolehan Laba Operasi Sesudah Diversifikasi Pada PT. Paradise Dinamis Tahun Tahun 1997-1999 Dalam Jutaan Rupiah	49



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 : Diagram Uji Hipotesis Untuk Hubungan Antara Diversifikasi Produk dengan Perubahan Hasil Penjualan	20
Gambar 2 : Diagram Uji Hipotesis Untuk Hubungan Antara Diversifikasi Produk dengan Perubahan Prosentase Laba Operasi	22
Gambar 3 : Kerangka Pemecahan Masalah	23
Gambar 4 : Struktur Organisasi PT. Paradise Dinamise	27
Gambar 5 : Proses Produksi	37
Gambar 6 : Diagram Uji Hipotesis Untuk Hubungan Antara Diversifikasi Produk dengan Perubahan Hasil Penjualan	46
Gambar 7 : Diagram Uji Hipotesis Untuk Hubungan Antara Diversifikasi Produk dengan Perubahan Prosentase Laba Operasi	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Laporan Rugi Laba Semester II Tahun 1997 Pada PT Paradise Dinamis ...	53
Lampiran 2	: Laporan Rugi Laba Semester I Tahun 1998 Pada PT Paradise Dinamis	54
Lampiran 3	: Laporan Rugi Laba Semester II Tahun 1998 Pada PT Paradise Dinamis ...	55
Lampiran 4	: Laporan Rugi Laba Semester I Tahun 1999 Pada PT Paradise Dinamis	56
Lampiran 5	: Laporan Rugi Laba Semester II Tahun 1999 Pada PT Paradise Dinamis ...	57
Lampiran 6	: Laporan Rugi Laba Semester I Tahun 2000 Pada PT Paradise Dinamis	58
Lampiran 7	: Laporan Rugi Laba Semester II Tahun 2000 Pada PT Paradise Dinamis ...	59
Lampiran 8	: Laporan Rugi Laba Semester I Tahun 2001 Pada PT Paradise Dinamis	60
Lampiran 9	: Laporan Rugi Laba Semester II Tahun 2001 Pada PT Paradise Dinamis ...	61
Lampiran 10	: Laporan Rugi Laba Semester I Tahun 2002 Pada PT Paradise Dinamis ...	62
Lampiran 11	: Perhitungan HPP Semester II Tahun 1997 Pada PT Paradise Dinamis.....	63
Lampiran 12	: Perhitungan HPP Semester I Tahun 1998 Pada PT Paradise Dinamis.....	64
Lampiran 13	: Perhitungan HPP Semester II Tahun 1998 Pada PT Paradise Dinamis.....	65
Lampiran 14	: Perhitungan HPP Semester I Tahun 1999 Pada PT Paradise Dinamis.....	66
Lampiran 15	: Perhitungan HPP Semester II Tahun 1999 Pada PT Paradise Dinamis.....	67
Lampiran 16	: Perhitungan HPP Semester I Tahun 2000 Pada PT Paradise Dinamis.....	68
Lampiran 17	: Perhitungan HPP Semester II Tahun 2000 Pada PT Paradise Dinamis.....	69
Lampiran 18	: Perhitungan HPP Semester I Tahun 2001 Pada PT Paradise Dinamis.....	70
Lampiran 19	: Perhitungan HPP Semester II Tahun 2001 Pada PT Paradise Dinamis.....	71
Lampiran 20	: Perhitungan HPP Semester I Tahun 2002 Pada PT Paradise Dinamis.....	72

I. PENDAHULUAN



1.1 Latar Belakang Masalah

Pada Umumnya sebuah perusahaan didirikan untuk memperoleh laba optimal dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat (Murti Sumarni, Jhon Soeprianto, 1995;5) Laba yang menjadi tujuan suatu perusahaan dapat digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan. Laba merupakan salah satu faktor yang utama dan dominan untuk menjamin kelangsungan kegiatan operasional perusahaan. Usaha yang dapat dilakukan untuk memperoleh laba yaitu dengan melakukan kegiatan pemasaran.

Pemasaran merupakan ujung tombak dalam mensukseskan tujuan perusahaan, maka produsen dalam hal ini perusahaan berusaha untuk memanfaatkan peluang-peluang pasar yang dapat diraih. Untuk dapat melihat peluang-peluang pasar, perusahaan terlebih dahulu mengetahui perubahan pola perilaku konsumen salah satunya yaitu perubahan selera konsumen terhadap produk yang dihasilkan perusahaan.

Sejalan dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, memberi peluang dalam dunia usaha untuk tumbuh dan berkembang. Keadaan yang seperti ini dapat menimbulkan persaingan yang semakin kompetitif diantara perusahaan yang ada, terutama perusahaan yang menghasilkan produk sejenis. Disamping itu pihak konsumen akan memperoleh keuntungan karena dapat memilih produk yang disenangi. Dengan berbagai alasan seperti : harga, kualitas dan model. Dengan kondisi seperti ini perusahaan harus mengantisipasi agar tujuan perusahaan dapat tercapai.

Salah satu strategi untuk mengatasi persaingan yang dapat digunakan perusahaan adalah mengadakan diversifikasi produk dengan harapan dapat memperluas jangkauan daerah pemasaran serta mampu memenuhi kebutuhan pasar.

Namun kenyataannya strategi ini juga menimbulkan permasalahan bagi perusahaan. Hal ini dapat dimaklumi mengingat segala kebijakan dan keputusan memiliki konsekuensi bagi perusahaan. Permasalahan tersebut antara lain dibutuhkan biaya yang lebih besar dan tambahan tenaga kerja yang lebih banyak. Sehubungan dengan hal ini maka dibutuhkan pertimbangan dan analisis yang tepat untuk mengetahui keberhasilan dari pelaksanaan strategi diversifikasi yang dilakukan oleh perusahaan.

1.2 Pokok Permasalahan

PT. Paradise Dinamis melakukan diversifikasi produk dengan memproduksi aneka macam produk, hal ini bertujuan untuk mempertahankan dan meningkatkan volume penjualan dan memenuhi selera konsumen dari waktu ke waktu. Kebijakan diversifikasi ini telah dilakukan oleh PT. Paradise Dinamis sejak tahun 2000, sebelum diversifikasi menghasilkan tiga jenis produk rotan yaitu kursi teras, kursi tamu dan meja makan. Setelah diversifikasi produk PT. Paradise Dinamis memproduksi dua produk rotan baru yaitu strankorb dan tempat tidur disamping tetap memproduksi produk sebelumnya.

Setelah dilakukan diversifikasi produk sejak tahun 2000 pokok permasalahan yang perlu dikaji yaitu

- a. Berapa kenaikan hasil penjualan setelah dilaksanakan diversifikasi produk ?
- b. Berapa prosentase kenaikan laba operasi setelah dilaksanakan diversifikasi produk ?

Melihat pentingnya hal di atas maka skripsi ini diberi judul "EVALUASI DIVERSIFIKASI PRODUK TERHADAP PERUBAHAN LABA OPERASI PADA PT. PARADISE DINAMIS *MANUFACTURER AND EXPORTER OF RATTAN FURNITURE* DI CIREBON "

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui kenaikan hasil penjualan setelah diversifikasi produk
- b. Untuk mengetahui kenaikan prosentase laba operasi setelah dilakukan diversifikasi produk

1.4 Kegunaan Penelitian

- a. Bagi Perusahaan sebagai bahan pertimbangan dan pemikiran bagi pimpinan perusahaan untuk menilai dan mengambil keputusan yang berkaitan dengan diversifikasi produk.
- b. Bagi Peneliti sebagai sarana menambah wawasan terhadap dunia usaha yang berkaitan dengan diversifikasi produk
- c. Bagi pihak lain sebagai acuan penelitian selanjutnya.

1.5 Batasan Masalah

Data yang digunakan dalam analisis adalah data mulai tahun 1997 semester II sampai dengan data tahun 2002 semester I

II. TINJAUAN PUSTAKA



2.1 Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan oleh Astri Paradina D, 1994 tentang “ Evaluasi Pengembangan Produk Terhadap Perubahan Laba Operasi Pada Perusahaan Rokok CV. Ulung di Sumberrejo Bojonegoro “ adalah sebagai berikut :

1. Metode Analisis yang digunakan.
 - a. Menghitung laporan rugi laba perusahaan
 - b. Menghitung laba margin dari laporan rugi laba
 - c. Melakukan pengujian uji t
2. Objek yang diteliti ada dua yaitu rokok klobot kretek biasa dan rokok klobot kretek manis.
3. Hasil pembahasan.
 - a. Terdapat perbedaan rata-rata laba operasi sebelum dan sesudah pengembangan produk sebesar 0,1 %
 - b. Dari uji t diperoleh $t_{hitung} = 3.514$ lebih besar dari $t_{tabel} = 2,015$ setelah dikeluarkannya rokok klobot kretek manis.
 - c. Jadi dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti pengembangan produk pada CV. Ulung di Sumberrejo Bojonegoro dapat meningkatkan laba operasi perusahaan.

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Budi Soehartono tahun 1995 tentang “ Hubungan diversifikasi Produk Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Perusahaan Sepatu PT. Fortune Sidoarjo “ adalah sebagai berikut :

1. Metode analisis yang digunakan
 - a. Metode Koefisien Korelasi
 - b. Uji t
2. objek yang diteliti berjumlah 63 jenis sepatu

3. Hasil Pembahasan

- a. Berdasarkan hasil perhitungan dengan metode Koefisien korelasi sebesar 0.97 yang berarti adanya hubungan yang sangat erat antara diversifikasi produk dengan volume penjualan.
- b. Berdasarkan perhitungan uji t diperoleh 6,910 sedangkan t tabel 3,182 maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan positif antara diversifikasi produk dengan volume penjualan.

Persamaan penelitian yang dilakukan dengan dua peneliti terdahulu yaitu bertepatan tentang diversifikasi produk disamping tetap memproduksi produk lama.

Perbedaan dengan penelitian terdahulu.

- a. Objek penelitian dari Astri Paradina D yaitu perusahaan rokok CV. Ulung Sumberrejo Bojonegoro, Budi Soehartono yaitu perusahaan sepatu PT. Fortune di Sidoarjo. Sedangkan pada penelitian ini mengambil objek PT. Paradise Dinamis di Cirebon
- b. Kebijaksanaan penambahan produk yang diteliti oleh Astri Paradina D yaitu rokok klobot kretek manis dan rokok klobot kretek biasa, Budi Soehartono meneliti 63 jenis sepatu, sedangkan pada penelitian ini ada lima objek yaitu produk berupa kursi teras, kursi tamu, meja makan, stramkorb dan tempat tidur yang semuanya berbahan rotan.

2.2. Landasan Teori

2.2.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan agar berkembang guna memperoleh laba. Keberhasilan untuk mencapai tujuan tergantung pada kemampuan dari pengusaha itu sendiri serta kejelian untuk memanfaatkan peluang-peluang pasar yang bisa diraih.

Pemasaran juga dapat diartikan sebagai salah satu kegiatan dalam perekonomian dan membantu dalam penciptaan nilai ekonomi, sedangkan nilai ekonomi itu sendiri akan menentukan harga barang dan jasa bagi individu-individu.

Adapun faktor-faktor penting yang dapat menciptakan nilai ekonomi adalah produksi, pemasaran dan konsumsi.

Ada bermacam-macam definisi mengenai pemasaran, seperti misalnya Kotler Philip (1997:201) menyatakan bahwa dalam mempertegas arti pemasaran harus memperhatikan 3 hal antara lain :

1. Adanya dua pihak atau lebih yang mempunyai perhatian terhadap pertukaran
2. Setiap yang dimiliki atau yang dipertukarkan harus mempunyai nilai yang lainnya
3. Setiap pihak harus mampu berkomunikasi dan menyerahkan barangnya.

William M. Pride dan O.C Ferrell (1991:7) menyatakan sebagai berikut :

“Marketing is the process of planing and executing the copception, pricing, promotion, distribution, of ideas, goods, and servises to create exchange that satisfy individual and organizational obyectives”

artinya :

(Pemasaran adalah proses perencanaan dan konsep pelaksanaan harga, promosi, distribusi dari ide-ide barang-barang dan jasa-jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan individu dan organisasi).

Philip dan Duncan dalam buku mereka *“Marketing Principles and Methods”* menyatakan bahwa marketing meliputi semua tindakan atau aktivitas-aktivitas yang diperlukan untuk menyampaikan benda-benda ke tangan konsumen.

Dari bermacam-macam definisi tersebut jelas bahwa aktifitas pemasaran bukan hanya sekedar melakukan kegiatan periklanan dan penjualan saja, akan tetapi pemasaran merupakan suatu proses pemilihan pasar mana yang akan dimasuki, produk yang akan ditawarkan berapa harga yang ditetapkan, distributor mana yang akan digunakan dan informasi apa yang akan disampaikan sehingga tercipta pertukaran yang dapat memuaskan baik individu maupun organisasi serta meperoleh margin atau laba yang diharapkan.

2.2.2 Pengertian Marketing Mix

Terdapat empat variabel utama dalam sistim pemasaran perusahaan yang biasa dikenal dengan sebutan “4 P” yaitu *Price, Product, Place and Promotion*. Kombinasi dari 4 Variabel ini membentuk pengertian marketing mix. Dimana ke empat unsur tersebut saling berhubungan dan saling mempengaruhi. Pendalaman masing-masing variabel akan diuraikan sebagai berikut :

a. *Product* (Produk)

Menurut Bhasu Swastha (1998 : 94) Produk adalah sifat yang kompleks baik dapat diraba maupun yang tidak dapat diraba termasuk bungkus, warna, harga, prestise perusahaan dan pengecer, pelayanan perusahaan dan pengecer yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan.

b. *Price* (Harga)

Menurut C. Northcote Parkinson dkk (1993:82) adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk membeli produk dari suatu perusahaan sedangkan menurut Bhasu Swastha (1998:147) harga merupakan sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

Harga sebuah barang yang dibeli oleh konsumen dapat memberikan hasil yang memuaskan maka dapat dikatakan bahwa penjualan total perusahaan akan berada pada tingkat yang memuaskan, diukur dalam rupiah, sehingga dapat menciptakan langganan.

c. *Place* (Tempat atan saluran distribusi)

Menurut Bhasu Swastha (1998:190) saluran disrtibusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai ke konsumen atau pemakai industri saluran distribusi juga merupakan suatu siruktur yang menggambarkan situasi pemasaran yang berbeda dari berbagai macam perusahaan.

d. *Promotion* (Promosi)

Menurut S.H. Rewoldt dkk (1991:6) promosi dipandang sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran. Adapun kegiatan-kegiatan yang termasuk dalam promosi adalah: periklanan, personal selling, promosi penjualan, publisitas dan hubungan masyarakat.

2.2.3 Strategi Yang Berhubungan Dengan Produk dan Pasar

Strategi adalah usaha yang dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan utamanya (Suad Husnan,1988:31). Terdapat 4 (empat) strategi yang dapat dilakukan perusahaan berkaitan dengan produk dan pasar.

a. Meningkatkan penetrasi pasar.

Strategi ini dilakukan untuk mendapatkan bagian pasar yang lebih besar dari pasar yang ada.

b. Diferensiasi produk

Strategi ini dilakukan dengan cara menawarkan produk yang berbeda dari produk-produk pesaing.

c. Diversifikasi Produk

Strategi ini dilakukan dengan menambah produk-produk baru untuk melayani pasar yang baru pula.

d. Pengembangan pasar

Strategi ini dilakukan dengan cara memperluas pasar yang dituju.

Pada bahasan ini strategi yang dilakukan adalah strategi diversifikasi produk.

2.2.4 Pengertian Diversifikasi produk

Adanya Pengaruh dari kekuatan lingkungan, kecenderungan perubahan tingkat penjualan serta perubahan perolehan laba perusahaan menyebabkan perusahaan mencari pasar baru yang dapat memberikan peluang yang lebih baik. Dalam memasuki pasar baru dapat dilakukan strategi diversifikasi produk.

Secara difinitif, diversifikasi dapat dijelaskan sebagai berikut.

- a. Suatu bagian dari strategi produk yaitu perluasan dari macam-macam barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dengan menambah produk atau jasa baru dalam rangka meningkatkan jenis yang ada. (Nijman & Van Der Work, 1990 : 190)
 - b. Upaya mencari produk atau pasar yang baru atau keduanya, dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas, dan fleksibilitas. (Fandi Tjiptono, 1995 : 105)
 - c. Suatu kebijakan untuk menambah produk-produk baru guna melayani pasar yang baru pula. (Pguiltinan and Paul, 1990 : 91)
- Jadi diversifikasi produk adalah penambahan atau peningkatan jumlah produk untuk memperluas jenis barang.

2.4.1 Hal Yang Mendorong diversifikasi Produk

Dalam sebuah perekonomian diversifikasi produk merupakan salah satu strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan laba. Ada beberapa hal yang mendorong perusahaan melakukan diversifikasi yaitu

- a. Adanya perkembangan teknologi baru untuk menciptakan produk-produk baru.
- b. Perusahaan-perusahaan yang mencapai sukses secara konstan mencari produk-produk yang dapat menarik pembeli-pembeli baru sehingga dengan demikian menciptakan pasar-pasar baru dan dapat mengurangi resiko bila diproduksi produk-produk dengan assortmen terbatas Seorang produsen senantiasa menghadapi resiko bahwa karena adanya perubahan tren dan perubahan-perubahan dalam selera konsumen perusahaan tidak dapat menjual produknya.
- c. Hasrat untuk menyesuaikan produk, dengan keinginan konsumen secara optimal.
- d. Hasrat untuk pertumbuhan
- e. Hasrat untuk mencapai input yang optimal.
- f. Motif ekonomi.
- g. Hasrat umum untuk kelanjutan usaha.

Dari bermacam-macam hal yang mendorong dilakukannya diversifikasi dapat dibedakan menjadi dua yaitu alasan yang bersifat umum dan alasan yang bersifat khusus. Alasan yang bersifat khusus antara lain : mengurangi sifat kepekaan, mengurangi ketidakstabilan, dan memperluas perusahaan. Sedangkan alasan yang bersifat umum antara lain yaitu : untuk memanfaatkan sumber-sumber secara maksimal dan mampu memanfaatkan kapasitas produksi yang menganggur misalnya modal.

2.4.2 Macam- macam diversifikasi produk

Diversifikasi dapat dibedakan menjadi 2 (dua) macam yaitu diversifikasi sinergis dan diversifikasi konglomerat. (Pguiltinan and Paul,1990 : 33-34)

1. Diversifikasi Sinergis

Dalam diversifikasi sinergis ini , produk baru dijual ke pasar bilamana sumber daya yang diperlukan untuk menghasilkan atau memasarkan lini produk baru itu sangat sesuai dengan sumber daya yang ada. Sinergi dapat di sebabkan oleh penggunaan bersama fasilitas dan proses produksi, keterampilan tenaga penjual, saluran distribusi, kemampuan penelitian dan pengembangan keterampilan manajemen tertentu.

2. Diversifikasi Konglomerat.

Diversifikasi konglomerat adalah suatu strategi dimana produk baru dijual ke pasar yang baru tanpa mempedulikan pengaruh sinergitis. Walaupun tata hubungan sinergitis diinginkan, namun peluang yang paling menarik untuk pertumbuhan dan stabilitas sering kali ada di produk dan pasar yang sama sekali tidak ada kaitannya.

Dalam diversifikasi produk, memperluas jenis barang merupakan penentuan produk apa yang dihasilkan. Oleh karena itu bagian pemasaran dalam membuat keputusan mengenai produk yang akan dibuat harus mempertimbangkan hal-hal berikut.

1. Varietas Produk

Salah satu keputusan yang harus diambil meliputi varietas produk yang akan dihasilkan baik itu varietas model, ukuran, warna dan pola yang ditawarkan.

2. Kualitas Produk

Masalah kualitas produk yang bagaimana yang akan ditawarkan oleh perusahaan. Banyak produsen yang membatasi produk kualitas tunggal. Hal ini merupakan kualitas tinggi dengan maksud untuk dijual dengan harga yang istimewa, dapat pula kualitas produk rata-rata yang ditujukan untuk dijual dengan harga standar atau produk dengan kualitas lebih rendah dijual dengan harga di bawah harga pasar.

3. Simplifikasi dan diversifikasi produk.

Produk suatu perusahaan dapat saja mengkhususkan diri dalam memproduksi satu macam produk saja, akan tetapi suatu saat karena berbagai pertimbangan ekonomi maka perusahaan akan melebarkan diri dengan memproduksi bermacam-macam barang. (Nijman and E Van Der Work, 1990:190)

Diversifikasi dapat dilakukan dengan 3 (tiga) cara yaitu :

1. Diversifikasi Konsentris, dimana produk baru yang diperkenalkan memiliki kaitan atau hubungan dalam hal pemasaran dengan produk yang sudah ada.
2. Diversifikasi Horisontal, dimana produk-produk baru tidak berkaitan dengan produk yang telah ada, tetapi dijual dengan pelanggan yang sama.
3. Diversifikasi Konglomerat, dimana produk yang dihasilkan sama sekali baru, tidak memiliki hubungan dalam hal pemasaran. Teknologi dengan produk yang sudah ada dan dijual dengan pelanggan yang berbeda.

2.4.3. Keuntungan Pelaksanaan Diversifikasi Produk

Pelaksanaan diversifikasi produk melalui penambahan ukuran , mengubah model, menambah macam produk, dilakukan oleh perusahaan dengan harapan memperoleh keuntungan yang maksimal jika dibandingkan dengan kondisi sebelum dilakukannya diversifikasi produk.

Keuntungan tersebut antara lain.

- a. Memotifasi manajer agar dapat bekerja secara optimal.
- b. Untuk memperluas pasar.
- c. Memperoleh laba maksimal.
- d. Agar tidak tergantung pada pasar tertentu saja.

Menurut Philip Kotler (1997:39) terdapat tiga hal yang memungkinkan perusahaan melakukan diversifikasi produk :

1. Perusahaan dapat mengembangkan produk melalui perbaikan bentuk, penyerderhanaan bentuk, atau bisa juga dilakukan dengan menggabungkan produk yang telah ada sebelumnya.
2. Perusahaan dapat meningkatkan kualitas yang berbeda dari produk yang ada.
3. Perusahaan dapat mengembangkan dan menanamkan mode produk yang ada.

Menurut Alex Nitisasmito (1997: 39) yang menyatakan bahwa “ Dengan memproduksi lebih dari satu macam produk maka luas pemasaran dapat ditingkatkan dan kestabilan perusahaan akan dapat lebih terjamin sehingga pada dasarnya suatu perusahaan yang hasil produksinya tidak sesuai dengan keinginan dan selera konsumen, maka perusahaan harus mengembangkan produk “.

2.4.4 Konsep Diversifikasi Produk

Dalam pembahasan tentang pengembangan produk atau yang biasa disebut diversifikasi produk, terdapat beberapa istilah yang bersangkutan paut dengan produk produk yaitu : (Basu swastha, 1990:95-96)

1. Perencanaan Produk

Perencanaan produk (*product planning*) mencakup semua kegiatan produsen dan penyalur untuk menentukan susunan *product line*-nya. Adanya perencanaan produk ini mendorong perusahaan dalam menaikkan tingkat laba.

2. Pengembangan Produk.

Pengembangan produk (*Produk Development*) ini merupakan suatu istilah yang lebih terbatas dibanding dengan perencanaan produk, yaitu mencakup kegiatan-kegiatan teknis tentang penelitian, pembuatan, dan pendisainan produk.

3. Perdagangan.

Perdagangan (*merchandising*) ini merupakan istilah yang sinonim dengan perencanaan produk yaitu mencakup semua kegiatan perencanaan dari produsen dan penyalur untuk menyesuaikan produknya dengan permintaan pasar. Produsen membuat dan menjual produk sedangkan penyalur hanya menjual produk yang telah dibelinya.

2.4.5 Kebijakan dan Strategi Diversifikasi Produk

Ada beberapa strategi diversifikasi yang dapat digunakan perusahaan dalam memasarkan produknya. (Bashu Swastha : 1990:119-122)

1. Perluasan *Product Mix*

Perusahaan dapat mengadakan perluasan bauran produk yang ada dengan menambah jumlah lini produk . Penambahan lini produk tidak selalu berupa produk yang berkaitan dengan produk yang ada tetapi juga menambah lini produk yang tidak ada hubungannya sama sekali.

2. Penyempitan *Product Mix*

Dalam Strategi ini perusahaan melakukan pengurangan jenis produk pada lini produknya. Produk yang dihilangkan biasanya berupa produk-produk yang kurang menguntungkan perusahaan, sehingga diharapkan agar perusahaan memperoleh keuntungan yang lebih besar dari produk-produk yang ada.

3. Perubahan Produk Yang Ada

Alternatif lain untuk mengembangkan atau mendiversifikasikan produk adalah dengan mengadakan perubahan pada produk yang ada. Sering perbaikan barang yang ada dapat memberikan keuntungan lebih besar dan mengurangi resiko daripada memproduksi produk baru.

4. Pendiversifikasian Produk Baru Dari Produk Yang Ada

Perusahaan yang menempuh strategi dengan mencari pemakaian cara baru dari barang yang ada, bertujuan meningkatkan volume penjualan dan laba, juga memperpanjang siklus produk itu sendiri.

5. Penentuan Posisi Produk

Kemampuan manajemen untuk menentukan posisi produk di pasar merupakan faktor yang ikut mempengaruhi laba perusahaan. Untuk menentukan posisi produknya perusahaan harus melihat hubungannya dengan produk-produk lain terutama produk saingan dan produk yang dipasarkan perusahaan itu sendiri.

6. Perdagangan Ke Atas (*Trading-up*) dan Perdagangan ke Bawah (*Trading Down*)

Pada hakekatnya strategi ini hampir sama dengan strategi perluasan dan penyempitan produk, hal yang membedakan hanyalah kegiatan promosinya.

Trading up berarti perusahaan menambah produk yang bernilai lebih tinggi pada lini produk yang ada, dengan harapan penjualan produk yang murah akan meningkat.

Trading down berarti perusahaan menambah produk yang bernilai lebih rendah, dengan harapan produk tersebut dapat dibeli oleh konsumen yang tidak sanggup membeli barang-barang prestise yang ada.

7. Diferensiasi Produk dan Segmentasi pasar

Diferensiasi produk yang dilakukan oleh perusahaan lebih ditekankan pada pengertian bahwa barang yang dipromosikan berbeda dengan barang saingan. Strategi ini biasanya juga digunakan oleh perusahaan yang memproduksi barang standart seperti : sabun, rokok, pasta gigi dan sebagainya. Diferensiasi barang ini biasanya dilakukan untuk mendukung pelaksanaan strategi segmentasi pasar.

Strategi segmentasi pasar dilakukan dengan membagi- bagi pasar ke dalam satuan pasar yang lebih kecil.

2.2.5 Merk, Pembungkusan dan Label

Uraian tentang merk, pembungkusan dan label akan dijelaskan dibawah ini :

1. Merk (*Brand*)

Merk atau brand adalah suatu nama, istilah, simbol, atau rancangan, kombinasi yang dimaksudkan untuk memberi tanda pengenalan barang dan jasa dari seorang penjual dan untuk membedakannya dari barang-barang yang dihasilkan oleh pesaing.

Keuntungan penggunaan merk bagi produsen.

- a. Membantu program periklanan dan peragaan perusahaan
- b. Membantu meningkatkan pengawasan terhadap produknya
- c. Membantu memperluas market share
- d. Membantu dalam stabilisasi harga.

Keuntungan penggunaan merk bagi pembeli.

- a. Mempermudah pembeli mengenali produk yang diinginkan.
- b. Melindungi konsumen, karena dari merk dapat diketahui produsennya.
- c. Pembeli dapat mengandalkan keseragaman kualitas produk yang bermerk.

2. Pembungkusan (*Packaging*)

Pembungkusan (*packaging*) dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan umum dalam perencanaan barang yang melibatkan penentuan design, pembuatan bungkus atau kemasan bagi suatu barang.

Adapun alasan- alasan untuk dilakukan pembungkusan antara lain.

- a. Melindungi produk saat pengangkutan dari produsen ke konsumen.
- b. Untuk membedakan produk dengan produk yang dihasilkan oleh perusahaan lain.
- c. Memberi kesan lebih praktis , bersih, dan tahan dari kerusakan.

3. Label (*Labeling*)

Label adalah bagian dari sebuah barang yang berupa keterangan-keterangan tentang barang tersebut atau produsennya.

Jadi label bisa diartikan bagian dari pembungkusan atau mungkin merupakan suatu etiket yang tertempel langsung pada produk tersebut. Macam-macam label yaitu :

- a. *Brand Label* adalah label yang semata-mata sebagai *brand*, yang dilekatkan pada produk tersebut.
- b. *Grade Label* adalah label yang menunjukkan tingkat kualitas tertentu dari suatu barang.
- c. *Deskriptive Label* disebut juga *information label* merupakan label yang menggambarkan tentang cara penggunaan , susunan, pemeliharaan dan hasil dari produk tersebut.

2.2.6 Hubungan Antara Hasil Penjualan Dengan Laba

Usaha Perusahaan untuk meningkatkan laba yang diharapkan adalah meningkatkan hasil penjualan, salah satu cara untuk meningkatkan penjualan yaitu dengan menerapkan diversifikasi produk yang ada dalam perusahaan, karena laba merupakan hasil bersih dari kegiatan operasi perusahaan. Meningkatkan hasil penjualan belum tentu dapat meningkatkan laba penjualan, karena laba perusahaan akan meningkat apabila selain meningkatnya hasil penjualan juga harus dapat menekan biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan, karena perubahan besar kecilnya laba bersih dalam setiap periode dipengaruhi besar kecilnya biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan. Dalam mengevaluasi hasil-hasil kegiatannyatidak cukup hanya menghitung laba bersih yang diperoleh, akan tetapi lebih efektif lagi apabila menghitung besarnya prosentase laba operasi, yaitu perbandingan antar laba operasi dan penjualan yang dinyatakan dalam prosentase (Lukman Syamsudin, 1992 : 62)

Dapatlah dikatakan bahwa laba operasi merupakan selisih antara *net sales* dan *operating expenses* (Harga pokok penjualan + biaya umum dan administrasi + biaya penjualan) dimana selisih tersebut dibandingkan dengan net

sales dan dinyatakan dalam bentuk prosentase. Jadi besar kecilnya prosentase laba operasi dipengaruhi oleh dua faktor yaitu *net sales* dan laba bersih yang tergantung dari hasil penjualan dan besarnya biaya yang dikeluarkan perusahaan.



BAB III METODOLOGI PENELITIAN



3.1 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian diartikan sebagai strategi pengatur penelitian agar peneliti memperoleh data yang valid sesuai dengan karakteristik variabel dan tujuan penelitian, maka penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survei atau peninjauan langsung pada PT. Paradise Dinamis Manufacturer and Rattan Furniture di Cirebon karena dianggap paling tepat dalam memperoleh data yang dibutuhkan.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan data sekunder yang telah diolah dan disajikan, baik oleh pihak pengumpul data atau oleh pihak lain. Data dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari PT. Paradise Dinamis di Cirebon.

3.3 Definisi Variabel Operasional

Diversifikasi Produk

“Suatu bagian dari strategi produk yang merupakan perluasan assortment barang dan jasa atau menambah produk dalam arti ukuran, model, atau produk yang sama sekali baru untuk memperluas *assortment* barang” (Radiosunu, 1990:95). Pada PT. Paradise Dinamis sebelum diversifikasi menghasilkan tiga produk yaitu kursi teras, kuris tamu dan meja makan. Setelah diversifikasi produk juga menghasilkan strankorb dan tempat tidur.

Laba Operasi

“Besarnya laba sebelum bunga dan pajak yang dihasilkan oleh setiap rupiah penjualan “ (Bambang Riyanto, 1991:259). Laba operasi dihitung per semester dari tahun 1997 sampai 2002.

Hasil Penjualan

Perolehan yang didapat dari unit yang terjual di kali harga jual yang dinyatakan dalam rupiah

3.4 Metode Analisis Data

3.4.1 Untuk menentukan diversifikasi produk terhadap hasil penjualan dilakukan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Mencari rata-rata hasil penjualan dengan rumus: (Anto Dajan, 1993 : 20)

$$\bar{X} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_i$$

Dimana : \bar{X} = rata-rata hasil penjualan

X_i = hasil penjualan tahun ke i

n = banyaknya data waktu atau periode

- b. Menghitung varian dengan rumus : (Anto Dajan, 1993:26)

$$S^2 = \frac{1}{(n-1)} \sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2$$

Dimana : S^2 = varian sebelum atau sesudah diversifikasi produk

n = periode waktu sebelum dan sesudah diversifikasi produk

X_i = hasil penjualan tahun ke i

\bar{X} = rata-rata penjualan sebelum dan sesudah diversifikasi produk

- c. Uji hipotesis dengan langkah-langkah (Jarwanto Ps, 1992:123)

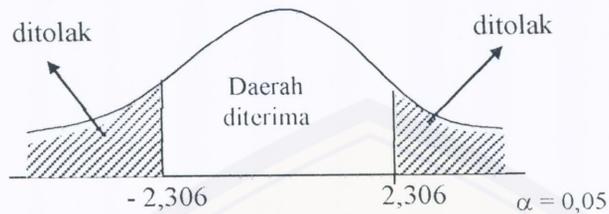
- $H_0 : X_1 = X_2$, artinya diversifikasi produk tidak dapat meningkatkan hasil penjualan

$H_1 : X_1 \neq X_2$, artinya diversifikasi produk dapat meningkatkan hasil penjualan

- $\alpha = 0,005$ secara dwi arah menjadi $-t (0,025; n_1 + n_2 - 2)$ atau $t = -2,306$ dan $t = 2,306$

- Menentukan uji statistik

Gambar 1 : Diagram uji hipotesis untuk menentukan diversifikasi produk terhadap perubahan hasil penjualan



- Menghitung nilai t

$$t = \frac{\bar{X}_2 - \bar{X}_1}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}}$$

Dimana \bar{X}_1 = rata-rata penjualan sebelum diversifikasi produk

\bar{X}_2 = rata-rata penjualan setelah diversifikasi produk

S_1^2 = varian sebelum diversifikasi produk

S_2^2 = varian setelah diversifikasi produk

n_1 = periode waktu sebelum diversifikasi produk

n_2 = periode waktu setelah diversifikasi produk

- Interpretasi hasil

Bila $t_{\text{tabel}} < t_{\text{hitung}}$, berarti pernyataan $H_0 : X_1 = X_2$, ditolak sedangkan $H_1 : X_1 \neq X_2$ diterima hal ini menunjukkan bahwa dengan dilaksanakannya diversifikasi produk dapat meningkatkan hasil penjualan.

3.4.2 Untuk menentukan diversifikasi produk terhadap prosentase laba operasi dilakukan langkah-langkah sebagai berikut :

- Menghitung besarnya prosentase laba operasi sebelum dan sesudah adanya diversifikasi produk digunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Prosentase laba operasi} = \frac{\text{Laba Operasi}}{\text{Penjualan}} \times 100 \%$$

(Lukman Syamsudin, 1992 : 62)

- b. Mencari rata-rata laba operasi dengan rumus: (Anto Dajan, 1993 : 20)

$$\bar{X} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_i$$

Dimana : \bar{X} = rata-rata laba operasi

X_i = laba operasi tahun ke i

n = banyaknya data waktu atau periode

- c. Menghitung varian dengan rumus : (Anto Dajan, 1993:26)

$$S^2 = \frac{1}{(n-1)} \sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2$$

Dimana : S^2 = varian sebelum atau sesudah diversifikasi produk

n = periode waktu sebelum dan sesudah diversifikasi produk

X_i = laba operasi tahun ke i

\bar{X} = rata-rata laba operasi sebelum dan sesudah diversifikasi produk

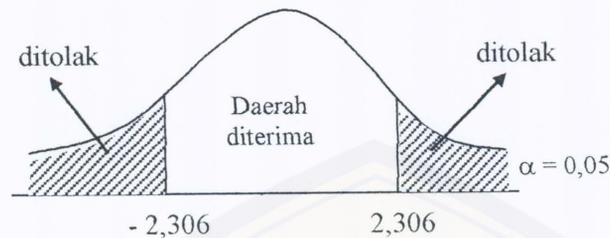
- d. Uji hipotesis dengan langkah-langkah (Jarwanto Ps, 1992:123)

- $H_0 : X_1 = X_2$, artinya diversifikasi produk tidak dapat meningkatkan prosentase laba operasi

$H_1 : X_1 \neq X_2$, artinya diversifikasi produk dapat meningkatkan prosentase laba operasi

- $\alpha = 0,005$ secara dwi arah menjadi $-t(0,025; n_1 + n_2 - 2)$ atau $t = -2,306$ dan $t = 2,306$
- Menentukan uji statistik

Gambar 2 : Diagram uji hipotesis untuk menentukan diversifikasi produk terhadap perubahan prosentase laba operasi



- Menghitung nilai t

$$t = \frac{\bar{X}_2 - \bar{X}_1}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}}$$

Dimana \bar{X}_1 = prosentasi laba operasi sebelum diversifikasi produk

\bar{X}_2 = prosentase laba operasi setelah diversifikasi produk

S_1^2 = varian sebelum diversifikasi produk

S_2^2 = varian setelah diversifikasi produk

n_1 = periode waktu sebelum diversifikasi produk

n_2 = periode waktu setelah diversifikasi produk

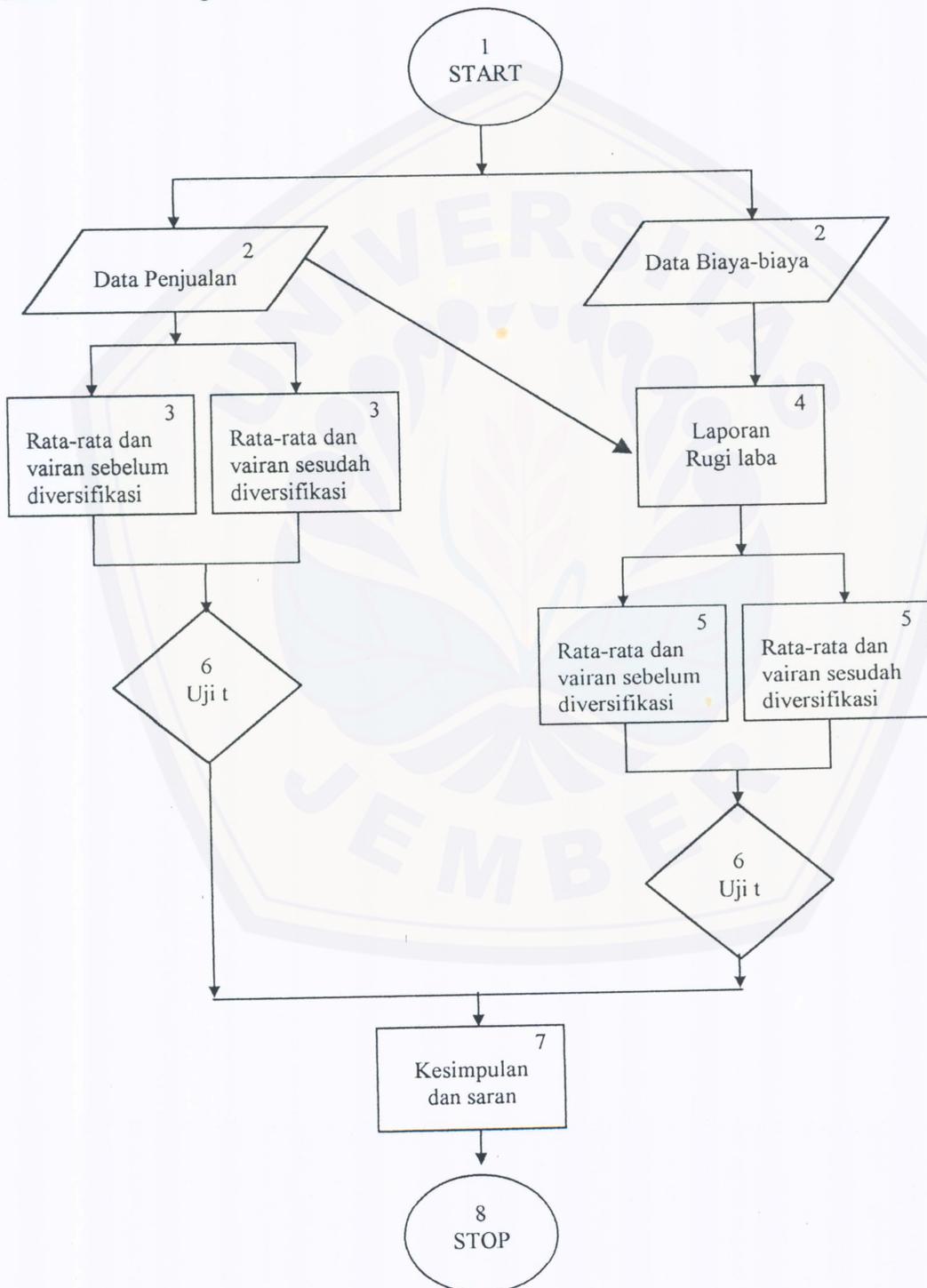
- Interpretasi hasil

Bila $t_{\text{tabel}} < t_{\text{hitung}}$, berarti pernyataan $H_0 : X_1 = X_2$, ditolak sedangkan $H_1 : X_1 \neq X_2$ diterima hal ini menunjukkan bahwa dengan dilaksanakannya diversifikasi produk dapat meningkatkan prosentase laba operasi

3.5 Kerangka Pemecahan Masalah

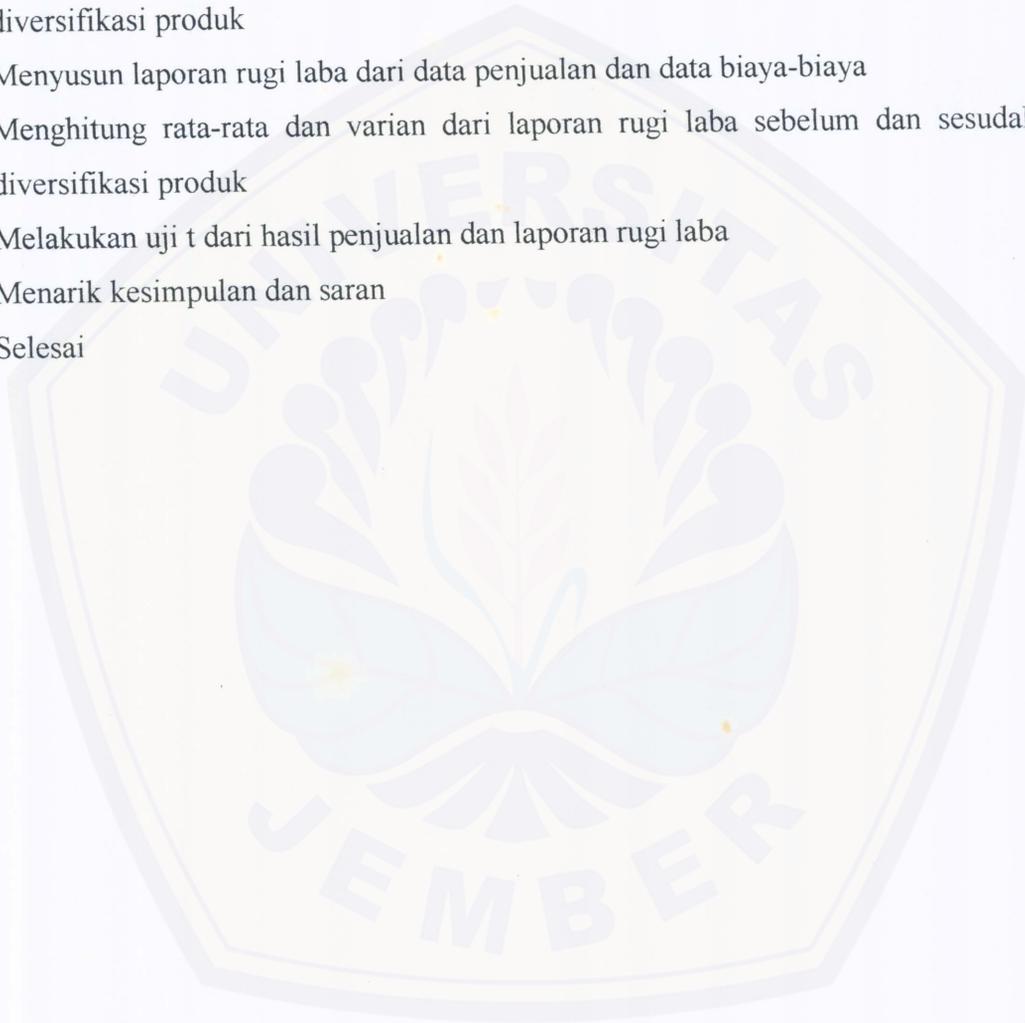
Pemecahan masalah diversifikasi produk baru secara sederhana diuraikan pada gambar 3 dibawah ini.

Gambar 3 : Kerangka Pemecahan Masalah



Berdasarkan gambar 3 dalam kerangka pemecahan masalah diversifikasi produk baru dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Mulai
2. Mencari data penjualan dan data biaya-biaya
3. Menghitung rata-rata dan varian dari data penjualan sebelum dan sesudah diversifikasi produk
4. Menyusun laporan rugi laba dari data penjualan dan data biaya-biaya
5. Menghitung rata-rata dan varian dari laporan rugi laba sebelum dan sesudah diversifikasi produk
6. Melakukan uji t dari hasil penjualan dan laporan rugi laba
7. Menarik kesimpulan dan saran
8. Selesai



IV. HASIL DAN PEMBAHASAN



4.1 Gambaran Umum Obyek yang diteliti

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Paradise Dinamis adalah perusahaan industri furniture yang berbahan baku rotan dan kayu jati, didirikan tahun 1991 yang berlokasi di Jalan Anggrek No. 5 Kabupaten Cirebon yang kemudian mengalami pemindahan ke Alamat Blok Nambo RT. 03/02 Desa Astapada Kecamatan Cirebon Barat Kabupaten Cirebon. Didirikan berdasarkan Akta Pendirian No. 79 tertanggal 10 Februari 1991 dengan data akta perbaikan Akta Pendirian Perseroan No. 11 tertanggal 8 November 1997 dan data perbaikan pendirian Perseroan No. 6 tertanggal 12 Agustus 1998 yang dibuat oleh Notaris Ny. Nany Susanti, SH di Cirebon dengan pengesahan Menteri Kehakiman No.C-8664 HT.01.01.th.99 tertanggal 20 Mei 1999.

Sesuai dengan Akta No. 2 tertanggal 18 September 2000 Notaris Komarudin, SH tentang risalah rapat maka perusahaan ini mengalami perubahan susunan anggota komisaris dan direksi sebagai berikut.

Direktur I : Ken Hutany
Direktur II : Abdul Hafid Rachman
Komisaris I : Johan Tarsley
Komisaris II : Rini Saryuni Hutany

Adapun ijin-ijin yang dimiliki oleh PT. Paradise Dinamis antara lain :

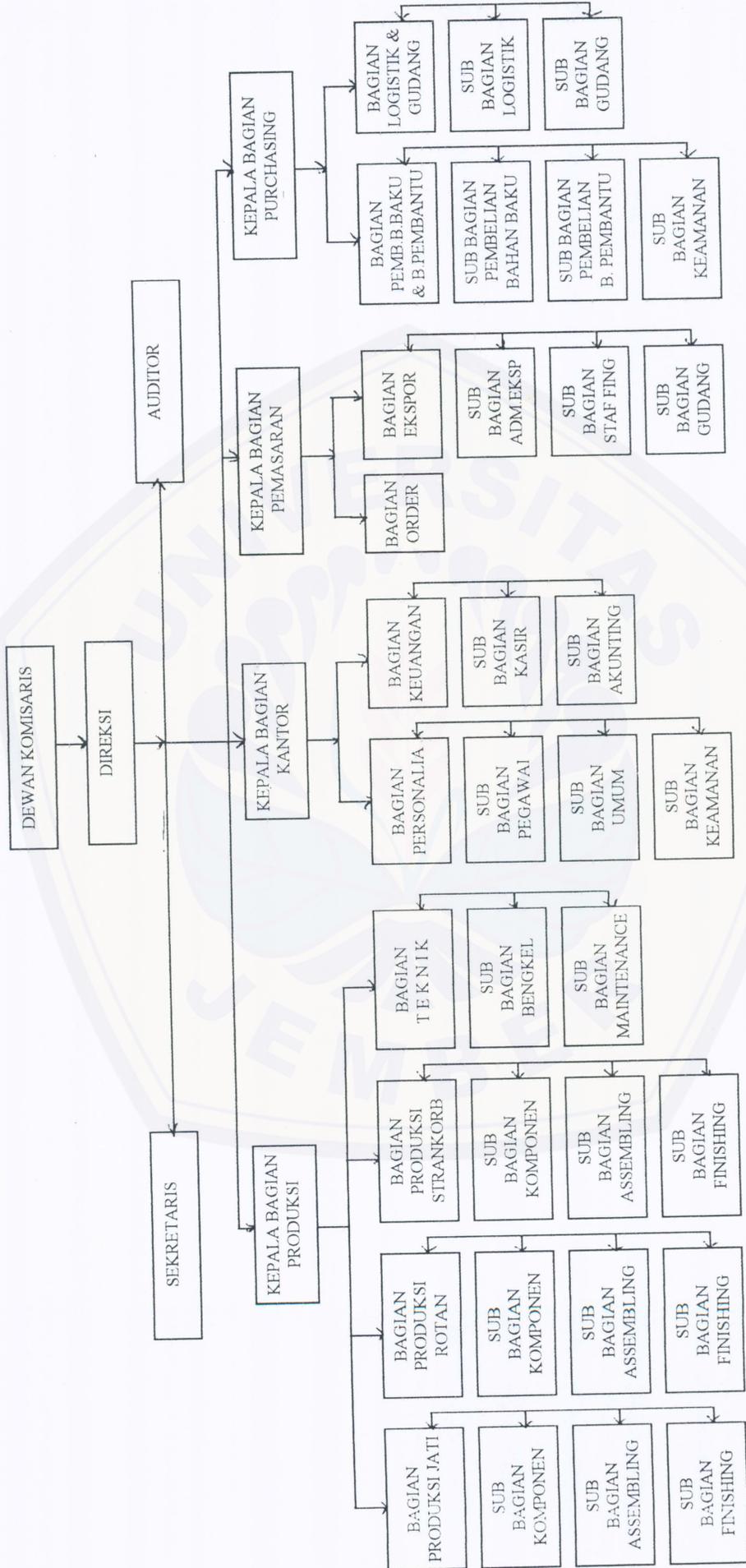
1. Tanda Daftar Industri No. 35 Jabar. 11.14/IHPK/iz.00.01/b/VI/98 tertanggal 12 Juni 1998 untuk Usaha Industri Rotan dan berlaku seterusnya
2. Izin Menteri Perindustrian No.28/Kanwil 10.17.14/Aljb/IZ.00.03/IV/94 tertanggal 7 April 1994 Bandung untuk Industri Mebel Kayu
3. Surat izin Usaha Perdagangan No. 113/10-23/PB/III 1993 tertanggal 11 Maret 1993 dari Departemen Perdagangan Berlaku untuk seterusnya.

4.1.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan gambaran skematis tentang hubungan kerja sama orang-orang yang terdapat dalam suatu badan dalam rangka mewujudkan suatu tujuan. Peranan struktur organisasi dalam suatu perusahaan adalah sangat penting karena dengan adanya struktur organisasi perusahaan dapat diketahui tugas, tanggung jawab serta wewenang yang dimiliki personilnya, sehingga setiap fungsi dari keseluruhan yang bertanggung jawab dapat diterakan sesuai dengan tujuan. Selain itu koordinasi dapat mudah dilakukan sehingga setiap bagian fungsi yang ada dalam perusahaan atau organisasi dapat dengan mudah untuk saling bekerja sama dengan demikian dapat terbentuk suatu keharmonisan antar bagian dalam menjalankan tugas sehari-hari.

Struktur organisasi yang ada pada PT Paradise Dinamis adalah struktur organisasi secara mendalam sehingga termasuk struktur organisasi fungsional, karena wewenang dari pucuk pimpinan di limpahkan pada satuan-satuan organisasi di bawahnya dalam setiap pekerjaan tertentu dan pimpinan setiap bidang berhak memberi perintah kepada bawahannya sepanjang wewenang yang telah ditentukan. Untuk lebih jelasnya struktur organisasi PT Paradise dapat dilihat dilihat pada gambar 4 berikut.

**STRUKTUR ORGANISASI
PT. PARADISE DINAMIS**



Gambar 4 : Struktur Organisasi PT Paradise Dinamis

Sumber : PT. Paradise Dinamis Tahun 2002

Pimpinan tertinggi di PT. Paradise Dinamis adalah Direksi, secara hierarkis direksi bertanggung jawab pada Dewan Komisaris. Fungsi dan tugas pokok direksi adalah melaksanakan pimpinan umum dan bertanggung jawab atas seluruh kegiatan perusahaan. Dalam menjalankan tugasnya direksi dibantu oleh 4 (empat) orang kepala bagian yaitu kepala bagian pengadaan bahan (*purchasing*), kepala bagian produksi, kepala bagian pemasaran dan kepala bagian kantor. Rincian tugas dan wewenang dari kepala bagian tersebut adalah sebagai berikut :

1. Kepala Bagian Purchasing (Pengadaan Bahan)

- a. Merencanakan, melaksanakan, mengendalikan pembelian bahan (bahan baku, bahan pembantu, aksesoris, *spare part* dan bahan lain) yang dibutuhkan perusahaan.
- b. Bertanggung jawab pada direksi
- c. Membuat laporan rutin dan laporan lain yang dibutuhkan direksi
- d. Memutuskan usulan penerimaan, mutasi, phk, cuti, promosi dan kenaikan gaji karyawan yang diusulkan kabag dibawahnya.

1.1 Bagian Logistik dan Gudang

- a. Bertanggung jawab pada kepala bagian pengadaan
- b. Membawahi kepala sub bagian pembelian dan kepala sub bagian administrasi logistik
- c. Merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan pembelian bahan baku dan bahan penolong, spare part dan bahan yang dibutuhkan perusahaan.
- d. Membuat laporan rutin dan laporan lainnya yang diminta atasannya
- e. Berkoordinasi dengan kepala bagian gudang
- f. Meneruskan usulan penerimaan mutasi, phk, cuti, promosi dan kenaikan gaji karyawan yang ada dibagiannya kepada kepala bagian pengadaan

1.1.1 Sub Bagian Logistik

- a. Bertanggung jawab kepada kepala bagian pengadaan.

- b. Melaksanakan pencatatan tentang pemesanan, pembelian dan harga barang logistik.
- c. Berkoordinasi dengan kepala sub bagian pembelian
- d. Membuat laporan rutin yang diminta atasannya.
- e. Meneruskan usulan penerimaan mutasi, phk, cuti, promosi dan kenaikan gaji karyawan yang ada dibagiannya kepada kepala bagian pengadaan.

1.1.2 Sub Bagian Gudang

- a. Bertanggung jawab kepada kepala bagian pengadaan
- b. Berkoordinasi dengan sub bagian logistik
- c. Membuat laporan rutin dan laporan lainnya yang diminta atasan
- d. Meneruskan usulan penerimaan mutasi, phk, cuti, promosi dan kenaikan gaji karyawan yang ada dibagiannya kepada kepala bagian pengadaan

1.1.3 Sub Bagian Pembelian

- a. Bertanggung jawab kepada kepala bagian logistik
- b. Melaksanakan pembelian bahan-bahan yang diorder
- c. Membuat laporan rutin dan laporan lainnya yang diminta atasan
- d. Meneruskan usulan penerimaan mutasi, phk, cuti, promosi dan kenaikan gaji karyawan yang ada dibagiannya kepada kepala bagian logistik

2. Kepala Bagian Produksi

- a. Bertanggung jawab pada direksi
- b. Merencanakan, melaksanakan dan mengawasi kegiatan produksi
- c. Berkoordinasi dengan kepala bagian pengadaan bahan, kepala bagian pemasaran dan kepala bagian kantor
- d. Mengevaluasi permasalahan-permasalahan yang timbul dan mencari jalan keluarnya

- e. Mengusulkan perubahan target produksi dan rencana operasional, memberi nasehat dan melaksanakan perubahan kebijakan serta soal-soal lain yang mengangkat operasional perusahaan

2.1 Bagian Produksi

- a. Bertanggung jawab kepada kepala bagian produksi
- b. Bertugas merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan produksi sesuai dengan target produksi yang direncanakan
- c. Menyiapkan bahan dan tenaga kerja yang dibutuhkan dalam proses produksi
- d. Mengusulkan penerimaan, mutasi, PHK, cuti, Promosi dan kenaikan gaji karyawan kepada kepala bagian produksi

2.1.1 Sub Bagian Komponen

- a. Bertanggung jawab kepada kepala bagian produksi
- b. Mengkoordinir unit pembahanan dan unit komponen
- c. Menyiapkan kebutuhan bahan yang dibutuhkan oleh unit pembahanan
- d. Mengawasi produksi rangka/ komponen sesuai dengan jadwal yang ditentukan
- e. Memeriksa dan menyortir komponen yang dibuat sesuai dengan standart kualitas yang ditentukan
- f. Membuat laporan harian tentang kemajuan pekerjaan yang menjadi tanggung jawabnya

2.1.2 Sub Bagian Assembling

- a. Bertanggung jawab kepada kepala bagian produksi
- b. Menerima dan menyortir komponen dari sub bagian komponen
- c. Menyiapkan bahan-bahan untuk assembling
- d. Mengawasi kegiatan assembling
- e. Membuat laporan hasil kegiatan meliputi laporan harian, mingguan dan bulanan

2.1.3 Sub Bagian Finishing

- a. Bertanggung jawab kepada kepala bagian produksi
- b. Menerima dan menyortir barang yang diterima dari sub bagian assembling
- c. Menyiapkan barang-barang yang dibutuhkan
- d. Mengawasi pekerjaan
- e. Membuat laporan harian tentang kemajuan pekerjaan dan diserahkan kepada kabag produksi

2.2 Bagian Teknik

- a. Bertanggung jawab kepada kepala bagian produksi
- b. Bertugas merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan bagian teknik yang meliputi bengkel dan maintenance mesin dan peralatan produksi
- c. Membuat laporan rutin dan laporan lain kepada kepala bagian produksi

3. Kepala Bagian Kantor

- a. Bertugas merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan administrasi kantor
- b. Berkoordinasi dengan kepala bagian pengadaan bahan, kepala bagian produksi dan kepala bagian pemasaran

3.1 Bagian Keuangan

- a. Bertanggung jawab kepada kepala bagian kantor
- b. Berkoordinasi dengan bagian personalia
- c. Merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan keuangan perusahaan

3.2 Bagian Personalia

- a. Bertanggung jawab kepada kepala bagian kantor
- b. Bertanggung jawab atas administrasi pegawai dan gaji, pengembangan SDM, memutuskan masalah sehari-hari dalam bidangnya

- c. Mengembangkan dan melaksanakan kebijakan serta merencanakan, menyusun dan mengendalikan kegiatan-kegiatan yang bersangkutan paut dalam bagiannya
- d. Mengangkat, memindah, melepas, menaikkan pangkat dan gaji pegawai, cuti liburan atau sakit
- e. Berusaha untuk selalu mengetahui UU dan peraturan kerja setempat serta keadaan pasaran tenaga kerja
- f. Memberi nasehat kepada atasannya dan manager lain tentang masalah kepegawaian
- g. Secara berkala meneliti kebutuhan tenaga kerja dan menyediakan tenaga kerja dengan berkonsultasi dengan departemen lain
- h. Mengembangkan dan memegang teguh prosedur dan pelaksanaan serta keselamatan dan kesehatan kerja pegawai

4. Kepala Bagian Pemasaran

- a. Bertugas merencanakan, melaksanakan, dan mengendalikan pemasaran/ ekspor sesuai dengan order yang diterima
- b. Berkoordinasi dengan kepala bagian pengadaan bahan, kepala bagian produksi dan kepala bagian kantor
- c. Menjajaki, mencari pembeli dan mengadakan negosiasi harga produk
- d. Merencanakan dan mengikuti pameran dalam rangka promosi produk

4.1.3 Aspek Personalia

4.1.3.1 Jumlah tenaga Kerja

Tenaga kerja adalah salah satu faktor yang selalu ada dalam perusahaan untuk menjalankan aktivitasnya baik aktivitas produksi pemasaran maupun aktivitas lainnya. PT Paradise Dinamis selain menggunakan tenaga mesin juga menggunakan tenaga kerja manusia, tenaga kerja pada PT Paradise Dinamis dibedakan menjadi 3 yaitu :

a. Tenaga Kerja tidak langsung

Tenaga kerja tidak langsung ini adalah tenaga kerja yang tidak berkaitan langsung dengan proses produksi, jumlah tenaga kerja tidak langsung tercantum dalam Tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1 : Jumlah Tenaga Kerja Tidak Langsung PT Paradise Dinamis Tahun 2002

NO	JABATAN	JUMLAH TENAGA KERJA
1.	Direktur	1
2.	Komisaris	2
3.	Kepala Bagian	4
4.	Staff	10
5.	Satpam	6
6.	Auditor	1
Jumlah		24

Sumber data : PT. Paradise Dinamis Tahun 2002

b. Tenaga Kerja langsung

Tenaga kerja langsung ini berkaitan langsung dengan proses produksi, jumlah tenaga kerja langsung keseluruhan 160 orang dengan perincian seperti yang tercantum dalam Tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2 : Jumlah Tenaga Kerja Langsung PT Paradise Dinamis Tahun 2002

NO	JABATAN	JUMLAH TENAGA KERJA
Bagian Finishing		
1	Amplas tangan mesin	40
2	Service dan control	40
3	Fhishing / peles	40
4	Packing	30
5	Muat/pengangkutan	10

Sumber data : PT. Paradise Dinamis Tahun 2002

c. Tenaga Kerja Borongan

Yaitu tenaga yang bekerja di perusahaan atas selesainya suatu pekerjaan tertentu. Tenaga kerja borongan pada PT. Paradise Dinamis antara lain mempunyai jenis pekerjaan mengampelas, merakit, mengecat dan lain-lain.

4.1.3.2 Hari dan Jam Kerja

PT. Paradise Dinamis memberlakukan jam kerja menurut hari kerja. Adapun hari dan jam kerja untuk karyawan adalah sebagai berikut.

a. Senin – Kamis

Jam kerja 07.00 – 15.00 WIB

Istirahat 11.30 – 12.30 WIB

b. Jumat

Jam kerja 07.00 – 15.00 WIB

Istirahat 11.00– 13.00WIB

c. Sabtu

Jam kerja 07.00 – 12.00 WIB

4.1.3.3 Sistem Pengupahan

Upah merupakan balas dari perusahaan kepada tenaga karyawan atas usaha karyawan yang telah dilakukannya guna mencapai tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba dan menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Bagi karyawan upah merupakan sumber penghasilan sedangkan bagi perusahaan merupakan salah satu faktor utama yang berhubungan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan. PT Paradise Dinamis memberlakukan upah secara bulanan yang dibayarkan pada akhir bulan. Adapun sistem pengupahan yang diberlakukan dapat dilihat pada tabel 3, tabel 4 dan tabel 5 berikut ini.

a. Tenaga Tidak Langsung

Tabel 3 : Gaji Tenaga Kerja Tidak Langsung PT Paradise Dinamis Tahun 2002

NO	JABATAN	GAJI PERBULAN
1.	Direktur	2.500.000
2.	Komisaris	1.500.000
3.	Kepala Bagian	1.300.000
4.	Staff	400.000
5.	Satpam	300.000
6.	Auditor	1.000.0000
Jumlah		7.000.000

Sumber data : PT. Paradise Dinamis Tahun 2002

b. Tenaga Langsung

Tabel 4 : Gaji Tenaga Kerja Langsung PT Paradise Dinamis Tahun 2002

NO	JABATAN	UPAH PERMINGGU
1	Amplas tangan mesin	120.000
2	Service dan control	125.000
3	Fhishing / peles	100.000
4	Packing	125.000
5	Muat/pengangkutan	150.000

Sumber data : PT. Paradise Dinamis Tahun 2002

c. Tenaga Borongan

Tabel 5 : Tenaga Borongan PT Paradise Dinamis Tahun 2002

NO	JENIS PEKERJAAN	UPAJ PER UNIT
1	Amplas	15.000 / unit
2	Perakitan	35.000 / pcs

Sumber data : PT. Paradise Dinamis Tahun 2002

4.1.4 Aspek Produksi

Proses produksi adalah metode atau teknik mengenai bagaimana produksi itu dilaksanakan, sedangkan produksi adalah kegiatan untuk menciptakan atau

menambah kegunaan suatu barang atau jasa dengan mempergunakan sumber daya yang ada. Proses produksi berhubungan erat dengan sistem proses pengendalian proses produksi, untuk itulah diperlukan suatu perincian secara detail mengenai ciri-ciri khusus dari proses produksi yang ada dalam perusahaan agar efektivitas pengendalian proses produksi dapat tercapai dengan baik.

4.1.4.1 Bahan-bahan yang Diperlukan

Bahan-bahan yang diperlukan oleh PT Paradise Dinamis dalam menjalankan aktivitasnya yaitu rotan. Sedangkan bahan penolong yang digunakan yaitu skrup, lem putih, semen putih, amplas, pewarna, cat dasar, melamine.

4.1.4.2 Peralatan yang Digunakan

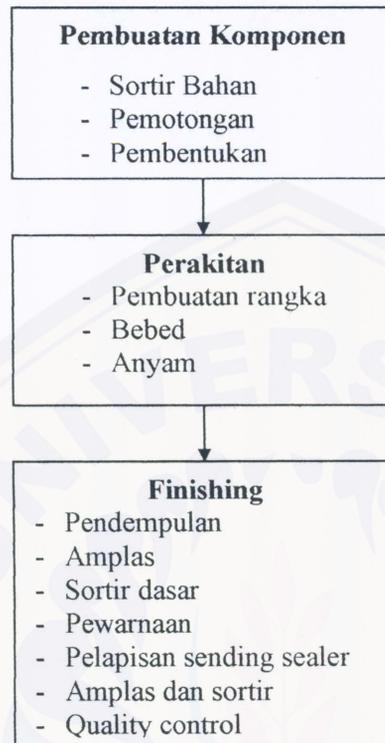
Peralatan yang digunakan PT Paradise Dinamis dalam menjalankan produksinya yaitu mesin pemotong, perata permukaan, penghalus, pengebor dan mesin pembentuk.

4.1.4.3 Proses Produksi

Produksi yang dihasilkan oleh PT. Paradise Dinamis dibedakan menjadi 5 (lima) produk rotan yaitu kursi teras, kursi tamu, meja makan, tempat tidur, strankarb. Adapun tahapan-tahapan proses produksi tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Pembuatan komponen terdiri dari sortir bahan, pemotongan dan pembentukan komponen
- b. Assembling (perakitan) terdiri dari pembuatan rangka, bebed dan anyam
- c. Finishing terdiri dari pendempulan, ampelas, sortir dasar, pewarnaan, pelapisan sending sealer, ampelas dan sortir sending pelapisan *top coat* (*melamine*) dan *quality control*.

Gambar 5 : Proses Produksi



4.1.4.4 Hasil Produksi dan Persediaan Produk Jadi

Hasil produksi adalah jumlah unit produksi yang dihasilkan perusahaan dalam periode waktu tertentu. Hasil produksi perusahaan dapat digunakan untuk mengukur efektivitas kegiatan yang dilakukan perusahaan. Hasil produksi yang dilakukan oleh perusahaan tidak selalu sama tiap tahunnya mengalami fluktuasi. PT Paradise Dinamis memproduksi kursi teras, meja makan, kursi tamu sebelum diversifikasi produk, sedangkan setelah diversifikasi produk selain tetap memproduksi produk sebelumnya juga memproduksi strankorb dan tempat tidur.

Perkembangan produksi masing-masing produk cenderung mengalami fluktuasi, seperti hasil produksi pada meja makan pada tahun 1998 semester II hasil produksinya 453 unit, kemudian tahun 1999 semester I turun menjadi 281 unit kemudian pada semester II mengalami peningkatan sebesar 435 unit. Begitu juga dengan produk yang lainnya juga mengalami fluktuasi. Untuk lebih jelasnya perkembangan produksi masing-masing produk periode 1997-2002 dapat dilihat

pada tabel 6. Persediaan barang jadi tahun 1997 semester II untuk kursi teras 15 unit merupakan persediaan awal, 9 unit pada persediaan akhir, untuk kursi tamu persediaan awal 20 unit persediaan akhir 8 unit, meja makan persediaan awal 4 unit, persediaan akhir 13 unit, untuk selengkapnya dapat dilihat pada tabel 7 berikut ini.



Tabel 6 : Hasil Produksi Masing-masing Produk Furniture Sebelum dan Sesudah Diversifikasi Pada PT. Paradise Dinamis

Tahun 1997-2002 Dalam Unit

Tahun	Semester	Jenis Produk				Total		
		Kursi Teras	Kursi Tamu	Meja Makan	Strankorp	Tempat Tidur	Sebelum Diverifikasi	Sesudah Diverifikasi
1997	II	448	365	263	0	0	1.076	
1998	I	648	546	249	0	0	1.443	
	II	858	593	453	0	0	1.904	
1999	I	806	616	281	0	0	1.703	
	II	1073	785	435	0	0	2.293	
2000	I	623	387	291	274	240		1.815
	II	825	722	397	260	275		2.479
2001	I	756	563	415	166	374		2.274
	II	1027	824	558	531	418		3.358
2002	I	855-	667	487	502	506		3.017

Sumber : PT Paradise Dinamis Tahun 2002

Tabel 7 : Persediaan Produk Jadi Sebelum dan Sesudah Deversifikasi Pada PT Paradise Dinamis Tahun 1997-2002 Dalam Unit

Tahun	Semester	Kursi Teras		Kursi Tamu		Meja Makan		Strankorp		Tempat Tidur		Total	
		Awal	Akhir	Awal	Akhir	Awal	Akhir	Awal	Akhir	Awal	Akhir	Awal	Akhir
1997	II	15	9	20	8	4	13	0	0	0	0	39	30
1998	I	9	20	8	29	13	22	0	0	0	0	30	71
	II	20	80	29	44	22	80	0	0	0	0	71	204
1999	I	80	37	44	33	80	31	0	0	0	0	204	101
	II	37	64	33	67	31	69	0	0	0	0	101	200
Jml. Sebelum Deversifikasi												445	606
2000	I	64	38	67	27	69	35	0	37	0	22	200	159
	II	38	58	27	42	35	67	37	13	22	57	159	237
2001	I	58	42	42	26	67	42	13	77	57	66	237	253
	II	42	84	26	75	42	67	77	73	66	54	253	353
2002	I	84	85	75	64	67	58	73	54	54	68	353	329
Jml. Sesudah Deversifikasi												1202	1331

Sumber : PT Paradise Dinamis Tahun 2002, tabel 6 dan 9 diolah

4.1.5 Aspek Pemasaran

Sistem pemasaran PT. Paradise Dinamis yang bergerak dibidang Furniture Rotan dan Kayu ditujukan untuk ekspor. Dimana hanya terdapat 1 (satu) negara tujuan yaitu Jerman melalui Bern Silvert Rattan yang beralamat di Hamburg Bergeclofer Stuhrohfabrik Von rud Silvert gmbh & co Hamburg

4.1.5.1 Harga dan Hasil Penjualan

Salah satu faktor atau indikasi keberhasilan suatu perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya adalah hasil penjualan yang cenderung meningkat. Harga atas hasil produksi dari suatu perusahaan merupakan salah satu faktor penting yang perlu mendapat perhatian dari pimpinan, misalnya harga kursi teras mempunyai harga yang paling rendah dibanding dengan produk lainnya, tetapi dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Untuk tahun 1997 semester II harga yang ditetapkan Rp 1.650.600 pada tahun 1998 semester I mengalami peningkatan menjadi Rp. 1.925.600 dan untuk tahun-tahun selanjutnya juga mengalami peningkatan, begitu juga dengan produk yang lainnya.

Penentuan harga jual ditentukan dapat dilihat pada tabel 8 dibawah ini :

Tabel 8 : Daftar Harga Jual Furniture Sebelum dan Sesudah Diversifikasi PT Paradise Dinamis Tahun 1997-2002 Dalam Rupiah

Tahun	Semester	Jenis Produk				
		Kursi Teras	Kursi Tamu	Meja Makan	Strankorp	Tempat Tidur
1997	II	1.650.600	1.870.100	1.970.750	0	0
1998	I	1.925.600	2.173.100	2.324.750	0	0
	II	1.925.600	2.173.100	2.324.750	0	0
1999	I	2.025.825	2.298.175	2.476.445	0	0
	II	2.025.825	2.298.175	2.476.445	0	0
2000	I	2.100.000	2.350.000	2.500.000	3.050.000	3.500.000
	II	2.100.000	2.350.000	2.500.000	3.050.000	3.500.000
2001	I	2.525.000	2.810.000	2.975.000	3.500.000	3.950.000
	II	2.525.000	2.810.000	2.975.000	3.500.000	3.950.000
2002	I	2.525.000	2.810.000	2.975.000	3.500.000	3.950.000

Sumber : PT Paradise Dinamis Tahun 2002

Hasil penjualan PT Paradise Dinamis mengalami fluktuasi, seperti produk kursi tamu pada tahun 1999 semester II hasil penjualannya 751 unit, tahun 2000 semester I mengalami penurunan dengan hasil penjualan 427 unit dan pada tahun

2000 semester II kembali mengalami peningkatan dengan hasil penjualan sebesar 707 unit. Hal ini dikarenakan adanya persaingan yang ketat antar perusahaan furniture, begitu juga yang dialami oleh produk-produk lainnya. selengkapnya dapat dilihat pada tabel 9 di bawah ini.

Tabel 9 : Hasil Penjualan Furniture Sebelum dan Sesudah Diversifikasi PT. Paradise Dinamis Tahun 1997-2002 Dalam Unit

Tahun	Semester	Jenis Produk					Total	
		Kursi Teras	Kursi Tamu	Meja Makan	Stran korb	Tempat Tidur	Sblm. Diverifikasi	SSd. Diverifikasi
1997	II	454	377	254	0	0	1.085	
1998	I	637	525	240	0	0	1.402	
	II	798	578	395	0	0	1.771	
1999	I	849	627	330	0	0	1.806	
	II	1.046	751	397	0	0	2.194	
2000	I	649	427	325	237	218		1.856
	II	805	707	365	284	240		2.401
2001	I	772	579	440	102	365		2.258
	II	985	775	533	535	430		3.258
2002	I	854	678	496	521	492		3.041

Sumber : PT Paradise Dinamis Tahun 2002

Hasil penjualan PT. Paradise Dinamis 1997 semester II, untuk kursi teras sebesar Rp. 749.372.400, untuk kursi tamu Rp. 705.027.700, untuk meja makan Rp 500.570.500. Selengkapnya dapat dilihat pada tabel 10 berikut ini.

Tabel 10 : Hasil Penjualan Furniture Sebelum dan Sesudah Diversifikasi PT. Paradise Dinamis Tahun 1997-2002 Dalam Rupiah

Tahun	Semester	Jenis Produk						Total	
		Kursi Teras	Kursi Tamu	Meja Makan	Strankorp	Tempat Tidur	Sblm. Diverifikasi	SSd. Diverifikasi	
1997	II	749.372.400	705.027.700	500.570.500	0	0	1.954.970.600		
1998	I	1.226.607.200	1.140.877.500	557.940.000	0	0	2.925.424.700		
	II	1.536.628.800	1.256.051.800	918.276.250	0	0	3.710.956.850		
1999	I	1.719.925.425	1.440.955.725	817.226.850	0	0	3.978.108.000		
	II	2.119.012.950	1.725.929.425	983.148.665	0	0	4.828.091.040		
2000	I	1.362.900.000	1.003.450.000	812.500.000	722.850.000	763.000.000		4.664.700.000	
	II	1.690.500.000	1.661.450.000	912.500.000	866.200.000	840.000.000		5.970.650.000	
2001	I	1.949.300.000	1.626.990.000	1.309.000.000	357.000.000	1.441.750.000		6.684.040.000	
	II	2.487.125.000	2.177.750.000	1.585.675.000	1.872.500.000	1.698.500.000		9.821.550.000	
2002	I	2.156.350.000	1.905.180.000	1.475.600.000	1.823.500.000	1.943.400.000		9.304.030.000	

Sumber : Tabel 8 dan 9 diolah

4.2 Analisis Data

4.2.1 Menentukan Deversifikasi Produk Terhadap Hasil Penjualan

Guna mengetahui pengaruh pelaksanaan diversifikasi produk pada peningkatan hasil penjualan maka diperlukan data hasil penjualan sebelum dan sesudah diversifikasi produk, maka dapat dihitung rata-rata hasil penjualan dari masing-masing periode penjualan. Perbedaan rata-rata penjualan dari masing-masing periode akan dapat digunakan untuk menilai bahwa dengan diversifikasi produk dapat meningkatkan hasil penjualan atau tidak. Bila rata-rata hasil penjualan sesudah diversifikasi produk menghasilkan nilai yang lebih tinggi dari rata-rata sebelum diversifikasi produk maka dapat dikatakan bahwa adanya diversifikasi produk dapat meningkatkan hasil penjualan, demikian pula sebaliknya bila rata-rata hasil penjualan sesudah diversifikasi produk lebih kecil dari rata-rata hasil penjualan sebelum diversifikasi produk maka diversifikasi produk tidak dapat meningkatkan hasil penjualan. PT. Padarise Dinamis membandingkan rata-rata hasil penjualan sebelum diversifikasi produk sebesar 3.479,510 dengan varian 1.188.016,936. Sesudah diversifikasi rata-rata hasil penjualan 7.288,994 dan varian 4.866.282,305 Untuk perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada tabel 11 dan 12 di bawah ini.

Tabel 11 : Perhitungan Rata-rata Hasil Penjualan Sebelum Diversifikasi Pada PT Paradise Dinamis Tahun 1997-1999 Dalam Jutaan Rupiah

Tahun	Semester	Hasil Penjualan (X_i)	$(X_i - \bar{X})$	$(X_i - \bar{X})^2$
1997	II	1.954,971	-1524,539	2.324.219,163
1998	I	2.925,425	-554,085	307.010,187
	II	3.710,957	231,447	53.567,714
1999	I	3.978,108	498,598	248.599,966
	II	4.828,091	1.348,581	1.818.670,714
Jumlah		17.397,552	-	4.752.067,744

Sumber : Tabel 10 diolah

Tabel diatas dapat dicari rata-rata hasil penjualan dan varian sebelum diversifikasi produk :

$$\bar{X} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_i$$

$$\bar{X}_i = \frac{1}{5} \times 17397,552 = 3.479,510$$

$$S^2 = \frac{1}{(n-1)} \sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2$$

$$S^2 = \frac{1}{(5-1)} \times 4752067,744$$

$$= 1.188.016,936$$

Perhitungan rata-rata hasil penjualan dan varian sesudah diversifikasi produk dapat dilihat pada tabel 12 di bawah ini :

Tabel 12 : Perhitungan Rata-rata Hasil Sesudah Diversifikasi Pada PT. Paradise Dinamis Tahun 2000-2002 Dalam Jutaan Rupiah

Tahun	Semester	Hasil Penjualan (X _i)	(X _i - \bar{X})	(X _i - \bar{X}) ²
2000	I	4.664,700	-2.624,294	6.886.918,998
	II	5.970,650	-1.318,344	1.738.030,902
2001	I	6.684,040	-604,954	365.969,342
	II	9.821,550	2.532,556	6.413.839,893
2002	I	9.304,030	2.015,036	4.060.370,081
Jumlah		36.444,970	-	19.465.129,220

Sumber : Tabel 10 diolah

Tabel diatas dapat dicari rata-rata dan varian hasil penjualan sesudah diversifikasi produk :

$$\bar{X} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_i$$

$$\bar{X}_i = \frac{1}{5} \times 36.444,970$$

$$= 7.288,994$$

$$S^2 = \frac{1}{(n-1)} \sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2$$

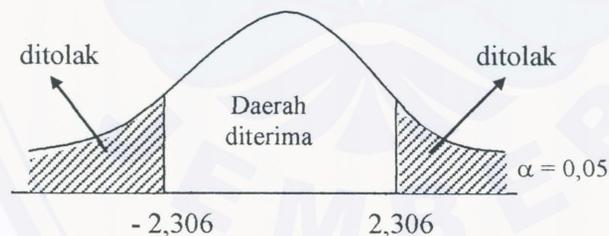
$$S^2 = \frac{1}{(5-1)} \cdot 19.465.129,220$$

$$= 4.866.282,305$$

Setelah rata-rata hasil penjualan dan varian diketahui baik sebelum dan sesudah diversifikasi produk dilakukan pengujian apakah sesudah diversifikasi produk dapat meningkatkan hasil penjualan atau tidak untuk itu diperlukan langkah-langkah sebagai berikut.

- $H_0 : X_1 = X_2$, artinya diversifikasi produk tidak dapat meningkatkan hasil penjualan
 $H_1 : X_1 \neq X_2$, artinya diversifikasi produk dapat meningkatkan hasil penjualan
- $\alpha = 0,005$ secara dwi arah menjadi $-t(0,025; n_1 + n_2 - 2)$ atau $t = -2,306$ dan $t = 2,306$
- Menentukan uji statistik

Gambar 6 : Diagram uji hipotesis untuk menentukan diversifikasi produk terhadap perubahan hasil penjualan



- Menghitung nilai t

$$t = \frac{\bar{X}_2 - \bar{X}_1}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}}$$

$$t = \frac{7.288,994 - 3.479,510}{\sqrt{\frac{(5-1)1.188.016,936 + (5-1)4.866.282,305}{5+5-2} \left(\frac{1}{5} + \frac{1}{5} \right)}}$$

$$t = 5,474$$

e. Interpretasi hasil

$$t_{\text{tabel}} = 2,306$$

$$t_{\text{hitung}} = 5,474$$

$t_{\text{tabel}} < t_{\text{hitung}}$, berarti pernyataan $H_0 : X_1 = X_2$, ditolak sedangkan $H_1 : X_1 \neq X_2$ diterima hal ini menunjukkan bahwa dengan dilaksanakannya diversifikasi produk dapat meningkatkan hasil penjualan.

4.2.2 Menentukan Diversifikasi Produk Terhadap Presentase Laba Operasi

4.2.2.1 Perhitungan laba Operasi

Untuk mengetahui apakah diversifikasi produk yang dilakukan perusahaan dapat meningkatkan presentase laba operasi atau tidak, perlu dilakukan analisis perbandingan presentase antara perolehan presentase laba operasi sebelum dan sesudah diversifikasi produk.

Pada tabel 13 di bawah disajikan presentase laba operasi sebelum dan sesudah diversifikasi produk periode 1997-2002

Tabel 13 : Presentase Laba Operasi PT. Paradise Dinamis Tahun 1997-2002

Thn	Smt.	Laba Operasi	Penjualan	LO/ Penjualan x 100%	
				Sebelum Diversifikasi	Sesudah Diversifikasi
1997	II	338844071	1.954970.600	17,332	
1998	I	613628045	2.925.424.700	20,976	
	II	600.138.195	3.710.956.850	16,172	
1999	I	869.618.621	3.978.108.000	21,860	
	II	908.295.804	4.828.091.040	18,813	
2000	I	1.099.851.015	4.664.700.000		23,578
	II	1.345.361.762	5.970.650.000		22,533
2001	I	1.565.084.111	6.684.040.000		23,415
	II	2.871.128.158	9.821.550.000		29,233
2002	I	2.257.293.481	9.304.030.000		24,261

Sumber Lampiran 1 sampai 10

4.2.2.2 Perbandingan Prosentase Laba Operasi Sebelum dan Sesudah Diversifikasi Produk

Untuk mengevaluasi diversifikasi produk yang dilaksanakan perusahaan pada perubahan prosentase laba operasi, diperlukan data perolehan prosentase laba operasi sebelum dan sesudah diversifikasi produk.

Bila prosentase laba operasi sesudah diversifikasi produk menghasilkan nilai yang lebih besar dari sebelum diversifikasi produk berarti kebijakan diversifikasi produk dapat diteruskan. Sebaliknya jika prosentase laba operasi setelah diversifikasi produk lebih kecil maka kebijakan perlu ditinjau ulang. Dalam perhitungan di bawah ini akan dibandingkan rata-rata prosentase laba operasi sebelum dan sesudah diversifikasi produk, untuk rata-rata sebelum diversifikasi produk sebesar 19,03 sedangkan rata-rata operasi sesudah diversifikasi produk sebesar 24,604 dan akan dibandingkan varian sebelum dan sesudah diversifikasi produk, untuk varian sebelum diversifikasi sebesar 5,72 dan sesudah diversifikasi 7,075 Untuk lebih lengkapnya dapat dilihat pada tabel 14 dan 15 dibawah ini.

Tabel 14: Perolehan Laba Operasi Sebelum Diversifikasi Produk Pada PT. Paradise Dinamis Tahun 1997-1999 dalam Persen

Tahun	Semester	Laba Operasi (X_i)	$(X_i - \bar{X})$	$(X_i - \bar{X})^2$
1997	II	17,332	-1,698	2,884
1998	I	20,976	1,945	3,783
	II	16,172	-2,859	8,171
1999	I	21,860	2,829	8,006
	II	18,813	-0,218	0,047
Jumlah		95,153		22,8918

Sumber : Tabel 13 diolah

Tabel diatas dapat dicari rata-rata laba operasi sebelum diversifikasi produk :

$$\bar{X} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_i$$

$$\bar{X}_i = \frac{1}{5} \times 95,153$$

$$= 19,03$$

$$S^2 = \frac{1}{(n-1)} \sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2$$

$$S^2 = \frac{1}{(5-1)} \times 22,8918$$

$$= 5,72$$

Rata-rata prosentase laba operasi dan varian sesudah diversifikasi produk adalah sebagai berikut :

Tabel 15 : Perolehan Laba Operasi Sesudah Diversifikasi Produk Pada PT. Paradise Dinamis 2000-2002 dalam Persen

Tahun	Semester	Laba Operasi (X _i)	(X _i - \bar{X})	(X _i - \bar{X}) ²
2000	I	23,578	(1,026)	1,0526
	II	22,533	(2,071)	4,2900
2001	I	23,415	(1,189)	1,4135
	II	29,233	4,629	21,4258
2002	I	24,261	(0,343)	0,1174
Jumlah		123,0207		28,299

Sumber : Tabel 13 diolah

Tabel diatas dapat dicari rata-rata laba operasi sebelum diversifikasi produk :

$$\bar{X} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_i$$

$$\bar{X}_i = \frac{1}{5} \times 123,0207$$

$$= 24,604$$

$$S^2 = \frac{1}{(n-1)} \sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2$$

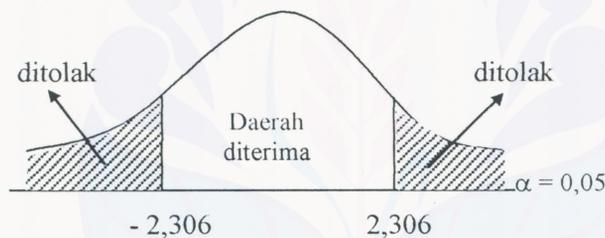
$$S^2 = \frac{1}{(5-1)} \times 28,299$$

$$= 7,075$$

Setelah rata-rata prosentase laba operasi dan varian diketahui baik sebelum dan sesudah diversifikasi produk dilakukan pengujian apakah sesudah diversifikasi produk dapat meningkatkan prosentase hasil penjualan atau tidak untuk itu diperlukan langkah-langkah sebagai berikut.

- a. $H_0 : X_1 = X_2$, artinya diversifikasi produk tidak dapat meningkatkan rata-rata prosentase laba operasi
 $H_1 : X_1 \neq X_2$, artinya diversifikasi produk dapat meningkatkan rata-rata prosentase laba operasi
- b. $\alpha = 0,005$ secara dwi arah menjadi $-t(0,025; n_1 + n_2 - 2)$ atau $t = -2,306$ dan $t = 2,306$
- c. Menentukan uji statistik

Gambar 7 : Diagram uji hipotesis untuk menentukan diversifikasi produk terhadap perubahan prosentase laba operasi



- d. Menghitung nilai t

$$t = \frac{\bar{X}_2 - \bar{X}_1}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}}$$

$$t = \frac{24,604 - 19,03}{\sqrt{\frac{(5 - 1)5,72 + (5 - 1)7,075}{5 + 5 - 2} \left(\frac{1}{5} + \frac{1}{5} \right)}}$$

$$t = 3,48$$

- e. Interpretasi

$$t_{\text{tabel}} = 2,306$$

$$t_{\text{hitung}} = 3,48$$

Berarti $H_0 : X_1 = X_2$ ditolak sedangkan $H_1 : X_1 \neq X_2$ diterima hal ini menunjukkan bahwa dengan diadakannya diversifikasi produk dapat meningkatkan prosentase laba operasi

V. KESIMPULAN DAN SARAN



5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan :

- a. Berdasarkan perhitungan analisis rata-rata diperoleh rata-rata hasil penjualan setelah diversifikasi produk lebih tinggi dari rata-rata hasil penjualan sebelum diversifikasi produk berarti dengan diversifikasi produk terjadi kenaikan rata-rata hasil penjualan sebesar 3.809,285 dalam jutaan rupiah (7.288,794–3479,509 dalam jutaan rupiah). Demikian pula dengan uji t diperoleh t_{hitung} sebesar 5,474 lebih besar dari $t_{tabel} = 2,306$ berarti diversifikasi produk baru dapat meningkatkan rata-rata hasil penjualan.
- b. Berdasarkan perhitungan analisis rata-rata prosentase laba operasi diperoleh nilai rata-rata prosentase laba operasi sesudah diversifikasi produk lebih tinggi daripada prosentase rata-rata laba operasi sebelum diversifikasi produk berarti dengan diversifikasi produk terjadi kenaikan prosentase laba operasi sebesar 5,574 (24,604–19,03). Demikian pula hasil uji t diperoleh $t_{hitung} = 3,48$ lebih besar daripada $t_{tabel} = 2,306$ berarti diversifikasi produk baru dapat meningkatkan perolehan prosentase laba operasi.

5.2 Saran

Atas dasar kesimpulan maka kepada perusahaan disarankan :

- a. Sebaiknya perusahaan tetap mempertahankan kebijakan diversifikasi produk, karena kebijakan yang dilaksanakan oleh PT. Paradise Dinamis berhasil mencapai tujuan yang diharapkan.
- b. Perusahaan sebaiknya memperhatikan kualitas dari produk dan pesaing agar tetap eksis di dalam industri ini.
- c. Sebaiknya perusahaan memperluas daerah pemasaran selain Jerman

DAFTAR PUSTAKA

- Dajan,A, 1993, *Pengantar Metode Statistik Jilid II*,LP3ES,Jakarta
- Djarwanto,Ps dan Pangestu Subagyo, 1993,*Statistik Induktif*, Edisi IV,BPFE, Yogyakarta
- Husnan, Suad. 1998. *Perencanaan Perusahaan*. BPFE. Yogyakarta
- Kolter, Philip, 1997, *Manajemen Pemasaran dan Pengendalian, Edisi II*. Erlangga, Jakarta
- Nijman and Van der Work. 1990. *Strategi Pemasaran Modern, Terjemahan*. Erlangga. Jakarta
- Nitisasmito, Alex, 1997, *Marketing*, Ghalia Indonesia, Jakarta
- Paradina, Astri , 1994, *Evaluasi Pengembangan Produk Terhadap Perubahan Laba Operasi Pada Perusahaan Rokok CV. Ulung di Sumberrejo Bojonegoro*, Skripsi, FE – UNEJ, Jember
- Parkinson, C. Nortice, MK Rustomji, Viera E Walter. 1993. *Marketing Potential : Teknik Pemasaran Tingkat Profesional*.,Dahara Prize, Semarang
- Pgultinan and Paul. 1990. *Strategi dan Program Manajemen, Terjemahan*. Erlangga, Jakarta
- Pride, M. William dan Ferrill O.C. 1991. *Marketing Concept and Strateg*., Houghton Mifflih Company, Borton
- Radiosunu, 1990, *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Analisis*, BPFE. Yogyakarta
- Riyanto, Bambang, 1991, *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Yayasan Badan Penerbit Gajah Mada, Yogyakarta
- Soehartono, Budi, 1995, *Hubungan Diversifikasi Produk terhadap peningkatan Volume Penjualan Pada Perusahaan Sepatu PT. Fortune Sidoarjo*, Skripsi, FE – UNEJ, Jember
- Syamsudin Lukman, 1992, *Manajemen Keuangan Perusaha*a, Rajawali Press. Jakarta
- S.H. Rewoldt, dkk, 1991, *Strategi Peromosi Pemasaran*, Renika Cipta, Jakarta
- Sumarni, Murti dan Soeprihanto, John, 1995, *Pengantar Bisnis, Edisi 4*, Liberty. Yogyakarta
- Swasta Basu, 1998, *Dasar-dasar Pemasaran*, Liberty, Yogyakarta
- , 1990. *Manajemen Pemasaran*. Liberty. Yogyakarta
- Tjipto, Fandi, 1995 *Strategi Pemasaran Modern*. Andi Offet. Yogyakarta

Lampiran 1 : Laporan Laba Rugi Semester II Tahun 1997 Pada PT. Paradise Dinamis

LAPORAN LABA RUGI

Semester II Tahun 1997

(Dalam Rupiah)

Realisasi Export Selama Semester II Tahun 1997		1.954.970.600
Harga Pokok Penjualan		1.475.208.720
Laba Kotor		479.761.880
Biaya-biaya Pemasaran		
Biaya Ekspor	55.449.420	
Biaya Bensin Bahan Bakar Bag. Pemasaran	8.362.830	
Biaya Perjalanan Direksi	7.144.850	
Biaya Administrasi Pemasaran	7.052.000	
		78.009.100
Biaya-Biaya Operasional		
Biaya Administrasi Bank	6.860.000	
Biaya Gaji Staf dan Manager	12.251.925	
Biaya Ijin dan Kunsultasi Hukum	5.756.805	
Biaya alat tulis kantor	4.285.665	
Biaya Telepon, Fax, dan Pos	7.042.792	
Biaya Keamanan	6.376.375	
Biaya Pemeliharaan Gedung	5.261.603	
Biaya Keperluan Kantor Lainnya	5.380.129	
Biaya Umum lainnya	4.323.617	
Biaya Penyusutan	5.369.798	
		62.908.709
Laba Operasi		338.844.071
LO/Penjualan x 100%		17,332%

Sumber : PT. Paradise Dinamis Tabel 10 dan Lampiran 11

Lampiran 2 : Laporan Laba Rugi Semester I Tahun 1998 Pada PT. Paradise Dinamis

LAPORAN LABA RUGI

Semester I Tahun 1998

(Dalam Rupiah)

Realisasi Export Selama Semester I Tahun 1998		2.925.424.700
Harga Pokok Penjualan		2.119.595.802
Laba Kotor		805.828.898
Biaya-biaya Pemasaran		
Biaya Eksport	75.556.835	
Biaya Bensin Bahan Bakar Bag. Pemasaran	11.185.675	
Biaya Perjalanan Direksi	10.175.800	
Biaya Administrasi Pemasaran	8.321.447	
		105.239.757
Biaya-Biaya Operasional		
Biaya Administrasi Bank	7.365.980	
Biaya Gaji Staf dan Manager	25.925.422	
Biaya Ijin dan Kunsultasi Hukum	7.225.127	
Biaya alat tulis kantor	8.124.734	
Biaya Telepon, Fax, dan Pos	7.171.462	
Biaya Keamanan	7.250.000	
Biaya Pemeliharaan Gedung	5.250.525	
Biaya Keperluan Kantor Lainnya	7.328.523	
Biaya Umum lainnya	5.129.523	
Biaya Penyusutan	6.189.800	
		86.961.096
Laba Operasi		613.628.045
LO/Penjualan x 100%		20,976%

Sumber : PT. Paradise Dinamis Tabel 10 dan Lampiran 12

Lampiran 3 : Laporan Laba Rugi Semester II Tahun 1998 Pada PT. Paradise Dinamis**LAPORAN LABA RUGI****Semester II Tahun 1998****(Dalam Rupiah)**

Realisasi Export Selama Tahun 1998 Semester II		3.710.956.850
Harga Pokok Penjualan		2.868.109.307
Laba Kotor		842.847.543
Biaya-biaya Pemasaran		
Biaya Eksport	134.449.420	
Biaya Bensin Bahan Bakar Bag. Pemasaran	11.085.667	
Biaya Perjalanan Direksi	10.568.446	
Biaya Administrasi Pemasaran	6.450.620	
		162.554.153
Biaya-Biaya Operasional		
Biaya Administrasi Bank	6.008.756	
Biaya Gaji Staf dan Manager	24.250.464	
Biaya Ijin dan Kunsultasi Hukum	7.241.282	
Biaya alat tulis kantor	7.158.470	
Biaya Telepon, Fax, dan Pos	5.142.792	
Biaya Keamanan	6.456.325	
Biaya Pemeliharaan Gedung	5.115.603	
Biaya Keperluan Kantor Lainnya	5.131.125	
Biaya Umum lainnya	6.580.560	
Biaya Penyusutan	7.069.098	
		80.154.475
Laba Operasi		600.138.915
LO/Penjualan x 100%		16,172%

Sumber : PT. Paradise Dinamis Tabel 10 dan Lampiran 13

Lampiran 4 : Laporan Laba Rugi Semester I Tahun 1999 Pada PT. Paradise Dinamis

LAPORAN LABA RUGI

Semester I Tahun 1999

(Dalam Rupiah)

Realisasi Export Selama Semester I Tahun 1999		3.978.108.000
Harga Pokok Penjualan		2.783.151.358
Laba Kotor		1.194.956.642
Biaya-biaya Pemasaran		
Biaya Eksport	139.251.200	
Biaya Bensin Bahan Bakar Bag. Pemasaran	19.765.425	
Biaya Perjalanan Direksi	16.978.100	
Biaya Administrasi Pemasaran	10.325.906	
		186.320.631
Biaya-Biaya Operasional		
Biaya Administrasi Bank	10.213.320	
Biaya Gaji Staf dan Manager	33.354.125	
Biaya Ijin dan Kunsultasi Hukum	12.325.347	
Biaya alat tulis kantor	10.424.525	
Biaya Telepon, Fax, dan Pos	14.465.125	
Biaya Keamanan	11.380.375	
Biaya Pemeliharaan Gedung	12.322.698	
Biaya Keperluan Kantor Lainnya	10.380.120	
Biaya Umum lainnya	11.778.645	
Biaya Penyusutan	12.373.110	
		139.017.390
Laba Operasi		869.618.621
LO/Penjualan x 100%		21,860%

Sumber : PT. Paradise Dinamis Tabel 10 dan Lampiran 14

Lampiran 5 : Laporan Laba Rugi Semester II Tahun 1999 Pada PT. Paradise Dinamis**LAPORAN LABA RUGI****Semester II Tahun 1999****(Dalam Rupiah)**

Realisasi Export Selama Semester II Tahun 1999		4.828.091.040
Harga Pokok Penjualan		3.415.705.222
Laba Kotor		1.412.385.818
Biaya-biaya Pemasaran		
Biaya Eksport	150.058.400	
Biaya Bensin Bahan Bakar Bag. Pemasaran	41.901.305	
Biaya Perjalanan Direksi	27.851.220	
Biaya Administrasi Pemasaran	23.580.945	
		243.391.870
Biaya-Biaya Operasional		
Biaya Administrasi Bank	26.969.841	
Biaya Gaji Staf dan Manager	37.560.125	
Biaya Ijin dan Kunsultasi Hukum	27.856.565	
Biaya alat tulis kantor	25.958.335	
Biaya Telepon, Fax, dan Pos	24.985.410	
Biaya Keamanan	19.816.673	
Biaya Pemeliharaan Gedung	25.925.891	
Biaya Keperluan Kantor Lainnya	22.851.258	
Biaya Umum lainnya	23.852.961	
Biaya Penyusutan	24.921.085	
		260.698.144
Laba Operasi		908.295.804
LO/Penjualan x 100%		18,813%

Sumber : PT. Paradise Dinamis Tabel 10 dan Lampiran 15

Lampiran 6 : Laporan Laba Rugi Semester I Tahun 2000 Pada PT. Paradise Dinamis

LAPORAN LABA RUGI

Semester I Tahun 2000

(Dalam Rupiah)

Realisasi Export Selama Semester I Tahun 2000		4.664.700.000
Harga Pokok Penjualan		3.074.463.622
Laba Kotor		1.590.236.378
Biaya-biaya Pemasaran		
Biaya Eksport	155.610.320	
Biaya Bensin Bahan Bakar Bag. Pemasaran	39.985.250	
Biaya Perjalanan Direksi	32.932.120	
Biaya Administrasi Pemasaran	29.791.650	
		258.319.340
Biaya-Biaya Operasional		
Biaya Administrasi Bank	23.926.345	
Biaya Gaji Staf dan Manager	37.569.775	
Biaya Ijin dan Kunsultasi Hukum	25.669.750	
Biaya alat tulis kantor	22.673.425	
Biaya Telepon, Fax, dan Pos	22.754.670	
Biaya Keamanan	19.874.675	
Biaya Pemeliharaan Gedung	25.450.126	
Biaya Keperluan Kantor Lainnya	17.780.920	
Biaya Umum lainnya	12.605.850	
Biaya Penyusutan	23.760.487	
		232.066.023
Laba Operasi		1.099.851.015
LO/Penjualan x 100%		23,578%

Sumber : PT. Paradise Dinamis Tabel 10 dan Lampiran 16

Lampiran 7 : Laporan Laba Rugi Semester II Tahun 2000 Pada PT. Paradise Dinamis

LAPORAN LABA RUGI
Semester II Tahun 2000
(Dalam Rupiah)

Realisasi Export Selama Semester II Tahun 2000		5.970.650.000
Harga Pokok Penjualan		4.016.370.918
Laba Kotor		1.954.279.082
Biaya-biaya Pemasaran		
Biaya Eksport	327.987.456	
Biaya Bensin Bahan Bakar Bag. Pemasaran	38.687.100	
Biaya Perjalanan Direksi	23.189.510	
Biaya Administrasi Pemasaran	18.632.140	
		408.496.206
Biaya-Biaya Operasional		
Biaya Administrasi Bank	15.458.194	
Biaya Gaji Staf dan Manager	33.338.100	
Biaya Ijin dan Kunsultasi Hukum	21.318.105	
Biaya alat tulis kantor	18.168.225	
Biaya Telepon, Fax, dan Pos	20.498.102	
Biaya Keamanan	18.147.825	
Biaya Pemeliharaan Gedung	21.545.613	
Biaya Keperluan Kantor Lainnya	15.330.550	
Biaya Umum lainnya	15.365.925	
Biaya Penyusutan	21.250.475	
		200.421.114
Laba Operasi		1.345.361.762
LO/Penjualan x 100%		22,533%

Sumber : PT. Paradise Dinamis Tabel 10 dan Lampiran 17

Lampiran 8 : Laporan Laba Rugi Semester I Tahun 2001 Pada PT. Paradise Dinamis

LAPORAN LABA RUGI

Semester I Tahun 2001

(Dalam Rupiah)

Realisasi Export Selama Semester I Tahun 2001		6.684.040.000
Harga Pokok Penjualan		4.344.465.331
Laba Kotor		2.339.574.669
Biaya-biaya Pemasaran		
Biaya Eksport	200.478.210	
Biaya Bensin Bahan Bakar Bag. Pemasaran	85.942.110	
Biaya Perjalanan Direksi	50.568.400	
Biaya Administrasi Pemasaran	36.898.100	
		373.886.820
Biaya-Biaya Operasional		
Biaya Administrasi Bank	34.896.325	
Biaya Gaji Staf dan Manager	50.735.115	
Biaya Ijin dan Kunsultasi Hukum	40.943.345	
Biaya alat tulis kantor	40.981.256	
Biaya Telepon, Fax, dan Pos	38.721.362	
Biaya Keamanan	34.732.333	
Biaya Pemeliharaan Gedung	38.823.615	
Biaya Keperluan Kantor Lainnya	37.962.125	
Biaya Umum lainnya	39.823.545	
Biaya Penyusutan	42.984.717	
		400.603.738
LO/Penjualan x 100%		1.565.084.111
LO/Penjualan		23,415%

Sumber : PT. Paradise Dinamis Tabel 10 dan Lampiran 18

Lampiran 9 : Laporan Laba Rugi Semester II Tahun 2001 Pada PT. Paradise Dinamis

LAPORAN LABA RUGI
Semester II Tahun 2001
(Dalam Rupiah)

Realisasi Export Selama Semester II Tahun 2001	9.821.550.000
Harga Pokok Penjualan	5.948.343.538
Laba Kotor	3.873.206.462
Biaya-biaya Pemasaran	
Biaya Eksport	480.125.621
Biaya Bensin Bahan Bakar Bag. Pemasaran	75.985.225
Biaya Perjalanan Direksi	40.265.720
Biaya Administrasi Pemasaran	41.584.100
	637.960.666
Biaya-Biaya Operasional	
Biaya Administrasi Bank	39.981.000
Biaya Gaji Staf dan Manager	43.686.145
Biaya Ijin dan Kunsultasi Hukum	37.542.255
Biaya alat tulis kantor	35.864.565
Biaya Telepon, Fax, dan Pos	36.785.132
Biaya Keamanan	33.874.325
Biaya Pemeliharaan Gedung	34.854.196
Biaya Keperluan Kantor Lainnya	33.779.220
Biaya Umum lainnya	32.096.685
Biaya Penyusutan	35.653.515
	364.117.038
Laba Operasi	2.871.128.758
LO/Penjualan x 100%	29,233%

Sumber : PT. Paradise Dinamis Tabel 10 dan Lampiran 19

Lampiran 10 : Laporan Laba Rugi Semester I Tahun 2002 Pada PT. Paradise Dinamis

LAPORAN LABA RUGI**Semester I Tahun 2002****(Dalam Rupiah)**

Realisasi Export Selama Semester I Tahun 2002		9.304.030.000
Harga Pokok Penjualan		6.052.404.435
Laba Kotor		3.251.625.565
Biaya-biaya Pemasaran		
Biaya Eksport	452.233.166	
Biaya Bensin Bahan Bakar Bag. Pemasaran	45.075.133	
Biaya Perjalanan Direksi	43.451.220	
Biaya Administrasi Pemasaran	42.580.945	
		583.340.464
Biaya-Biaya Operasional		
Biaya Administrasi Bank	40.569.841	
Biaya Gaji Staf dan Manager	50.259.950	
Biaya Ijin dan Kunsultasi Hukum	45.991.325	
Biaya alat tulis kantor	38.652.190	
Biaya Telepon, Fax, dan Pos	51.456.100	
Biaya Keamanan	35.698.362	
Biaya Pemeliharaan Gedung	37.665.258	
Biaya Keperluan Kantor Lainnya	34.763.110	
Biaya Umum lainnya	38.676.521	
Biaya Penyusutan	37.258.963	
		410.991.620
Laba Operasi		2.257.293.481
LO/Penjualan x 100%		24,261%

Sumber : PT. Paradise Dinamis Tabel 10 dan Lampiran 20

Lampiran 11 : Perhitungan HPP Semester II 1997 Pada PT Paradise Dinamis

Keterangan	Jumlah
Persediaan Awal Bahan Baku	Rp 62.152.628
Pembelian Bahan Baku	Rp 1.104.866.376
Bahan Tersedia	Rp 1.167.019.004
Persediaan Akhir Bahan	Rp 55.504.923
Bahan Dipakai	Rp 1.111.514.081
Upah TKL	Rp 332.754.981
Biaya FOH	Rp 25.539.033
Biaya Produksi	Rp 1.469.808.095
Barang Dalam Proses Awal	Rp 15.784.073
Barang Dalam Proses Akhir	Rp 12.974.985
HPP Barang Jadi	Rp 1.472.617.183
Persediaan Awal Barang Jadi	Rp 43.346.497
Barang Siap Jual	Rp 1.515.963.680
Persediaan Akhir Barang Jadi	Rp 40.754.960
HPP Penjualan	Rp 1.475.208.720

Sumber : PT. Paradise Dinamis

Lampiran 12 : Perhitungan HPP Semester I 1998 Pada PT. Paradise Dinamis

Keterangan	Jumlah
Persediaan Awal Bahan Baku	Rp 55.504.923
Pembelian Bahan Baku	Rp 1.989.193.688
Bahan Tersedia	Rp 2.044.698.611
Persediaan Akhir Bahan	Rp 91.027.103
Bahan Dipakai	Rp 1.953.671.508
Upah TKL	Rp 306.663.532
Biaya FOH	Rp 148.333.613
Biaya Produksi	Rp 2.408.666.653
Barang Dalam Proses Awal	Rp 12.974.985
Barang Dalam Proses Akhir	Rp 244.420.414
HPP Barang Jadi	Rp 2.177.223.224
Persediaan Awal Barang Jadi	Rp 40.754.960
Barang Siap Jual	Rp 2.217.978.184
Persediaan Akhir Barang Jadi	Rp 98.382.382
HPP Penjualan	Rp 2.119.595.802

Sumber : PT. Paradise Dinamis

Lampiran 13 : Perhitungan HPP Semester II 1998 Pada PT. Paradise Dinamis

Keterangan	Jumlah
Persediaan Awal Bahan Baku	Rp 91.027.103
Pembelian Bahan Baku	Rp 2.728.503.582
Bahan Tersedia	Rp 2.819.530.685
Persediaan Akhir Bahan	Rp 92.852.353
Bahan Dipakai	Rp 2.726.678.332
Upah TKL	Rp 424.216.203
Biaya FOH	Rp 211.582.617
Biaya Produksi	Rp 3.362.477.152
Barang Dalam Proses Awal	Rp 244.420.414
Barang Dalam Proses Akhir	Rp 553.171.165
HPP Barang Jadi	Rp 305.372.641
Persediaan Awal Barang Jadi	Rp 98.382.382
Barang Siap Jual	Rp 3.152.108.783
Persediaan Akhir Barang Jadi	Rp 283.999.476
HPP Penjualan	Rp 2.868.109.307

Sumber : PT. Paradise Dinamis

Lampiran 14 : Perhitungan HPP Semester I 1999 Pada PT. Paradise Dinamis

Keterangan	Jumlah
Persediaan Awal Bahan Baku	Rp 92.852.353
Pembelian Bahan Baku	Rp 1.786.560.656
Bahan Tersedia	Rp 1.879.413.009
Persediaan Akhir Bahan	Rp 404.200.985
Bahan Dipakai	Rp 1.475.212.024
Upah TKL	Rp 411.436.683
Biaya FOH	Rp 274.980.080
Biaya Produksi	Rp 2.161.628.788
Barang Dalam Proses Awal	Rp 553.171.165
Barang Dalam Proses Akhir	Rp 59.551.552
HPP Barang Jadi	Rp 2.655.248.401
Persediaan Awal Barang Jadi	Rp 283.999.476
Barang Siap Jual	Rp 2.939.247.877
Persediaan Akhir Barang Jadi	Rp 156.096.518
HPP Penjualan	Rp 2.783.151.358

Sumber : PT. Paradise Dinamis

Lampiran 15 : Perhitungan HPP Semester II 1999 Pada PT. Paradise Dinamis

Keterangan	Jumlah
Persediaan Awal Bahan Baku	Rp 404.200.985
Pembelian Bahan Baku	Rp 2.370.384.319
Bahan Tersedia	Rp 2.774.585.304
Persediaan Akhir Bahan	Rp 230.788.450
Bahan Dipakai	Rp 2.543.796.854
Upah TKL	Rp 699.829.504
Biaya FOH	Rp 434.056.643
Biaya Produksi	Rp 3.677.683.000
Barang Dalam Proses Awal	Rp 59.511.552
Barang Dalam Proses Akhir	Rp 131.897.126
HPP Barang Jadi	Rp 3.605.337.426
Persediaan Awal Barang Jadi	Rp 156.096.518
Barang Siap Jual	Rp 3.761.433.945
Persediaan Akhir Barang Jadi	Rp 345.728.723
HPP Penjualan	Rp 3.415.705.222

Sumber : PT. Paradise Dinamis

Lampiran 16 : Perhitungan HPP Semester I 2000 Pada PT. Paradise Dinamis

Keterangan	Jumlah
Persediaan Awal Bahan Baku	Rp 230.788.450
Pembelian Bahan Baku	Rp 1.423.614.790
Bahan Tersedia	Rp 1.654.403.240
Persediaan Akhir Bahan	Rp 150.799.972
Bahan Dipakai	Rp 1.503.603.268
Upah TKL	Rp 1.277.875.537
Biaya FOH	Rp 366.445.998
Biaya Produksi	Rp 3.147.924.803
Barang Dalam Proses Awal	Rp 131.897.126
Barang Dalam Proses Akhir	Rp 360.445.957
HPP Barang Jadi	Rp 2.919.375.973
Persediaan Awal Barang Jadi	Rp 345.728.723
Barang Siap Jual	Rp 3.265.104.696
Persediaan Akhir Barang Jadi	Rp 190.641.074
HPP Penjualan	Rp 3.074.463.622

Sumber : PT. Paradise Dinamis

Lampiran 17 : Perhitungan HPP Semester II 2000 PT. Paradise Dinamis

Keterangan	Jumlah
Persediaan Awal Bahan Baku	Rp 150.799.972
Pembelian Bahan Baku	Rp 2.597.197.796
Bahan Tersedia	Rp 2.747.997.768
Persediaan Akhir Bahan	Rp 345.881.186
Bahan Dipakai	Rp 2.402.116.582
Upah TKL	Rp 1.853.113.775
Biaya FOH	Rp 474.050.023
Biaya Produksi	Rp 4.729.280.380
Barang Dalam Proses Awal	Rp 360.445.957
Barang Dalam Proses Akhir	Rp 826.734.072
HPP Barang Jadi	Rp 4.262.992.264
Persediaan Awal Barang Jadi	Rp 190.641.074
Barang Siap Jual	Rp 4.453.633.338
Persediaan Akhir Barang Jadi	Rp 437.262.420
HPP Penjualan	Rp 4.016.370.918

Sumber : PT. Paradise Dinamis

Lampiran 18 : Perhitungan HPP Semester I 2001 PT. Paradise Dinamis

Keterangan	Jumlah
Persediaan Awal Bahan Baku	Rp 345.881.186
Pembelian Bahan Baku	Rp 1.221.818.903
Bahan Tersedia	Rp 1.567.700.089
Persediaan Akhir Bahan	Rp 566.825.159
Bahan Dipakai	Rp 1.000.874.930
Upah TKL	Rp 22.034.771.254
Biaya FOH	Rp 523.200.262
Biaya Produksi	Rp 3.558.846.446
Barang Dalam Proses Awal	Rp 826.734.072
Barang Dalam Proses Akhir	Rp 124.977.691
HPP Barang Jadi	Rp 4.260.602.827
Persediaan Awal Barang Jadi	Rp 437.262.420
Barang Siap Jual	Rp 4.697.865.247
Persediaan Akhir Barang Jadi	Rp 353.399.917
HPP Penjualan	Rp 4.344.465.331

Sumber : PT. Paradise Dinamis

Lampiran 19 : Perhitungan HPP Semester II 2001 Pada PT. Paradise Dinamis

Keterangan	Jumlah
Persediaan Awal Bahan Baku	Rp 566.825.159
Pembelian Bahan Baku	Rp 3.380.294.157
Bahan Tersedia	Rp 3.947.119.316
Persediaan Akhir Bahan	Rp 600.664.010
Bahan Dipakai	Rp 3.346.455.306
Upah TKL	Rp 2.670.923.482
Biaya FOH	Rp 529.487.886
Biaya Produksi	Rp 6.546.866.674
Barang Dalam Proses Awal	Rp 124.977.691
Barang Dalam Proses Akhir	Rp 281.343.788
HPP Barang Jadi	Rp 6.390.500.577
Persediaan Awal Barang Jadi	Rp 353.399.917
Barang Siap Jual	Rp 6.743.900.493
Persediaan Akhir Barang Jadi	Rp 795.556.955
HPP Penjualan	Rp 5.948.343.538

Sumber : PT. Paradise Dinamis

Lampiran 20 : Perhitungan HPP Semester I 2002 Pada PT. Paradise Dinamis

Keterangan	Jumlah
Persediaan Awal Bahan Baku	Rp 600.664.010
Pembelian Bahan Baku	Rp 2.742.487.659
Bahan Tersedia	Rp 3.343.151.669
Persediaan Akhir Bahan	Rp 400.262.400
Bahan Dipakai	Rp 2.942.889.269
Upah TKL	Rp 2.558.593.587
Biaya FOH	Rp 404.297.613
Biaya Produksi	Rp 5.905.780.469
Barang Dalam Proses Awal	Rp 281.343.788
Barang Dalam Proses Akhir	Rp 275.487.256
HPP Barang Jadi	Rp 5.911.637.011
Persediaan Awal Barang Jadi	Rp 795.556.955
Barang Siap Jual	Rp 6.707.193.956
Persediaan Akhir Barang Jadi	Rp 654.789.521
HPP Penjualan	Rp 6.052.404.435

Sumber : PT. Paradise Dinamis

