

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Profil Perusahaan

5.1.1. Sejarah Perusahaan

Adam's Apple merupakan agroindustri yang berbentuk bisnis keluarga dan didirikan oleh seorang pakar pengolah bahan makanan yaitu Ibu Chusnul S.Pd pada tahun 2008. Pada awalnya, perusahaan ini bergerak di bidang kuliner pada tahun 2000 dengan membuka restoran bernama Watu Lontar di Kota Batu. Restoran ini dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun wisatawan asing. Para wisatawan tersebut menjadikan restoran ini sebagai tempat informasi untuk mengetahui tempat-tempat yang termasuk tempat wisata di Kota Batu dan tidak sedikit pula yang ingin mengetahui tempat membeli oleh-oleh khas Kota Batu. Melihat di Kota Batu masih jarang terdapat rumah oleh-oleh pada saat itu dandengan banyaknya permintaan wisatawan luar kota yang ingin berwisata oleh-oleh khas Kota Batu, maka Ibu Chusnul mendirikan Rumah Oleh-Oleh Adam's Apple untuk memenuhi keinginan wisatawan. Ibu Chusnul mengambil peluang dengan memanfaatkan buah apel sebagai buah khas Kota Batu untuk diolah menjadi produk olahan.

Adam's Apple merupakan agroindustri berbasis pertanian yang mengutamakan produk olahan berbahan dasar apel organik yang berkualitas, higienis, berorientasi kesehatan dan penuh inovasi. Adam's Apple ini terdiri dari 2 jenis usaha yaitu Apple House yang merupakan perpaduan antara toko oleh-oleh khas Batu dengan tempat transit dan istirahat wisatawan yang terletak di Jl. Diponegoro 16, Batu dan Adam's Apple Industri yang merupakan pabrik pengolahan buah apel terletak di Jl. Dewi Sartika 24-26 Batu. Nama Adam's Apple berasal dari bahasa Inggris yang berarti apel milik Adam, yaitu perusahaan olahan apel yang dijalankan oleh Adam Bachtiar sebagai General Manager. Modal awal usaha ini adalah Rp.70.000.000. Produk awal usaha ini adalah sari apel. Produk sari apel awalnya dihasilkan atas kerjasama Adam's Apple dengan sebuah perusahaan sari apel. Akibat permintaan pasar akan sari apel yang meningkat sedangkan pihak mitra perusahaan tidak bisa memenuhi permintaan, maka pada tahun 2009 Adam's Apple mendirikan pabrik sendiri. Produk kedua dari usaha ini

adalah keripik apel. Dalam pengembangan keripik apel, Adam's Apple melakukan kerjasama dengan petani dalam memenuhi permintaan pasar. Hal ini dikarenakan keterbatasan modal untuk membeli mesin produksi keripik apel, selain itu juga karena pada saat itu Adam's Apple masih berkonsentrasi dalam pengembangan produk sari apel. Pada tahun 2010, Adam's Apple mulai berkembang dengan menghasilkan produk olahan apel lainnya seperti madu apel, cuka apel, cokelat apel dan pie apel. Produk olahan tersebut hingga saat ini diproduksi hanya pada saat acara tertentu maupun pada saat adanya pemesanan saja. Pada tahun 2011, Adam's Apple membuka lahan apel di daerah Punten dengan luas sebesar 6.300 m² untuk memenuhi kebutuhan bahan baku.

5.1.2. Lokasi Perusahaan

Lokasi rumah oleh-oleh Adam's Apple berada di Jalan Diponegoro 16 Kota Batu, sedangkan pabrik dari Adam's Apple di Jalan Dewi Sartika 24-26 Kota Batu. Alasan pemilihan lokasi antara lain :

1. Bahan baku

Bahan baku produk olahan perusahaan adalah buah apel yang berasal dari lahan sendiri. Lahan tersebut berada di desa Punten. Jarak antara lahan dan pabrik pengolahan cukup dekat $\pm 1,5$ km.

2. Transportasi

Transportasi bahan baku ke pabrik pengolahan dan kemudian ke outlet penjualan mudah dilakukan karena lokasi ketiga tempat tersebut mudah dijangkau dan tidak berjauhan.

3. Pasar

Lokasi perusahaan sangat menguntungkan karena berada di tengah-tengah Kota Batu sehingga dekat dengan pusat keramaian antara lain Alun-Alun Kota Batu dan Pusat Pertokoan Kota Batu.

4. Pengawasan

Lokasi perusahaan merupakan tempat tinggal pendiri Adam's Apple. Hal ini mempermudah dalam pengawasan penjualan produk, sedangkan lokasi pabrik yang berdekatan dengan outlet juga mempermudah dalam pengawasan proses produksi.

5.1.3. Visi MisiPerusahaan

Visi dan misi suatu perusahaan penting untuk ditentukan agar aktivitas yang dilakukan perusahaan dapat terorganisir. Visi dan misi perusahaan adalah sebagai berikut :

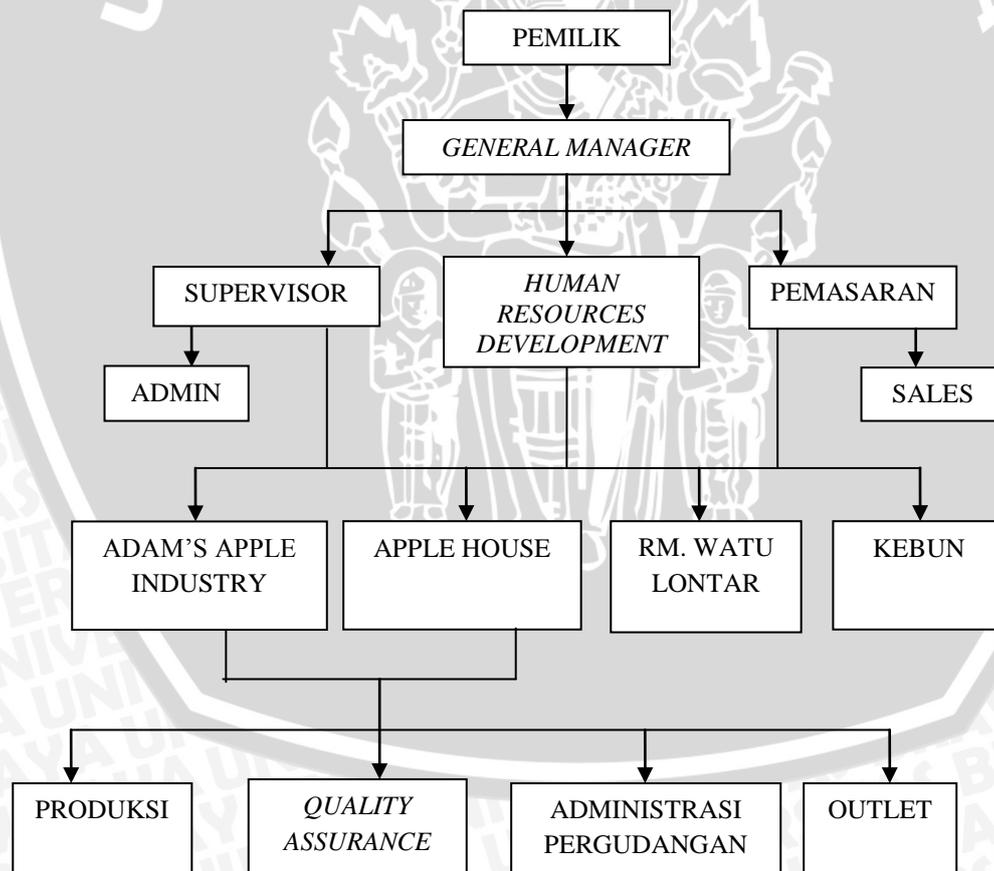
1. Visi

Memberikan manfaat kepada banyak orang dengan produk yang diciptakan baik manfaat produk, manfaat bisnis, manfaat pekerjaan, dan manfaat *supply chain*.

2. Misi

- Membuat perusahaan keluarga dengan sistem manajemen yang inovatif.
- Membuat produk – produk yang inovatif.
- Membuat *database* dan *networking* yang kuat.

5.1.4. Struktur Perusahaan



Skema 2. Struktur Organisasi Adam's Apple
Sumber: (Data Primer, 2013)

Adapun tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian yang terdapat dalam struktur organisasi adalah sebagai berikut:

1. Pemilik
 - a. Pemilik berhak menunjuk, memberhentikan dan mengaudit general manager setiap waktu.
 - b. Orang yang bertanggung jawab atas kepemilikan perusahaan
 - c. Mengevaluasi hasil kerja masing-masing divisi.
 - d. Melakukan pengawasan terhadap semua rencana yang telah ditetapkan terlebih dahulu.
2. *General Manager*
 - a. Bertanggung jawab memberikan laporan-laporan yang diperlukan oleh pemilik.
 - b. Bertanggung jawab terhadap keseluruhan operasional pabrik dan manajemen yang ada di dalamnya.
 - c. Wajib berperan sebagai pemimpin yang membuat aturan dan tata cara manajemen pabrik atas pertimbangan dan persetujuan pemilik.
 - d. Bertanggung jawab atas keuntungan dan kerugian industri secara keseluruhan dan juga pertanggungjawabannya.
 - e. Bertanggung jawab atas arus keluar masuk keuangan dan peruntukannya.
 - f. Bertanggung jawab pengelolaan data dan sistem informasi yang ada di pabrik.
 - g. Bersama-sama dengan tim pabrik bertanggung jawab dalam pengembangan dan peningkatan performance pabrik jangka pendek, menengah dan panjang.
 - h. Bertanggung jawab dalam peningkatan SDM dari anggota tim pabrik.
3. Supervisor
 - a. Bertanggung jawab untuk mengelola sebuah produksi dan pelayanan kepada konsumen.
 - b. Mengatur jadwal kerja dan pekerjaan teknis lainnya.
4. Administrasi
 - a. Melakukan pencatatan kegiatan operasional industri, yang meliputi rekening harian, laporan mingguan, neraca laba rugi bulanan, laporan stok barang jadi, laporan stok bahan baku, laporan hutang piutang, laporan agen.

- b. Administrasi berperan sebagai pintu gerbang dari marketing kepada QA, ke Produksi.
 - c. Kepada marketing bentuk kerjasamanya adalah dengan menerima DO.
 - d. Kepada QA bentuk kerjasamanya adalah memberikan rincian barang yang akan dikirim.
 - e. Kepada produksi bentuknya kerjasamanya adalah brewing order.
 - f. Administrasi bertanggung jawab atas penyimpanan dan kerahasiaan data-data penting.
 - g. Administrasi bertanggung jawab membuat surat-surat yang diperlukan oleh masing-masing divisi.
 - h. Administrasi bertanggung jawab menyimpan semua copy dari order dan bon yang dikeluarkan
5. *Human Resources Development*(HRD)
- a. Bertanggung jawab penuh kepada pimpinan atas semua pelaksanaan tugas.
 - b. Menerima dan memberhentikan karyawan atas persetujuan general manager.
 - c. Mengadakan persiapan dari pelaksanaan yang berhubungan dengan bidang HRD.
 - d. Bertanggung jawab terhadap pekerja, baik dalam hal kesejahteraan maupun keselamatan kerja.
6. Pemasaran
- a. Bertanggung jawab menepati target penjualan yang telah ditetapkan pada setiap bulan periode financial.
 - b. Berkewajiban membuat perencanaan pemasaran dengan standard yang telah ditetapkan.
 - c. Bertanggung jawab mencari, mencatat dan memastikan setiap order yang masuk.
 - d. Bertanggung jawab dalam penyediaan dan pengaturan jalur distribusi dan cargo untuk pengiriman produk.
 - e. Berhak memberikan pengaturan harga dengan batas-batas yang telah ditentukan.
 - f. Bertanggung jawab dalam memberikan pencitraan yang baik kepada setiap konsumen produk Adam'sApple.

- g. Bertanggung jawab atas semua bentuk advertising dan media yang diperlukan.
7. Produksi
 - a. Produksi bertanggung jawab untuk membuat produk-produk industri sesuai dengan jumlah, kualitas dan waktu yang telah ditetapkan.
 - b. Produksi bertanggung jawab penuh atas peralatan yang digunakan.
 - c. Produksi bertanggung jawab membuat pelaporan atas jumlah produksi dan kerusakan barang pada masa produksi setiap hari.
 - d. Produksi wajib menepati standard produksi yang telah ditetapkan.
 - e. Produksi wajib menjaga kebersihan tempat produksi dengan sebaik-baiknya.
 - f. Menjaga kerusakan maksimal dibawah 1% setiap harinya.
8. *Quality Assurance(QA)*
 - a. Bertanggung jawab membuat standard kualitas produksi dimana variabel kualitas produk adalah kejernihan, warna, bau, rasa, dan kemasan.
 - b. Bertanggung jawab melakukan pengecekan setiap produk hasil produksi.
 - c. Bertanggung jawab ,memberikan kode produksi dan masa kadaluarsa masing-masing produk.
 - d. Bertanggung jawab membagi barang yang akan dikirim sesuai dengan DO yang sudah ada.
 - e. Memberitahukan kepada administrasi dan marketing barang mana yang sudah siap kirim.
 - f. Bertanggung jawab menerima, mencatat dan merangkum complain dari marketing dan administrasi apabila berkaitan dengan produk atau pengemasannya.
9. Administrasi Pergudangan
 - a. Bertanggung jawab melakukan pengepakan dan penyimpanan secara rapi.
10. Outlet
 - a. Bertanggung jawab atas kegiatan jual beli di outlet.
 - b. Bertanggung jawab melayani konsumen dengan baik dan ramah.
11. Kebun
 - a. Bertanggung jawab atas seluruh kegiatan budidaya yang ada di kebun.

5.2. Tenaga Kerja

5.2.1. Jumlah Tenaga Kerja

Adam's Apple memiliki jumlah tenaga kerja sebesar 29 orang yang terdiri dari tenaga kerja tetap dan tenaga kerja harian. Adapun rincian tenaga kerja tersaji dalam Tabel 2.

Tabel 2. Tenaga Kerja Adam's Apple Tahun 2013

No	Keterangan	Jumlah (orang)
	Tenaga Kerja Tetap	
1.	Pemilik	2
2.	General Manager	1
3.	Bagian Standart Administrasi Terpadu (SKT)	
	1. Supervisor	1
	2. Administrasi	2
4.	Bagian <i>Human Resources Development</i> (HRD)	1
	Bagian Marketing Administrasi Terpadu (MAT)	
	1. Pemasaran	1
	2. Sales	2
5.	Bagian Produksi	3
6.	Bagian <i>Quality Assurance</i>	1
7.	Bagian Administrasi Pergudangan	1
8.	Bagian Outlet	2
9.	Bagian Kebun	2
10.	Tenaga Kerja Harian	10
	Jumlah	29

Sumber : Data Primer, 2013 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 2 menyatakan bahwa jumlah tenaga kerja di Adam's Apple berjumlah 29 orang dengan 19 orang merupakan tenaga kerja tetap dan 10 orang merupakan tenaga kerja harian. Perusahaan menggunakan tenaga kerja harian pada lahan karena perusahaan membutuhkan tenaga tambahan untuk budidaya apel yaitu kegiatan pemanenan, penyemprotan hama dan penyakit,

membungkus buah apel, dan perempesan. Saat ini, perusahaan dalam kegiatan produksi tidak membutuhkan tenaga kerja harian karena permintaan produk masih dapat dipenuhi dan ditangani oleh tenaga kerja tetap bagian produksi dibantu oleh tenaga kerja bagian *Quality Assurance* dan Administrasi Pergudangan.

Tenaga kerja di Adam's Apple terdiri dari pria dan wanita yang memiliki tugas yang berbeda. Bagian produksi sari apel dikerjakan oleh tenaga kerja pria karena dalam pekerjaan tersebut membutuhkan tenaga yang lebih besar. Tugas dari bagian produksi adalah memotong buah apel dan mengolah bahan baku menjadi produk sari apel. Bagian pengemasan dikerjakan oleh tenaga kerja wanita karena diperlukan ketelitian dan kecermatan lebih tinggi agar kemasan produk tidak cacat dimana kemampuan tersebut banyak dimiliki oleh wanita.

5.2.2. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan yang dimiliki oleh tenaga kerja di Adam's Apple bermacam - macam. Tingkat pendidikan tenaga kerja disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Tingkat Pendidikan Tenaga Kerja Adam's Apple

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Prosentase (%)
1.	SMP	12	41,4
2.	SMA/SMK	12	41,4
3.	S1	5	17,2
Jumlah		29	100

Sumber : Data Primer, 2013 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 3, dapat dijelaskan bahwa mayoritas tenaga kerja di Adam's Apple adalah lulusan SMP dan SMA. Lulusan SMP ini bekerja di Adam's Apple sebagai tenaga kerja tetap dan tenaga kerja harian di lahan milik perusahaan, sedangkan lulusan SMA bekerja sebagai tenaga kerja di bidang produksi, *quality assurance*, administrasi pergudangan, outlet, administrasi dan sales. Lulusan sarjana atau S1 terdapat pada bagian supervisor, pemasaran, HRD dan *General Manager* karena bidang tersebut membutuhkan *skill*, pengetahuan, dan kreatifitas lebih tinggi dibandingkan dengan bagian – bagian lain.

5.2.3. Jam Kerja

Karyawan Adam's Apple bekerja setiap hari senin hingga sabtu. Jam kerja karyawan dalam satu hari berbeda, untuk karyawan yang bertempat di outlet adalah 9 jam per hari, untuk karyawan bagian pabrik adalah 10 jam per hari. Untuk rincian jam kerja disajikan dalam Tabel 4.

Tabel 4. Jam Kerja Adam's Apple

Kegiatan	Jam Kerja	
	Outlet	Pabrik
Masuk Pagi	08.00 – 12.00	07.00 – 12.00
Istirahat	12.00 – 13.00	12.00 – 13.00
Masuk Siang - Sore	13.00 – 17.00	13.00 – 17.00

Sumber : Data Primer, 2013

Jam kerja antara karyawan yang berada di outlet dan di pabrik berbeda sesuai dengan jenis pekerjaan. Jenis pekerjaan yang bertempat di outlet adalah bidang pemasaran, supervisor, HRD dan penjaga outlet. Jenis pekerjaan yang bertempat di pabrik adalah bidang produksi, *quality assurance* dan administrasi pergudangan. Jam kerja karyawan di outlet yaitu mulai pukul 08.00 – 17.00. Jam kerja karyawan bagian pabrik lebih lama yaitu mulai pukul 07.00 – 17.00 karena dalam proses produksi sari apel membutuhkan waktu cukup lama.

5.2.4. Upah Tenaga Kerja

Upah yang diberikan Adam's Apple kepada tenaga kerja dibagi menjadi 2 bagian yaitu :

1. Upah Tenaga Kerja Tetap

Upah yang diterima oleh tenaga kerja tetap dibagi menjadi beberapa bagian yaitu:

- a. Supervisor, Marketing dan HRD = Rp.1.500.000
- b. Sales, Administrasi dan Outlet = Rp.1.100.000
- c. Produksi, *Quality Assurance*, dan Administrasi Pergudangan = Rp. 750.000
- d. Kebun = Rp. 1.000.000

Upah tersebut diberikan setiap akhir bulan.

2. Upah Tenaga Kerja Harian

Upah tenaga kerja harian dibagi menjadi 2 bagian sesuai dengan jenis pekerjaan yaitu sebesar Rp. 20.000 per hari untuk kegiatan rempes di lahan apel dan Rp. 10.000 – Rp. 15.000 per hari untuk kegiatan panen buah apel. Pemberian upah dilakukan setiap pekerjaan selesai dikerjakan.

5.3. Produksi Perusahaan

5.3.1. Bahan Baku dan Bahan Tambahan

Bahan baku utama Adam's Apple adalah buah apel organik varietas anna. Buah apel tersebut diperoleh dari lahan pribadi di Desa Punten. Lahan tersebut dibudidayakan oleh 12 orang petani. Alasan Adam's Apple membudidayakan apel di lahan pribadi adalah upaya untuk memenuhi ketersediaan bahan baku, untuk mengontrol teknis budidaya apel organik secara langsung dan untuk menjaga kualitas dari buah apel sebagai bahan baku utama dalam kegiatan produksi.

Standart bahan baku untuk produk olahan khususnya sari apel yang ditentukan oleh perusahaan adalah buah apel yang memiliki diameter buah 5 cm. Alasan penentuan standart bahan baku tersebut karena pada buah apel dengan diameter 5 cm mengandung banyak kandungan air yang dibutuhkan untuk produk sari apel. Buah apel yang tidak memenuhi standart bahan baku yang telah ditentukan akan dijual dalam bentuk segar kepada pemborong.

Bahan tambahan yang dibutuhkan perusahaan untuk produk sari apel terdiri dari gula, asam maleat, karamel dan asam sitrat. Bahan tambahan tersebut didapat perusahaan melalui toko langganan yang telah dipercaya untuk memasok bahan tambahan.

5.3.2. Alat Pendukung

Alat pendukung yang dibutuhkan dalam proses produksi sari apel Adam's Apple adalah sebagai berikut:

1. Kompor berfungsi sebagai alat untuk memanaskan panci berisi bahan – bahan yang siap direbus.
2. Panci berfungsi sebagai alat untuk merebus bahan – bahan sari apel.
3. Pisau berfungsi sebagai alat memotong buah apel.

4. Lemari pendingin (*frezeer*) berfungsi untuk menyimpan sementara hasil destilasi buah apel agar tetap awet dan dapat digunakan.
5. Tandon berfungsi untuk menyimpan sari apel sebelum dimasukkan ke dalam kemasan sari apel.
6. Mesin Selep berfungsi sebagai alat untuk menghancurkan apel yang telah dipotong agar menjadi bagian - bagian kecil.
7. Mesin Pres berfungsi sebagai alat untuk membuat bagian - bagian kecil dari apel menjadi jus.
8. Sealer berfungsi sebagai alat untuk mengemas sari apel.

5.3.3. Proses Produksi Sari Apel

Pembuatan sari apel terdiri dari beberapa tahapan yaitu:

1. Persiapan Alat dan Bahan

Langkah awal proses produksi sari apel adalah menyiapkan bahan baku, bahan tambahan, dan peralatan.

2. Pencucian dan Pematangan

Buah apel sebagai bahan baku utama dicuci terlebih dahulu dari kotoran yang menempel hingga bersih. Buah yang sudah bersih kemudian dipotong menjadi 2 bagian untuk menghilangkan biji apel yang terdapat dalam buah menggunakan pisau.

3. Penghancuran (*Crushing*)

Buah apel yang sudah dipotong lalu dihancurkan menjadi beberapa bagian agar memudahkan untuk proses produksi selanjutnya. Proses penghancuran ini menggunakan mesin selep.

4. Pengambilan jus apel (*Juicer*)

Langkah berikutnya adalah pengambilan jus apel melalui proses juicer. Proses juicer menggunakan mesin pres.

5. Destilasi

Proses destilasi adalah proses pengambilan uap dari jus apel menggunakan alat destilasi. Alat destilasi berupa 2 buah panci kecil yang disambungkan dengan sebuah pipa, pipa tersebut berfungsi untuk mengalirkan uap dari jus apel dari wadah destilasi satu ke wadah destilasi lainnya. Proses awalnya adalah perebusan jus apel ke satu panci destilasi, kemudian uap yang keluar dialirkan ke panci

satunya yang berisi air. Panci yang sudah tercampur antara uap dan air dikeluarkan ke dalam suatu wadah menjadi sari apel.

6. Pencampuran dengan Bahan Tambahan

Hasil destilasi kemudian direbus dan dicampur dengan bahan tambahan yaitu pengatur keasaman, asam maleat, karamel dan asam sitrat.

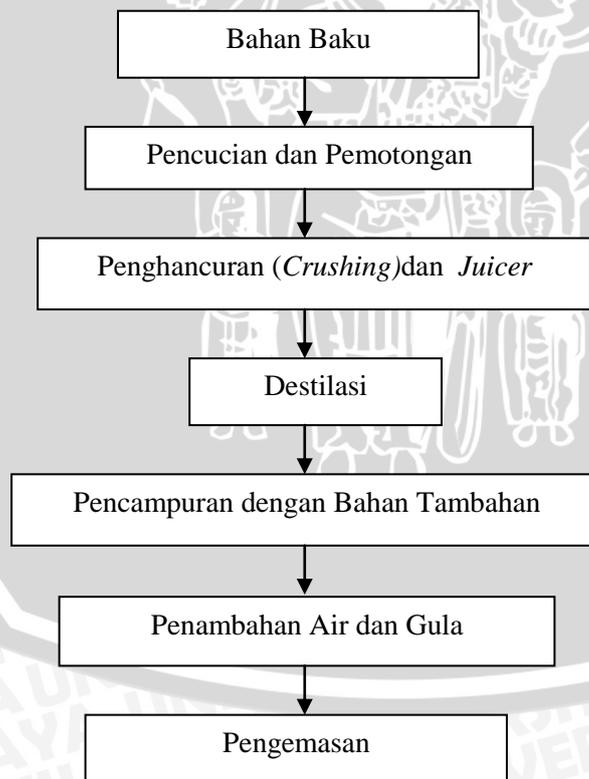
7. Penambahan Air dan Gula

Apabila proses pencampuran dengan bahan tambahan selesai, kemudian campuran tersebut ditambahkan air dan gula. Gula yang digunakan merupakan gula asli.

8. Pengemasan

Sari apel telah jadi dan dapat dikemas dalam kemasan – kemasan yaitu cup, dan botol plastik. Proses pengemasan menggunakan mesin sealer terdiri dari mesin cup sealer.

Untuk lebih memperjelas proses produksi sari apel di Adam's Apple, maka disajikan diagram alur proses produksi sari apel dalam Skema 3.



Skema 3. Proses Pembuatan Sari Apel
Sumber: (Data Primer, 2013)

5.4. Pemasaran Adam's Apple

5.4.1. Produk

Sari apel merupakan salah satu produk yang dihasilkan oleh Adam's Apple. Sari apel diproduksi setiap hari untuk memenuhi permintaan konsumen. Sari apel dikemas dalam berbagai kemasan yang berbeda. Produk sari apel disajikan dalam Lampiran 6. Produk lain yang dihasilkan oleh Adam's Apple adalah madu apel, cuka apel, cokelat apel, pie apeldan keripik apel. Produk - produk tersebut tidak diproduksi setiap hari tetapi hanya diproduksi pada saat event – event tertentu dan pada saat adanya pemesanan. Produk Adam's Apple tersaji dalam Tabel 5.

Tabel 5. Produk yang Dihasilkan Adam's Apple

No	Jenis Produk	Ukuran per Kemasan	Jumlah Kemasan
1	Sari Apel	140 ml 220 ml 500 ml	18 cup per dus 40 cup per dus 24 botol per krat 20 botol per dus
2	Keripik Apel	100 gram	
3	Madu Apel	100 ml 200 ml	
4	Cuka Apel	500 ml	

Sumber : Data Primer, 2013 (Diolah)

Produk sari apel Adam's Apple dibedakan berdasarkan kemasan yaitu kemasan 140 ml, kemasan 220 ml dan kemasan 500 ml. Hal ini disebabkan agar masyarakat dapat menikmati produk sari apel dengan pilihan kemasan sesuai selera. Saat ini, Adam's Apple memiliki kapasitas produksi sari apel per hari yaitu:

1. Sari apel kemasan cup 140 ml : 2.857 cup
2. Sari apel kemasan botol plastik 500 ml : 800 botol plastik

Volume produksi sari apel yang telah dicapai oleh perusahaan selama tahun 2011 – 2012 disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Volume Produksi Adam's Apple Tahun 2011 – 2012

Produk	Volume Produksi (dus)	
	2011	2012
Sari Apel 140 ml	8.199	8.297
Sari Apel 500 ml	2.640	2.656
Total	10.839	10.953

Sumber: Data Primer, 2013 (Diolah)

Berdasarkan tabel diatas, volume produksi sari apel mengalami kenaikan. Kenaikan volume produksi sari apel 140 ml lebih besar yaitu dari 8.199 dus pada tahun 2011 menjadi 8.297 dus pada tahun 2012, sedangkan kenaikan volume produksi sari apel 500 ml lebih sedikit yaitu 2.640 dus pada tahun 2011 menjadi 2.656 dus pada tahun 2012. Hal ini disebabkan karena permintaan produk sari apel 140 ml lebih tinggi dibandingkan produk sari apel 500 ml yang cenderung stabil. Produk sari apel 140 ml memiliki kelebihan yaitu ukuran yang cocok untuk dikonsumsi sehari - hari. Sedangkan produk sari apel 500 ml biasanya dikonsumsi pada saat kegiatan tertentu seperti contohnya pelatihan kerja.

5.4.2. Harga

Penetapan harga pada produk sari apel Adam's Apple dipengaruhi oleh beberapa faktor berikut :

1. Biaya yang dikeluarkan oleh Adam's Apple

Biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi adalah faktor penting digunakan dalam penentuan harga minimal agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

2. Perhitungan HPP

Rumus yang digunakan Adam's Apple dalam penentuan HPP per produk adalah:

$$HPP = \frac{\text{biaya bahan baku} + \text{bahan tambahan} + \text{kemasan}}{\text{hasil produksi}}$$

3. Segmentasi Harga

Segmentasi harga yang ditetapkan oleh Adam's Apple berbeda – beda, antara lain:

a. Produsen

Harga produsen adalah harga yang ditetapkan oleh perusahaan sebagai produsen kepada produk yang berada di outlet Adam's Apple. Produk yang berada di outlet biasanya dibeli oleh konsumen langsung. Sistem pembayaran produk pun dilakukan secara langsung oleh konsumen saat barang diterima.

b. Agen

Harga agen adalah harga yang diberikan perusahaan untuk agen produk sari apel. Agen tersebut membeli produk sari apel dalam jumlah besar dan produk sari apel tersebut akan dijual kembali. Pemesanan produk oleh agen dilakukan melalui telepon. Sistem pembayaran dilakukan oleh agen yaitu dengan membayar uang muka terlebih dahulu sebesar 50%. Pelunasan pembayaran dilakukan pada saat produk sari apel pesanan telah diterima.

Harga jual produk yang ditetapkan oleh perusahaan berdasarkan segmentasi harga disajikan dalam Tabel 7.

Tabel 7. Harga Jual Produk Berdasarkan Segmentasi Harga

No	Produk Sari Apel	Harga Jual (Rp)	
		Harga agen	Harga produsen
1	Kardus isi 18	16.500	22.000
	Kardus isi 40	30.500	37.000
	Kardus isi 20	60.000	90.000

Sumber : Data Primer, 2013 (Diolah)

Harga jual berdasarkan segmentasi harga antara produsen dan agen berbeda. Perbedaan ini disebabkan karena jumlah pembelian. Kriteria pembelian untuk agen adalah melakukan pembelian dengan jumlah minimal 200 kardus sari apel isi 18 atau isi 40, dan 25 kardus sari apel isi 20 sehingga harga lebih murah. Harga produsen lebih mahal karena tidak ada kriteria pembelian dan biasanya konsumen membeli produk sari apel di outlet dalam jumlah kecil.

5.4.3. Saluran Distribusi

Saluran distribusi merupakan salah satu faktor yang harus diperhatikan perusahaan dalam kaitannya dengan aliran barang dari produsen ke konsumen dan pemasaran produk. Adam's Apple memiliki beberapa saluran distribusi guna menyalurkan produk ke konsumen, antara lain:

1. Saluran Distribusi Langsung

Saluran distribusi langsung adalah saluran distribusi yang dilakukan oleh produsen secara langsung kepada konsumen dan tidak melalui perantara. Saluran distribusi ini melibatkan konsumen secara langsung dalam membeli produk ke outlet Adam's Apple. Konsumen Adam's Apple yang datang langsung ke outlet sebagian besar terdiri dari wisatawan yang mengikuti perjalanan travel agen, wisatawan luar kota, dan sisanya adalah masyarakat kota Batu. Outlet Adam's Apple yang menyediakan fasilitas yaitu tempat transit dan toilet menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri khususnya bagi para wisatawan. Selain itu, adanya trend go organik juga merupakan salah satu daya tarik agar konsumen mendatangi outlet dan membeli produk sari apel karena produk Adam's Apple berbahan dasar buah apel organik. Saluran distribusi langsung dapat digambarkan sebagai berikut :

Produsen —————> Konsumen

2. Saluran Distribusi Tidak Langsung

Saluran distribusi tidak langsung adalah saluran distribusi yang menggunakan satu atau beberapa perantara agar produk sampai ke konsumen. Tujuan menggunakan satu atau beberapa perantara adalah untuk memperluas daerah pemasaran agar produk sari apel dikenal oleh masyarakat. Saluran distribusi secara tidak langsung yang dilakukan oleh Adam's Apple, terdapat perantara antara produsen dan konsumen yaitu agen sehingga produk bisa sampai ke tangan konsumen tanpa konsumen membeli secara langsung ke produsen. Agen berperan sebagai perantara untuk menyalurkan produk sari apel kepada konsumen akhir secara langsung. Saluran distribusi tidak langsung Adam's Apple dapat digambarkan sebagai berikut :

Produsen —————> Agen —————> Konsumen

Adam's Apple memiliki beberapa agen yang tersebar di Semarang, Jakarta, Jogjakartadan Surabaya. Agen Adam's Apple terdiri dari ibu rumah tangga dan rekan bisnis pemilik perusahaan. Agen – agen tersebut memiliki outlet atau toko sendiri dalam penjualan produk sari apel Adam's Apple sehingga produk dapat langsung dibeli dan dinikmati oleh konsumen.

5.4.4. Daerah Pemasaran

Persaingan produk sari apel dari beberapa perusahaan sari apel semakin ketat. Hal tersebut membuat peluang pasar lokal dari produk sari apel semakin terbatas. Langkah yang dapat ditempuh perusahaan dalam menghadapi keterbatasan tersebut adalah perusahaan harus lebih jeli dalam membaca situasi pasar dan mampu memperluas daerah pemasaran.

Adam's Apple memiliki beberapa daerah pemasaran di dalam memasarkan produknya agar dikenal oleh masyarakat luas. Daerah pemasaran produk sari apel Adam's Apple meliputi beberapa kota di Pulau Jawa yaitu Jakarta, Semarang, Jogjakarta, Batudan Surabaya. Daerah luar kota Batu yaitu Jakarta, Jogjakarta, Surabaya, Semarang merupakan daerah dari agen perusahaan. Prosentase pemasaran yaitu sekitar 85% adalah pemasaran di Jakarta, Surabaya, Jogjakarta, Semarang dan sekitar 15% adalah pemasaran di Kota Batu.

5.5. Analisis Biaya, Penerimaan dan Pendapatan Produk Sari Apel Agroindustri Adam's Apple

Analisis biaya adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam proses produksi sari apel. Pada penelitian ini, perhitungan analisis biaya, penerimaan dan pendapatan dilakukan per tahun.

5.5.1. Analisis Biaya

1. Biaya Tetap

Biaya tetap merupakan biaya yang besarnya relatif tidak berubah atau tidak tergantung pada perubahan volume produksi. Perhitungan biaya tetap pada Adam's Apple merupakan biaya penyusutan, biaya tenaga kerja dan biaya pajak. Biaya penyusutan terdiri dari biaya penyusutan peralatan. Biaya penyusutan peralatan Adam's Apple disajikan dalam lampiran 1. Biaya pajak terdiri dari biaya

plang reklame, penghasilan dan PBB. Biaya tenaga kerja terdiri dari gaji pegawai dan konsumsi. Rincian biaya tetap Adam's Apple disajikan dalam Tabel 8.

Tabel 8. Biaya Tetap Sari Apel per Tahun

No	Keterangan	Nilai (Rp)
1	Penyusutan a. Peralatan	2.646.500
2	Pajak a. Plang Reklame b. PBB c. Penghasilan	600.000 300.000 500.000
3	Tenaga Kerja a. Gaji @ 1 orang = 750.000 b. Konsumsi @ 1 orang = 10.000	45.000.000 15.600.000
Total		64.646.500

Sumber : Data Primer, 2013 (Diolah)

Berdasarkan tabel 8, jumlah biaya tetap per tahun di Adam's Apple adalah sebesar Rp 64.646.500. Biaya penyusutan peralatan produksi sari apel tiap tahun adalah Rp 2.646.500. Biaya pajak plang reklame setiap tahun adalah Rp 600.000, pajak PBB dan penghasilan yang dikeluarkan oleh perusahaan setiap tahun masing-masing sebesar Rp 300.000 dan Rp 500.000.

Perusahaan memiliki 5 orang tenaga kerja dalam proses produksi sari apel. Gaji setiap bulan untuk 1 orang tenaga kerja adalah Rp 750.000 sehingga biaya gaji tenaga kerja keseluruhan dalam satu tahun adalah Rp 45.000.000. Perusahaan mengeluarkan biaya konsumsi yang diberikan untuk tenaga kerja produksi sari apel, biaya tersebut sebesar Rp 10.000 untuk 1 orang, sehingga dalam satu tahun biaya konsumsi tenaga kerja adalah sebesar Rp 15.600.000.

2. Biaya Variabel

Biaya variabel merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan yang besarnya tergantung pada jumlah produksi yang dihasilkan. Biaya yang termasuk dalam biaya variabel pada proses produksi di Adam's Apple adalah biaya bahan

baku, bahan tambahan, kemasan, operasional dan transportasi. Rincian biaya variabel sari apel disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Biaya Variabel Sari Apel per Tahun

Keterangan	Quantity	Harga (Rp)	Jumlah (Rp)
1. Bahan Baku			
a. Apel (kg)	780	5.000	3.900.000
b. Gula (kg)	6240	9.600	5.760.000
c. Air			300.000
2. Bahan Tambahan			
a. Karamel (liter)	46,8	20.000	936.000
b. Asam sitrat (liter)	15,6	25.000	390.000
c. Asam maleat (liter)	62,4	45.000	2.808.000
3. Biaya Operasional			
a. LPG (3kg)	624	14.500	9.048.000
b. Listrik			350.000
4. Biaya Kemasan			
a. Cup plastik (140 mL)	174.685	185	32.316.725
b. Botol plastik (500 mL)	49.920	675	33.696.000
c. Dus untuk Cup	8.358	1.800	15.044.400
d. Dus untuk Botol	2.496	3.600	8.985.600
5. Biaya Transportasi			
a. Malang			100.000
b. Agen Surabaya			200.000
c. Agen Semarang			400.000
d. Agen Jogjakarta			400.000
e. Agen Jakarta			1.500.000
Total			176.028.725

Sumber : Data Primer, 2013 (Diolah)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa bahan baku sari apel yang digunakan adalah buah apel, gula dan air. Buah apel didapatkan perusahaan seharga Rp 5.000 perkilogram, dalam satu tahun perusahaan membutuhkan 780kg

buah apel sehingga biaya untuk buah apel adalah Rp 3.900.000. Selain itu, perusahaan juga membutuhkan bahan baku gula sebanyak 6240 kg dalam satu tahun dengan harga gula Rp 9.600 perkilogram, sehingga biaya untuk kebutuhan gula adalah Rp 59.904.000. Biaya air yang dikeluarkan perusahaan untuk proses produksi sari apel adalah Rp 300.000.

Bahan tambahan dibutuhkan dalam pembuatan sari apel agar cita rasa yang dihasilkan lebih kuat, enak, dan segar. Biaya bahan tambahan yang dikeluarkan dalam satu tahun adalah Rp 390.000 untuk 15,6 liter asam sitrat, untuk 62,4 liter asam maleat sebesar Rp 2.808.000, dan untuk 46,8 liter karamel sebesar Rp 936.000. Biaya operasional dalam penelitian ini adalah biaya bahan bakar LPG dan listrik. LPG yang dibutuhkan untuk satu kali produksi sari apel adalah 2 tabung LPG 3kg seharga Rp 14.500 sehingga dalam satu tahun biaya LPG adalah Rp 9.048.000. Biaya listrik yang dikeluarkan perusahaan setiap bulan adalah Rp 350.000, sehingga biaya listrik untuk satu tahun adalah Rp 3.600.000.

Biaya transportasi yang telah dijelaskan dalam tabel 9, terdapat biaya transportasi malang yakni biaya pada saat pengiriman bahan baku buah apel serta pembelian bahan-bahan yang dibutuhkan dalam proses produksi dan biaya transportasi agen. Khusus untuk transportasi agen, perusahaan membebaskan biaya transportasi pengiriman produk sari apel kepada agen-agen perusahaan tersebut. Biaya transportasi total yang dikeluarkan oleh perusahaan setiap bulan adalah Rp 100.000 sehingga biaya transportasi dalam satu tahun adalah Rp 1.200.000. Biaya kemasan terdiri dari biaya cup 140 ml, botol plastik 500 ml dan dus kemasan sari apel. Biaya cup plastik adalah Rp 32.316.725 untuk 174.685 unit, biaya botol plastik adalah Rp 33.696.000 untuk 8.358 unit dan biaya dus kemasan sebesar Rp 24.030.000.

3. Biaya Total

Biaya total adalah biaya keseluruhan yang dikeluarkan selama proses produksi. Biaya total terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Biaya total setiap produksi produk sari apel Adam's Apple berbeda-beda. Hal ini disebabkan perusahaan Adam's Apple menghasilkan 3 produk yang berbeda kemasan dan jumlah produk sari apel dalam kardus. Ketiga produk sari apel tersebut adalah produk sari apel cup 140ml dalam kardus isi 18, produk sari apel cup 140ml

dalam kardus isi 40 cup dan produk sari apel botol 500ml dalam kardus isi 20. Perbedaan dari ketiga produk terletak pada biaya pengemasan. Biaya total produk sari apel adalah sebagai berikut :

Tabel 10. Biaya Total Sari Apel per Tahun

Nama Produk Sari Apel	Biaya Tetap (Rp)	Biaya Variabel (Rp)	Biaya Total (Rp)
Kardus isi 18	11.559.810	37.575.770	49.135.580
Kardus isi 40	25.688.468	67.109.355	92.797.823
Kardus isi 20	27.398.222	71.343.600	98.741.822
Total			240.675.225

Sumber : Data Primer, 2013 (Diolah)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa jumlah biaya tetap dalam satu tahun yang terdiri dari biaya penyusutan, biaya tenaga kerja dan biaya pajak adalah Rp 64.646.500. Biaya variabel ketiga produk sari apel berbeda, hal ini disebabkan perbedaan biaya kemasan. Produk sari apel cup 140ml kardus isi 18 membutuhkan kemasan cup sebanyak 7.522 unit dan kardus sebanyak 4.179 unit, sehingga biaya kemasan kardus isi 18 adalah Rp 8.913.770. Produk sari apel cup 140ml kardus isi 40 membutuhkan kemasan cup sebanyak 167.163 unit dan kardus sebanyak 4.179 unit, sehingga biaya kemasan kardus isi 40 adalah Rp 38.447.355. Produk sari apel botol 500ml kardus isi 20 membutuhkan kemasan botol sebanyak 49.920 unit dan kardus sebanyak 2.496 unit, sehingga biaya kemasan kardus isi 18 adalah Rp 42.681.600.

Biaya total terbesar adalah biaya produk sari apel kardus isi 20 yakni sebesar Rp 92.892.433. Biaya total terkecil adalah biaya produk sari apel kardus isi 18 yakni sebesar Rp 59.124.603.

5.5.2. Analisis Penerimaan

Penerimaan adalah hasil perkalian jumlah produksi dengan harga jual di tingkat konsumen. Penerimaan Adam's Apple untuk masing- masing produk sari apel berbeda. Produk sari apel Adam's Apple dijual dengan harga yang berbeda tiap kardus, untuk kardus isi 18 dijual seharga Rp 16.500, sedangkan untuk kardus isi 40 dijual seharga Rp 30.500, dan kardus isi 20 dijual seharga Rp 60.000.

Perusahaan menghasilkan 4.179 kardus isi 18, 4.179 kardus isi 40 dan 2.496 kardus isi 20 dalam satu tahun. Besarnya penerimaan sari apel masing – masing kardus disajikan pada Tabel 11.

Tabel 11. Penerimaan per Tahun Produk Sari Apel dalam Kardus

No	Produk Sari Apel	Jumlah (dus)	Harga (Rp)	Penerimaan (Rp)
1.	Kardus isi 18	4.179	16.500	68.953.500
2.	Kardus isi 40	4.179	30.500	127.459.500
3	Kardus isi 20	2.496	60.000	149.760.000
Total				346.173.000

Sumber : Data Primer, 2013 (Diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pada tiap produk memiliki jumlah kardus yang berbeda dan menghasilkan penerimaan yang berbeda pula. Penerimaan produk sari apel kardus isi 18 sejumlah 4.179 kardus dengan harga tiap kardus sari apel Rp 16.500 adalah Rp 68.953.500. Besar penerimaan produk sari apel kardus isi 40 sejumlah 4.179 kardus dengan harga tiap kardus sari apel Rp 30.500 adalah Rp 127.459.500. Penerimaan produk sari apel kardus isi 20 sejumlah 2.496 kardus dengan harga tiap kardus sari apel Rp 60.000 adalah Rp 149.760.000. Penerimaan total ketiga produk sari apel adalah Rp 346.173.000.

5.5.3. Analisis Pendapatan

Pendapatan atau bisa disebut keuntungan merupakan selisih antara penerimaan dengan biaya total. Besar pendapatan yang diterima oleh perusahaan tiap produk sari apel yang dihasilkan berbeda. Berdasarkan hasil perhitungan, didapatkan pendapatan dari ketiga produk sari apel yaitu kardus isi 18, kardus isi 40, dan kardus isi 20 adalah sebagai berikut :

Tabel 12. Pendapatan per Tahun Sari Apel dalam Kardus

No	Produk Sari Apel	Penerimaan (Rp)	Biaya Total (Rp)	Pendapatan (Rp)
1.	Kardus isi 18	68.953.500	49.135.580	19.817.920
2.	Kardus isi 40	127.459.500	92.797.823	34.661.667

Sumber : Data Primer, 2013 (Diolah)

Tabel 12. Pendapatan per Tahun Sari Apel dalam Kardus (Lanjutan)

No	Produk Sari Apel	Penerimaan (Rp)	Biaya Total (Rp)	Pendapatan (Rp)
3.	Kardus isi 20	149.760.000	98.741.822	51.018.178
	Total	346.173.000	240.675.225	105.497.775

Sumber : Data Primer, 2013 (Diolah)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa perusahaan memperoleh pendapatan untuk setiap produk sari apel. Pendapatan produk sari apel kardus isi 18 adalah Rp 19.817.920. Pendapatan yang diterima oleh perusahaan untuk produk sari apel kardus 40 adalah Rp 34.661.667. Pendapatan produk sari apel kardus isi 20 pada satu kali produksi adalah Rp 51.018.178. Total pendapatan yang diterima perusahaan untuk ketiga produk sari apel adalah Rp 105.497.775.

Ketiga kemasan produk sari apel memberikan keuntungan yang layak untuk dikembangkan oleh perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari besar R/C ratio dari kemasan produk sari apel tersebut. Hasil perhitungan R/C ratio ketiga produk masing-masing yaitu kemasan kardus isi 18 cup 140 ml adalah 1,4, kemasan kardus isi 40 cup 140 ml adalah 1,3 dan kemasan kardus isi 20 cup 500 ml adalah 1,5. Oleh karena itu ketiga kemasan produk sari apel menguntungkan dan layak untuk dikembangkan karena hasil R/C ratio masing-masing produk sari apel adalah > 1 . Perhitungan R/C ratio terlampir pada lampiran 6.

5.6. Bauran Promosi Perusahaan

Promosi adalah kegiatan yang dilakukan untuk menginformasikan mengenai produk yang dihasilkan, mempengaruhi, mendorong, dan membujuk konsumen agar melakukan pembelian. Pelaksanaan kegiatan promosi diharapkan mampu meningkatkan volume penjualan, sehingga pendapatan yang diterima perusahaan pun ikut meningkat. Adam's Apple dalam kegiatan promosi menggunakan 3 variabel bauran promosi yaitu periklanan, promosi penjualan dan hubungan masyarakat. Bauran promosi lebih lanjut dijelaskan sebagai berikut:

5.6.1. Periklanan

Iklan merupakan bentuk komunikasi tidak langsung mengenai informasi tentang suatu produk melalui media publik. Media iklan yang digunakan oleh Adam's Apple adalah reklame, spanduk, brosur, mobil iklan dan banner. Penjelasan dari media iklan yang digunakan oleh Adam's Apple adalah sebagai berikut:

1. Reklame

Reklame merupakan media yang memerlukan keterangan penjualan singkat dan merupakan tipe pengiklanan mengingatkan. Reklame yang digunakan oleh Adam's Apple berupa papan berisi nama perusahaan, gambar dan nama dari produk – produk yang dihasilkan. Adam's Apple memiliki 2 macam reklame dengan ukuran yang berbeda. Ukuran reklame kecil yaitu 2 m x 4 m dan reklame besar yaitu 3 m x 5 m. Kedua reklame tersebut ditempatkan berhadapan dan dipasang di depan outlet Adam's Apple yang berada di tengah Kota Batu. Reklame ini diharapkan dapat menarik minat konsumen dengan pemasangan reklame yang berhadapan sehingga masyarakat dapat melihat dari segala arah.

2. Spanduk

Spanduk adalah media promosi luar ruangan yang berukuran besar dan ditempatkan di tempat – tempat terbuka seperti tempat keramaian. Tujuan pemasangan spanduk di lokasi yang strategis yaitu diharapkan dapat menarik minat calon konsumen. Spanduk yang dicetak oleh Adam's Apple berukuran 0,75 m x 1,5 m dimana di dalam spanduk tercantum nama, produk, dan alamat perusahaan. Spanduk ini diberikan untuk agen – agen yang menjual produk Adam's Apple. Kelebihan penggunaan spanduk adalah sebagai media untuk mengingatkan konsumen akan keberadaan produk-produk Adam's Apple.

3. Brosur

Brosur adalah salah satu media promosi yang dianggap efektif karena biaya yang lebih murah dibanding media promosi lainnya dan menimbulkan perhatian konsumen karena tampilannya yang menarik. Brosur yang dicetak oleh Adam's Apple memiliki beberapa ukuran yang berbeda, yaitu 21,5 cm x 9 cm, 11 cm x 21 cm, 10 cm x 23 cm dan 10,5 cm x 21 cm. Isi dari brosur adalah nama perusahaan, alamat perusahaan, produk yang dihasilkan, dan keunggulan produk.

Media iklan ini diletakkan di atas meja kasir outlet, selain itu juga diberikan kepada agen perusahaan, disebarkan di tempat wisata yaitu Jatim Park, Selecta, BNS dan pameran – pameran yang diikuti perusahaan. Brosur ini dicetak setiap 3 bulan sekali.

4. Mobil Iklan

Mobil iklan merupakan mobil yang digunakan untuk sarana transportasi Adam's Apple untuk kepentingan perusahaan seperti contohnya pengambilan bahan baku, pembelian bahan tambahan dan pengiriman produk sari apel. Mobil iklan dibuat sedemikian menarik desaignnya dengan konsep produk minuman sari apel Adam's Apple agar masyarakat luas dapat mengenal produk sari apel.

5. Banner

Banner salah satu media promosi yang dicetak dengan Print Digital yang umumnya berbentuk potrait atau vertikal. Banner adalah bentuk penyederhanaan dari baliho. Banner yang dicetak oleh Adam's Apple memiliki ukuran 1 m x 1,75 m. Pada banner tercantum nama perusahaan, alamat perusahaan, gambar produk, dan keunggulan produk. Media iklan ini diletakkan di luar outlet Adam's Apple dan di depan stand saat perusahaan mengikuti pameran. Banner juga diberikan kepada agen yang menginginkan media iklan ini untuk dipasang di outlet agen tersebut. Saat ini, banner yang dimiliki oleh Adam's Apple berjumlah 6 buah.

5.6.2. Promosi Penjualan

Promosi penjualan merupakan kegiatan untuk merangsang pembelian produk dengan segera sehingga dapat meningkatkan penjualan produk. Promosi penjualan dilakukan untuk jangka pendek. Kegiatan promosi penjualan Adam's Apple adalah sebagai berikut:

1. Potongan Harga (*Discount*)

Pemberian potongan harga diberikan kepada agen saat melakukan pembelian dalam jumlah besar. Ketentuan potongan harga berlaku di outlet Adam's Apple dengan ketentuan pembelian 2 produk sari apel kardus isi 18, kardus isi 40 dan kardus isi 20. Potongan harga diberikan sebesar 9%. Potongan harga ini dilakukan untuk merangsang konsumen dalam melakukan pembelian sehingga volume penjualan perusahaan pun dapat meningkat.

2. Promosi Dagang

Promosi dagang adalah salah satu kegiatan promosi yang dilakukan oleh Adam's Apple dengan memberikan potongan harga dalam pembelian pada waktu dan ketentuan tertentu. Kegiatan promosi dagang ini biasa dilakukan menjelang Hari Raya Idul Fitri untuk konsumen. Promosi dagang berupa paket parcel yang didesain menarik.

3. Pemberian Tester

Adam's Apple memberikan contoh produk atau tester kepada agen yang membeli produk sari apel dalam jumlah tertentu. Ketentuan tester yang diberikan adalah pembelian 200 dus sari apel cup 140 ml atau pembelian 25 dus sari apel botol 500 ml akan mendapat bonus 1 dus sari apel cup 140 ml. Selain itu, tester juga diberikan pada saat kegiatan pameran. Tujuan pemberian tester yaitu agar konsumen yang belum pernah mencoba produk sari apel tersebut dapat menikmati produk yang ditawarkan sehingga konsumen tertarik dan melakukan pembelian. Peningkatan pembelian tersebut akan berpengaruh positif terhadap pendapatan dan volume penjualan perusahaan.

4. Pameran

Pameran adalah kegiatan memperkenalkan produk yang dihasilkan perusahaan kepada konsumen secara langsung. Kegiatan pameran yang diikuti oleh Adam's Apple difasilitasi instansi Kementerian Perindustrian dengan mengikuti program Peningkatan Penggunaan Produk Dalam Negeri (P3DN). Intensitas Adam's Apple mengikuti kegiatan pameran adalah 3 hingga 5 kali dalam setahun. Manfaat dari kegiatan pameran adalah perusahaan dapat berinteraksi langsung guna memperkenalkan produk dan mengetahui respon konsumen terhadap produk.

5.6.3. Hubungan Masyarakat

Hubungan masyarakat atau publisitas adalah bentuk promosi yang bertujuan untuk membina hubungan baik antara perusahaan dengan masyarakat. Kegiatan hubungan masyarakat yang dilakukan oleh Adam's Apple adalah sebagai berikut:

1. Donasi atau Sumbangan

Donasi atau sumbangan adalah kegiatan menyumbangkan sejumlah dana kepada masyarakat. Donasi yang diberikan Adam's Apple terdiri dari uang dan barang. Donasi berupa uang dilakukan rutin setiap bulan berupa sumbangan kebersihan dan kesejahteraan masyarakat di lingkungan sekitar perusahaan. Donasi berupa barang dilakukan 5 hingga 6 kali dalam setahun untuk kegiatan yang diselenggarakan oleh sekolah atau acara - acara masyarakat sekitar. Kegiatan donasi diharapkan membentuk citra positif di mata masyarakat sehingga kehadiran perusahaan diterima oleh masyarakat dan masyarakat pun dapat membantu perusahaan dalam hal promosi.

2. Bahan Identitas Perusahaan

Bahan identitas yang digunakan oleh Adam's Apple adalah berupa kaos perusahaan. Tujuan dari pemberian kaos tersebut yaitu untuk membantu menciptakan identitas perusahaan agar dapat dikenali oleh masyarakat. Kaos diberikan tidak hanya kepada karyawan Adam's Apple, tetapi juga kepada agen dan pelanggan yang loyal terhadap perusahaan.

5.7. Struktur Biaya Bauran Promosi dan Volume Penjualan Produk sari Apel Agroindustri Adam's Apple

5.7.1. Struktur Biaya Promosi

Persaingan dalam usaha produk sari apel mengharuskan perusahaan melakukan promosi yang tepat agar produk dapat dikenal oleh konsumen. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Adam's Apple masih terbatas karena dalam promosi membutuhkan biaya yang cukup besar. Biaya promosi yang dikeluarkan oleh perusahaan harus diperhitungkan secara tepat agar perusahaan tidak mengalami pemborosan.

Biaya promosi adalah sejumlah dana yang dipergunakan untuk kegiatan promosi Adam's Apple. Penentuan biaya promosi yang digunakan oleh perusahaan biasanya berdasarkan pengajuan biaya dari pihak pemasaran dan kondisi pasar. Biaya untuk promosi biasanya berkisar antara 5% hingga 10% dari pendapatan perusahaan. Biaya promosi terdiri dari biaya periklanan, biaya promosi penjualan, dan biaya hubungan masyarakat. Biaya untuk periklanan yaitu

biaya brosur, spanduk, reklame, mobil iklan, dan banner. Biaya untuk promosi penjualan yaitu biaya potongan harga, pemberian tester, promosi dagang, dan pameran. Biaya untuk hubungan masyarakat meliputi biaya donasi dan bahan identitas. Besarnya biaya promosi yang dikeluarkan Adam's Apple disajikan pada Tabel 13.

Tabel 13. Biaya Promosi Adam's Apple Tahun 2011 – 2012

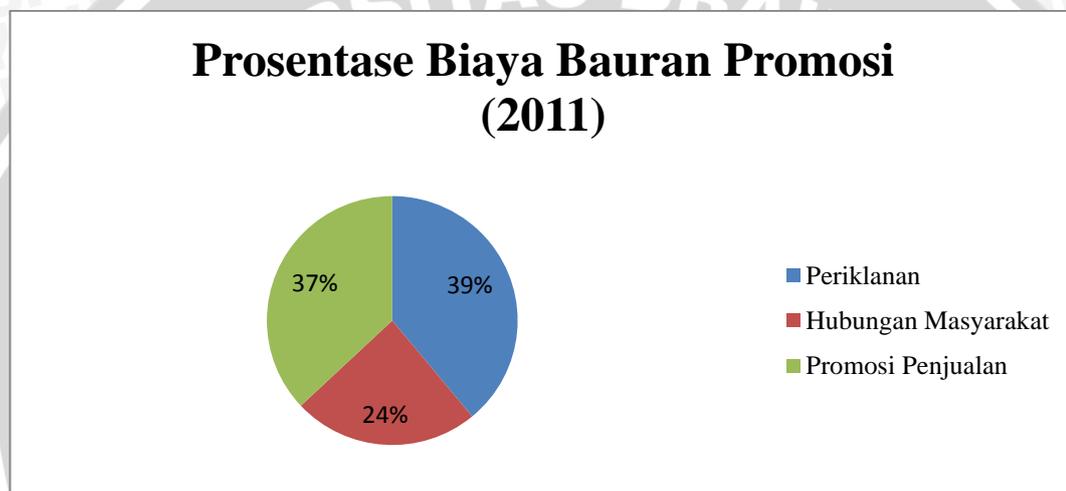
Tahun	Semester	Periklanan	Hubungan Masyarakat	Promosi Penjualan	Total Biaya Promosi
2011	I	1.225.000	964.000	1.462.000	3.651.000
	II	2.299.000	1.229.000	1.864.000	5.392.000
Total		3.524.000	2.193.000	3.326.000	9.043.000
2012	I	1.225.000	1.070.000	1.672.000	3.967.000
	II	3.575.000	1.129.000	2.165.000	6.869.000
Total		4.800.000	2.199.000	3.837.000	10.836.000

Sumber: Data Primer, 2013 (Diolah)

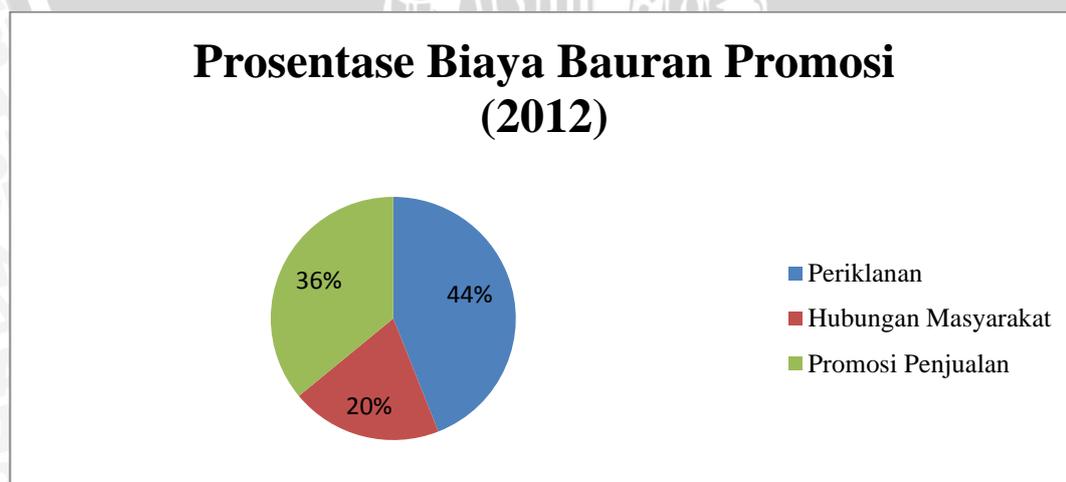
Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa biaya bauran promosi yang terdiri dari biaya periklanan, biaya promosi penjualan, dan biaya hubungan masyarakat terbagi dalam dua semester yaitu semester pertama dari bulan Januari hingga bulan Juni dan semester kedua dari bulan Juli hingga bulan Desember pada tahun 2011 – 2012. Berdasarkan data di atas, rata – rata biaya bauran promosi mengalami penurunan pada semester pertama dan mengalami peningkatan dalam semester kedua. Hal tersebut disebabkan karena pada bulan Juli hingga Desember terdapat event – event tertentu seperti Hari Raya Idul Fitri, Hari Kemerdekaan Indonesia, Hari Natal, dan Tahun Baru sehingga perusahaan perlu melakukan kegiatan promosi untuk memperkenalkan produknya guna meningkatkan volume penjualan.

Biaya promosi tahun 2011 pada semester kedua lebih tinggi daripada semester kedua. Biaya tinggi tersebut disebabkan perusahaan mengeluarkan biaya lebih besar pada biaya periklanan. Biaya periklanan yang dimaksud adalah biaya untuk cetak banner dan spanduk pada bulan September.

Pada tahun 2012, biaya promosi semester kedua lebih tinggi daripada semester pertama. Hal ini disebabkan karena perusahaan mengeluarkan biaya besar untuk pemberian sticker mobil yang digunakan sebagai salah satu media iklan. Biaya pengecatan mobil adalah Rp 240.000. Mobil Adam's Apple dibuat dengan design semenarik mungkin untuk menarik minat konsumen dan juga agar memudahkan masyarakat mengenali produk sari apel Adam's Apple. Rincian biaya bauran promosi dapat dilihat pada lampiran 4. Prosentase untuk masing-masing biaya bauran promosi yaitu periklanan, hubungan masyarakat dan promosi penjualan pada tahun 2011 dan tahun 2012 disajikan pada gambar 1 dan 2.



Gambar 1. Grafik Prosentase Biaya Bauran Promosi pada Tahun 2011.



Gambar 2. Grafik Prosentase Biaya Bauran Promosi pada Tahun 2012.

Pada gambar di atas, dapat diketahui bahwa prosentase biaya bauran promosi tertinggi tahun 2011 dan tahun 2012 adalah biaya periklanan. Hal ini disebabkan karena perusahaan banyak mengeluarkan biaya untuk spanduk setiap bulannya, biaya brosur setiap 3 bulan sekali dan biaya banner pada Hari Raya Idul Fitri. Biaya bauran promosi terendah adalah biaya hubungan masyarakat, karena perusahaan mengeluarkan biaya lebih sedikit dibandingkan biaya bauran promosi lainnya.

Prosentase biaya periklanan pada tahun 2012 lebih tinggi dibandingkan tahun 2011. Hal ini disebabkan karena perusahaan menambah media iklan dengan media mobil iklan. Biaya yang dibutuhkan untuk pemberian sticker mobil iklan cukup besar. Sedangkan prosentase biaya hubungan masyarakat pada tahun 2012 lebih rendah dibandingkan tahun 2011.

5.7.2. Volume Penjualan

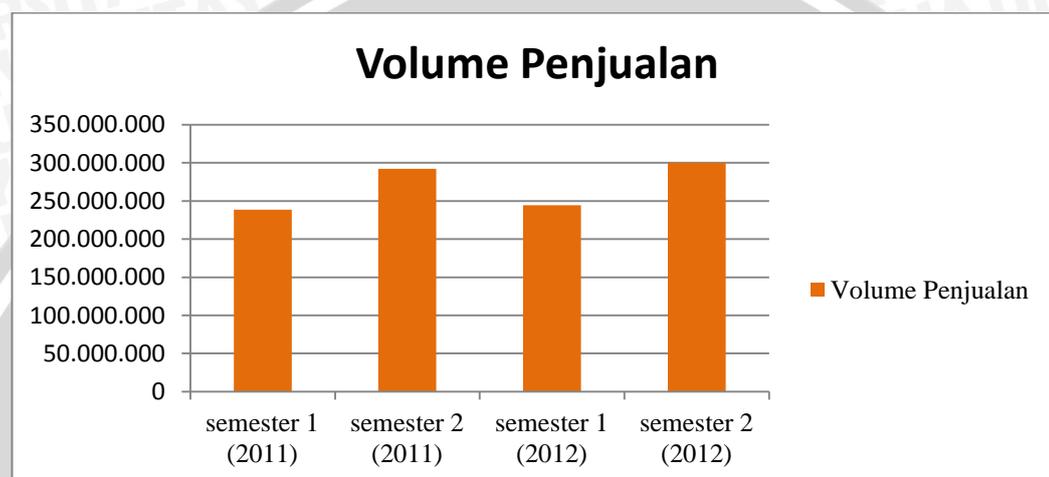
Penjualan merupakan aktivitas utama bagi suatu perusahaan guna memperoleh keuntungan atau laba dari produk yang dihasilkan. Kegiatan penjualan bertujuan untuk mempengaruhi konsumen agar membeli produk yang ditawarkan agar dapat meningkatkan volume penjualan sehingga dapat meningkatkan pendapatan perusahaan. Volume penjualan adalah jumlah transaksi yang telah dicapai oleh perusahaan pada waktu tertentu. Volume penjualan Adam's Apple bersifat fluktuatif. Hal ini dikarenakan beberapa hal yaitu adanya perusahaan pesaing yang mengakibatkan kondisi pasar tidak menentu dan jenis produk yang dihasilkan oleh Adam's Apple. Adanya perusahaan pesaing dengan produk yang sama yaitu sari apel membuat konsumen dihadapkan dengan berbagai merk sari apel dan harga yang bermacam – macam sehingga volume penjualan menjadi tidak stabil. Jenis produk dari Adam's Apple yang merupakan produk oleh – oleh membuat permintaan produk akan tinggi hanya pada waktu tertentu seperti Hari Besar maupun saat liburan sekolah. Volume penjualan Adam's Apple disajikan dalam Tabel 14.

Tabel 14. Volume Penjualan Adam's Apple Tahun 2011 – 2012

Tahun	Semester	Volume Penjualan (Rp)
2011	I	238.332.000
	II	291.903.000
2012	I	244.387.000
	II	300.172.000

Sumber : Data Primer, 2013 (Diolah)

Volume penjualan juga disajikan menggunakan grafik pada grafik 3.



Grafik 3. Grafik Volume Penjualan Produk Sari Apel 2011-2012
Sumber: (Data Primer, 2013)

Berdasarkan tabel dan grafik diatas, volume penjualan sari apel mengalami fluktuasi. Penjualan cenderung menurun pada semester pertama yaitu bulan Januari hingga Juni. Hal ini disebabkan karena pada bulan – bulan tersebut merupakan bulan sepi. Bulan dimana jarang terdapat hari libur dan event – event besar sehingga permintaan konsumen pun menurun. Pada semester kedua yaitu bulan Juli hingga Desember merupakan bulan ramai sehingga penjualan mengalami peningkatan. Bulan ramai tersebut ditetapkan berdasar pertimbangan bahwa pada bulan Juli hingga Desember banyak terdapat hari – hari besar seperti Hari Raya Idul Fitri, Hari Natal, liburan sekolah, dan Tahun Baru sehingga banyak permintaan akan produk sari apel. Rincian mengenai volume penjualan dapat dilihat pada lampiran 3.

Cara perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan adalah meningkatkan kegiatan promosi untuk memperkenalkan dan mengingatkan keberadaan produk kepada konsumen. Dari segi produk, perusahaan

mencantumkan label Departemen Kesehatan mengenai P-IRT untuk meyakinkan konsumen bahwa produk yang dihasilkan aman untuk dikonsumsi. Perusahaan juga terus berinovasi terhadap produk yang dihasilkan baik dari segi kemasan produk dan mutu produk. Dari segi kemasan produk, perusahaan melakukan inovasi kemasan produk sari apel yaitu menggunakan botol kaca. Selama ini, di pasaran belum pernah ditemui sari apel dalam botol kaca. Dari segi mutu produk, perusahaan menjaga mutu dengan cara menggunakan gula asli serta buah apel organik yang sesuai standart produksi. Perusahaan dalam distribusinya juga berusaha agar konsumen mudah mendapatkan produk yang dihasilkan yaitu dengan cara memperluas jaringan pemasaran.

5.8. Pengaruh Biaya Bauran Promosi terhadap Volume Penjualan Produk

Sari Apel Agroindustri Adam's Apple

Pengaruh variabel independen yaitu biaya periklanan, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat terhadap variabel dependen yaitu volume penjualan dapat diketahui menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan bantuan program statistik *SPSS for windows*. Terdapat beberapa asumsi yang harus dipenuhi terlebih dahulu dalam analisis regresi linier berganda agar persamaan regresi yang dihasilkan valid. Beberapa asumsi tersebut yakni uji asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolinieritas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas.

5.8.1. Uji Asumsi Klasik

Persyaratan asumsi klasik yang harus dipenuhi adalah uji multikolinieritas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas.

1. Uji Multikolinieritas

Asumsi Multikolinieritas menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolinieritas yaitu gejala korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik adalah model yang bebas dari gejala multikolinieritas. Kriteria dalam uji multikolinieritas adalah apabila nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) > 10 dan nilai tolerance $< 0,1$, maka terdapat gejala

multikolinieritas pada variabel tersebut terhadap variabel lainnya. Hasil uji multikolinieritas disajikan pada Tabel 15.

Tabel 15. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Periklanan	0,827	1,209	Tidak terjadi multikolinieritas
Hubungan Masyarakat	0,868	1,153	Tidak terjadi multikolinieritas
Promosi Penjualan	0,781	1,281	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber : Data Primer, 2013 (Diolah)

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas, dapat diketahui bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas pada biaya periklanan, hubungan masyarakat, dan promosi penjualan. Hal ini dapat diketahui dari biaya periklanan, hubungan masyarakat dan promosi penjualan memiliki nilai tolerance $> 0,1$ yang berarti bahwa tidak ada multikolinieritas antar biaya tersebut. Hasil perhitungan VIF tidak menunjukkan adanya multikolinieritas karena nilai VIF masing – masing biaya bauran promosi yaitu biaya periklanan, hubungan masyarakat dan promosi penjualan adalah < 10 .

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan pengujian asumsi dalam regresi dimana variabel dependen tidak berkorelasi dengan diri sendiri yaitu bahwa nilai dari variabel dependen tidak berhubungan dengan nilai variabel itu sendiri, baik nilai periode sebelumnya atau nilai periode sesudahnya. Model regresi yang baik adalah model yang bebas dari gejala autokorelasi. Langkah untuk mendeteksi gejala autokorelasi adalah menggunakan uji Durbin-Watson (DW). Nilai Durbin-Watson yang dihasilkan dari uji autokorelasi disajikan pada Tabel 16.

Tabel 16. Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Durbin- Watson
1	.811	.657	.606	1.798

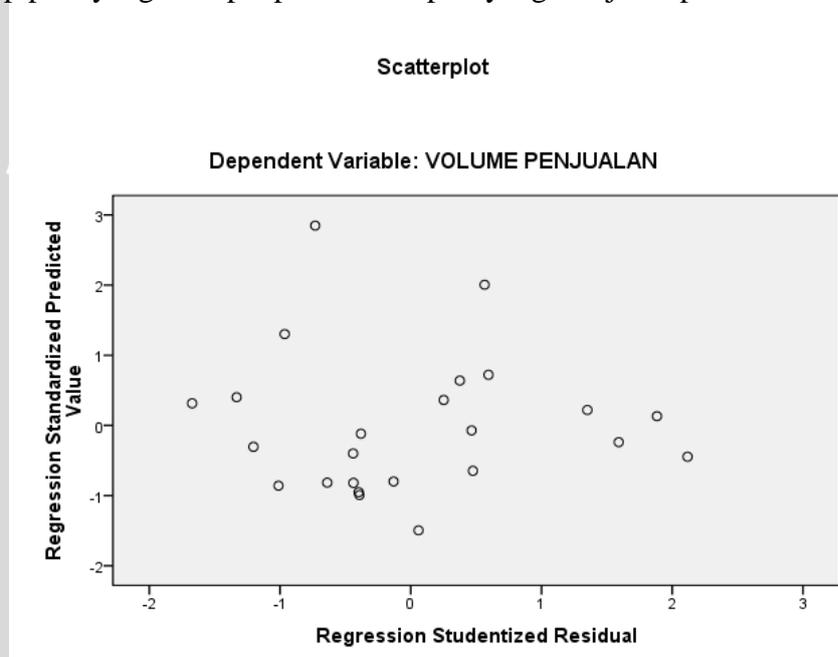
Sumber : Data Primer, 2013 (Diolah)

Berdasarkan tabel diatas, tidak terjadi gejala autokorelasi karena nilai DW tersebut memenuhi kriteria. Kriteria yang dimaksud adalah apabila nilai DW berada di antara nilai du dan $(4-du)$ ($du < DW < (4-du)$). Jumlah sampel dalam

penelitian ini adalah sebesar 24 dan jumlah variabel independent yaitu variabel biaya bauran promosi sebesar 3 sehingga didapatkan nilai du adalah 1,6565, nilai dari $(4-du)$ adalah 2,3435, dan nilai DW adalah 1,974. Oleh karena itu, nilai DW berada di antara nilai du dan nilai $4-du$ yaitu $1,6565 < 1,974 < 2,3435$ sehingga tidak terjadi gejala autokorelasi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Langkah untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas adalah melakukan pengamatan terhadap pola yang terdapat pada scatterplot yang disajikan pada Grafik 4.



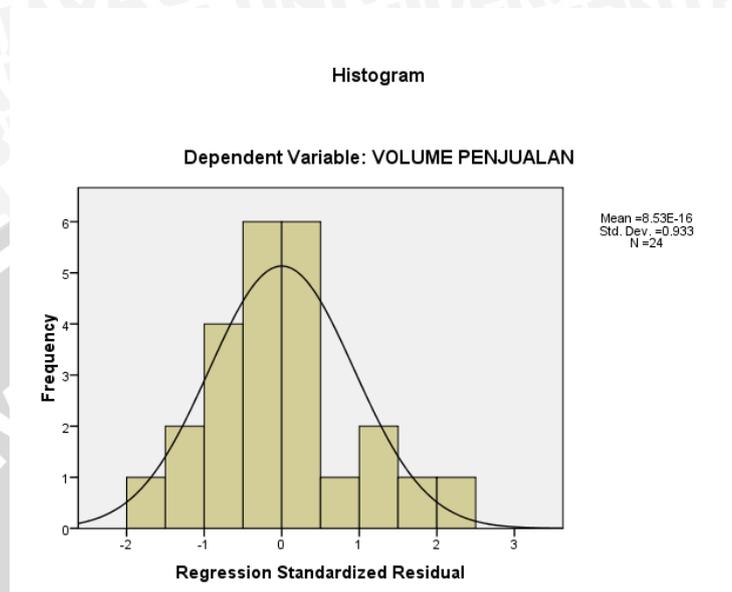
Grafik 4. Grafik Scatterplot Heteroskedastisitas
Sumber: (Data Primer, 2013)

Berdasarkan skema grafik scatterplot diatas, dapat dilihat bahwa titik – titik dalam plot menyebar tidak teratur, tidak membentuk pola tertentu, dan tersebar baik di di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi.

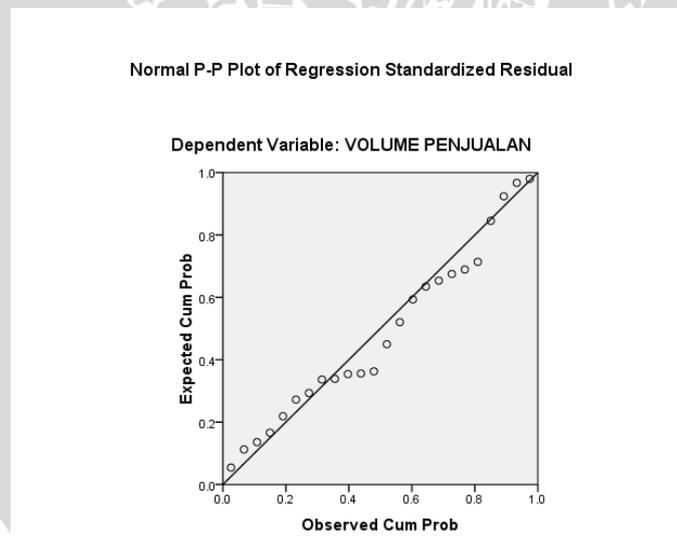
4. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan dengan tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen, variabel dependen atau keduanya mempunyai

distribusi normal. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Langkah untuk mendeteksi apakah variabel terdistribusi normal atau tidak yakni dengan analisis grafik. Analisis grafik disajikan pada Grafik 5 dan 6.



Grafik 5. Grafik Histogram Normalitas
Sumber: (Data Primer, 2013)



Grafik 6. Grafik Normal Plot Normalitas
Sumber: (Data Primer, 2013)

Berdasarkan grafik output yang terdiri dari grafik histogram dan normal plot, dapat diketahui bahwa grafik volume penjualan dengan bentuk histogram mengikuti bentuk distribusi normal. Data tersebut akan terdistribusi normal jika nilai probabilitas yang diharapkan adalah sama dengan nilai probabilitas

pengamatan. Hasil yang ditunjukkan dari grafik normal plot adalah kesamaan antara nilai probabilitas harapan dengan probabilitas pengamatan, hal ini dapat dilihat dari grafik tersebut. Garis diagonal dalam grafik normal plot merupakan perpotongan antara garis probabilitas harapan dan probabilitas pengamatan. Grafik normal plot terdapat nilai plot di sekitar garis diagonal dan tidak menyimpang jauh dari garis diagonal, sehingga dapat dikatakan bahwa distribusi data volume penjualan adalah normal.

5.8.2. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi berganda yang telah dilakukan dengan menggunakan bantuan *SPSS for Windows*. Analisis Regresi Linier Berganda terdiri dari uji F, koefisien Determinasi, dan uji t. Hasil dari analisis regresi berganda disajikan dalam Tabel 17.

Tabel 17. Hasil Analisis Regresi Berganda Biaya Bauran Promosi terhadap Volume Penjualan

Variabel Terikat	Variabel Bebas	B	t _{hitung}	Signifikan	Keterangan
Volume Penjualan (Y)	Periklanan (X1)	6,921	2,264	0,035	Signifikan
	Hubungan Masyarakat (X2)	40,290	2,364	0,028	Signifikan
	Promosi Penjualan (X3)	24,962	2,864	0,010	Signifikan
Konstanta		= 27.560.000			
α		= 0,100			
Koefisien Determinasi (R^2)		= 0,657			
F-hitung		= 12,776			
F-tabel		= 3,098			
Signifikansi F		= 0,012			
t tabel		= 2,086			

Sumber : Data Primer, 2013 (Diolah)

1. Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari biaya bauran promosi yang terdiri dari biaya periklanan, hubungan masyarakat, dan promosi penjualan secara simultan (bersama – sama) terhadap volume penjualan. Kriteria dalam uji F adalah apabila nilai signifikansi $F < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya bahwa variabel biaya bauran promosi secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh terhadap volume penjualan. Apabila nilai signifikansi $F > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang artinya bahwa variabel biaya bauran promosi secara simultan (bersama-sama) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan. Berdasarkan tabel 17, diketahui bahwa hasil F hitung $> F$ tabel yaitu $12,776 > 3,098$ dan nilai signifikansi F 0,012 di bawah nilai signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel periklanan, hubungan masyarakat, dan promosi penjualan secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel volume penjualan.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan tabel 17, nilai koefisien determinasi (R^2) adalah sebesar 0,414 atau 65,7% artinya bahwa sumbangan pengaruh variabel biaya bauran promosi yaitu variabel periklanan, hubungan masyarakat, dan promosi penjualan secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel volume penjualan sebesar 65,7%, sedangkan sisanya sebesar 34,3% disumbangkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi periklanan, hubungan masyarakat, dan promosi penjualan secara parsial (individu) berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Berdasarkan tabel 17 diatas yaitu hasil analisis regresi linier berganda antara biaya bauran promosi terhadap volume penjualan didapatkan persamaan :

$$Y = 27.560.000 + 6,921 X_1 + 40,290 X_2 + 24,962 X_3$$

Persamaan linier diatas digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari biaya bauran promosi yang terdiri dari biaya periklanan, biaya

hubungan masyarakat, dan biaya promosi penjualan terhadap volume penjualan. Berdasarkan hasil regresi linier berganda pada tabel 17, dapat diketahui biaya bauran promosi mana yang berpengaruh maupun yang tidak berpengaruh secara signifikan. Biaya bauran promosi yang berpengaruh dan yang tidak berpengaruh adalah sebagai berikut :

1. Biaya Periklanan

Berdasarkan hasil uji t, didapatkan signifikansi t sebesar 0,035. Hasil tersebut lebih kecil dibandingkan nilai signifikansi 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa biaya periklanan mempengaruhi volume penjualan sari apel.

Koefisien regresi dari biaya periklanan bernilai positif artinya ada hubungan antara biaya periklanan dengan volume penjualan. Semakin meningkat biaya periklanan maka akan meningkatkan volume penjualan. Koefisien regresi biaya periklanan sebesar 6,921 artinya jika biaya periklanan mengalami kenaikan sebesar Rp 1, biaya bauran promosi lain yang terdiri dari biaya promosi penjualan dan biaya hubungan masyarakat dianggap tetap, maka volume penjualan meningkat sebesar Rp 6,921.

Biaya periklanan yang dikeluarkan oleh perusahaan antara lain biaya untuk banner, spanduk, brosur, mobil iklan dan reklame. Upaya yang dilakukan perusahaan dalam periklanan yakni pencetakan spanduk yang dilakukan setiap hampir 2 bulan sekali dan pemasangan spanduk di tempat-tempat yang strategis, pencetakan brosur setiap 3 bulan sekali dan penggunaan mobil iklan Adam's Apple untuk transportasi perusahaan memberikan dampak positif dalam menarik minat konsumen untuk membeli produk sari apel Adam's Apple. Hal ini dilakukan perusahaan dengan tujuan berusaha menjaga kontinuitas promosi agar konsumen tetap mengenal dan mengetahui keberadaan produk sari apel Adam's Apple. Menurut Farola (2005) untuk meningkatkan volume penjualan perusahaan di masa yang akan datang, perusahaan dapat mempertahankan iklan yang telah dipergunakan atau bahkan lebih ditingkatkan dalam hal kegiatan periklanan.

2. Biaya Hubungan Masyarakat

Berdasarkan hasil uji t, didapatkan signifikansi t sebesar 0,028. Hasil tersebut lebih besar dibandingkan nilai signifikansi 0,05. Hal tersebut menunjukkan

bahwa biaya hubungan masyarakat tidak mempengaruhi volume penjualan sari apel.

Koefisien regresi dari biaya hubungan masyarakat bernilai positif artinya terdapat hubungan antara biaya hubungan masyarakat dengan volume penjualan. Semakin meningkat biaya hubungan masyarakat maka akan meningkatkan volume penjualan. Koefisien regresi dari biaya hubungan masyarakat sebesar 40,290 yang artinya jika biaya hubungan masyarakat mengalami kenaikan sebesar Rp 1, biaya bauran promosi lain yang terdiri dari biaya promosi penjualan dan biaya periklanan dianggap tetap, maka volume penjualan akan meningkat sebesar Rp 40,290.

Biaya yang dikeluarkan oleh Adam's Apple yang terdiri dari biaya untuk pemberian bahan identitas berupa kaos perusahaan dan donasi berupa uang dan barang yakni sari apel cukup efektif. Kegiatan hubungan masyarakat dapat memperkenalkan produk sari apel kepada masyarakat luas dan mampu mendorong konsumen untuk membeli produk sari apel Adam's Apple karena kegiatan dilakukan secara rutin setiap bulan.

3. Biaya Promosi Penjualan

Berdasarkan hasil uji t, didapatkan signifikansi t sebesar 0,010. Hasil tersebut lebih kecil dibandingkan nilai signifikansi 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa biaya promosi penjualan mempengaruhi volume penjualan sari apel.

Koefisien regresi biaya promosi penjualan bernilai positif artinya ada hubungan antara biaya promosi penjualan dengan volume penjualan. Semakin meningkat biaya promosi penjualan maka akan meningkatkan volume penjualan. Koefisien regresi biaya promosi penjualan sebesar 24,962 artinya jika biaya promosi penjualan mengalami kenaikan sebesar Rp 1, biaya bauran promosi lain yang terdiri dari biaya hubungan masyarakat dan biaya periklanan dianggap tetap, maka volume penjualan akan meningkat sebesar Rp 24,962.

Promosi penjualan yang dilakukan oleh Adam's Apple terdiri dari pemberian tester, potongan harga, promo dagang, dan pameran. Menurut Peter (2000) sebagian besar promosi penjualan diorientasikan pada perubahan perilaku pembelian konsumen yang segera. Promosi penjualan dapat mendorong konsumen untuk membeli produk sari apel Adam's Apple karena intensif yang

ditawarkan dari kegiatan promosi tersebut. Kegiatan promosi penjualan yakni pemberian potongan harga yang dilakukan perusahaan disaat event-event tertentu seperti liburan sekolah dan Hari Besar untuk konsumen yang berkunjung ke outlet dapat memberikan dampak positif terhadap penjualan produk sari apel. Kegiatan promosi penjualan lainnya yakni pemberian tester untuk agen dan pada saat kegiatan pameran juga memberikan dampak positif terhadap penjualan produk sari apel. Kegiatan pameran yang difasilitasi oleh Kementerian Perindustrian dapat menjangkau konsumen lebih luas sehingga hal tersebut dapat meningkatkan volume penjualan produk sari apel Adam's Apple.

