

Judul Skripsi : ANALISIS *TREND* DAN FAKTOR-FAKTOR
YANG MEMPENGARUHI VOLUME
PENJUALAN PRODUK BENIH KUBIS
GREEN NOVA DI PT. TANI MURNI
INDONESIA

Nama Mahasiswa : RIFKY BAHARSYAH

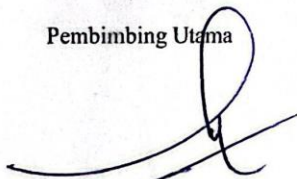
NIM : 23020321140141

Program Studi/Departemen : S1 AGRIBISNIS

Fakultas : PETERNAKAN DAN PERTANIAN

Telah disidangkan dihadapan Tim Penguji
Dan dinyatakan lulus pada tanggal 04 JUN 2025

Pembimbing Utama



Dr. Ir. Edy Prasetyo, M.S.

Pembimbing Anggota



Prof. Dr. Ir. Titik Ekowati, M.Sc.

Ketua Program Studi



Ir. Kustopo Budiraharjo, M. P.

Ketua Panitia Ujian Akhir Program



Ir. Joko Mariyono, M.P., Ph.D.



Prof. Sugiharto, S.Pt., M.Sc., Ph.D

Ketua Departemen



Ahmad N. Al-Baarri, S.Pt., M.P., Ph.D.

Judul Skripsi : ANALISIS *TREND* DAN FAKTOR-FAKTOR
YANG MEMPENGARUHI VOLUME
PENJUALAN PRODUK BENIH KUBIS
GREEN NOVA DI PT. TANI MURNI
INDONESIA

Nama Mahasiswa : RIFKY BAHARSYAH

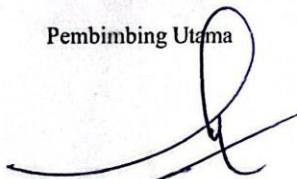
NIM : 23020321140141

Program Studi/Departemen : S1 AGRIBISNIS

Fakultas : PETERNAKAN DAN PERTANIAN

Telah disidangkan dihadapan Tim Penguji
Dan dinyatakan lulus pada tanggal 04 JUN 2025

Pembimbing Utama



Dr. Ir. Edy Prasetyo, M.S.

Pembimbing Anggota



Prof. Dr. Ir. Titik Ekowati, M.Sc.

Ketua Program Studi



Ir. Kustopo Budiraharjo, M. P.

Ketua Panitia Ujian Akhir Program



Ir. Joko Mariyono, M.P., Ph.D.



Prof. Sugiharto, S.Pt., M.Sc., Ph.D

Ketua Departemen



Ahmad N. Al-Baarri, S.Pt., M.P., Ph.D.

Judul Skripsi : ANALISIS *TREND* DAN FAKTOR-FAKTOR
YANG MEMPENGARUHI VOLUME
PENJUALAN PRODUK BENIH KUBIS
GREEN NOVA DI PT. TANI MURNI
INDONESIA

Nama Mahasiswa : RIFKY BAHARSYAH

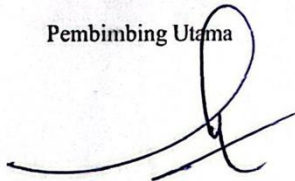
NIM : 23020321140141

Program Studi/Departemen : S1 AGRIBISNIS

Fakultas : PETERNAKAN DAN PERTANIAN

Telah disidangkan dihadapan Tim Penguji
Dan dinyatakan lulus pada tanggal 04 JUN 2025

Pembimbing Utama



Dr. Ir. Edy Prasetyo, M.S.

Pembimbing Anggota



Prof. Dr. Ir. Titik Ekowati, M.Sc.

Ketua Program Studi



Ir. Kustopo Budiraharjo, M. P.

Ketua Panitia Ujian Akhir Program



Ir. Joko Mariyono, M.P., Ph.D.



Prof. Sugiharto, S.Pt., M.Sc., Ph.D

Ketua Departemen



Ahmad N. Al-Baarri, S.Pt., M.P., Ph.D.

CS Dipindai dengan CamScanner

**ANALISIS *TREND* DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
VOLUME PENJUALAN PRODUK BENIH KUBIS GREEN NOVA
DI PT. TANI MURNI INDONESIA**

SKRIPSI

Oleh:

RIFKY BAHARSYAH



**PROGRAM STUDI S1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2025**

ANALISIS *TREND* DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
VOLUME PENJUALAN PRODUK BENIH KUBIS GREEN NOVA
DI PT. TANI MURNI INDONESIA

Oleh:

RIFKY BAHARSYAH
NIM : 23020321140141

Salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian Pada Program Studi S1 Agribisnis
Fakultas Peternakan dan Petanian Universitas Diponegoro

PROGRAM STUDI S1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2025

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Rifky Baharsyah
Nim : 23020321140141
Program Studi : Agribisnis

Dengan ini menyatakan sebagai berikut:

1. Skripsi yang berjudul **Analisis Trend Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Produk Benih Kubis Green Nova Di Pt. Tani Murni Indonesia** dan penelitian yang terkait dengan skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri
2. Setiap ide tau kutipan dari orang lain berupa publikasi atau bentuk lainnya dalam skripsi ini telah diakui sesuai standar prosedur disiplin ilmu
3. Penulis juga mengakui bahwa skripsi ini dapat dihasilkan berkat bimbingan dan dukungan penuh dari pembimbing yaitu: **Dr. Ir. Edy Prasetyo, M.S** dan **Prof. Dr. Ir. Titik Ekowati, M.Sc.**

Apabila di kemudian hari dalam skripsi ini ditemukan hal-hal yang menunjukkan telah dilakukannya kecurangan akademik maka penulis bersedia gelar sarjana yang telah penulis dapatkan ditarik sesuai dengan ketentuan dari Program Studi S1 Agribisnis, Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro.

Semarang, Mei 2025

Penulis,



Rifky Baharsyah

Mengetahui:

Pembimbing Utama

Dr. Ir. Edy Prasetyo, M.S

Pembimbing Anggota

Prof. Dr. Ir. Titik Ekowati, M.Sc.

Judul Skripsi : ANALISIS *TREND* DAN FAKTOR-FAKTOR
YANG MEMPENGARUHI VOLUME
PENJUALAN PRODUK BENIH KUBIS
GREEN NOVA DI PT. TANI MURNI
INDONESIA

Nama Mahasiswa : RIFKY BAHARSYAH

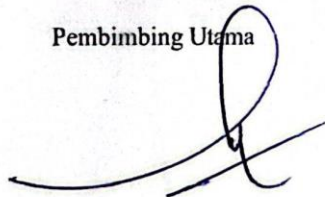
NIM : 23020321140141

Program Studi/Departemen : S1 AGRIBISNIS

Fakultas : PETERNAKAN DAN PERTANIAN

Telah disidangkan dihadapan Tim Penguji
Dan dinyatakan lulus pada tanggal 04 JUN 2025

Pembimbing Utama



Dr. Ir. Edy Prasetyo, M.S.

Pembimbing Anggota



Prof. Dr. Ir. Titik Ekowati, M.Sc.

Ketua Program Studi



Ir. Kustopo Budiraharjo, M. P.

Ketua Panitia Ujian Akhir Program



Ir. Joko Mariyono, M.P., Ph.D.



Prof. Sugiharto, S.Pt., M.Sc., Ph.D

Ketua Departemen



Ahmad N. Al-Baarri, S.Pt., M.P., Ph.D.

RINGKASAN

RIFKY BAHARSYAH. 23020321141041. 2025. Analisis *Trend* Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Produk Benih Kubis Green Nova Di PT. Tani Murni Indonesia (Pembimbing: **EDY PRASETYO** dan **TITIK EKOWATI**).

Penelitian ini bertujuan untuk 1) menganalisis *trend* penjualan benih kubis Green Nova di PT. Tani Murni Indonesia. 2) menganalisis pengaruh antara harga jual, jumlah produksi, biaya promosi, biaya transportasi, dan musim tanam terhadap volume penjualan produk benih Kubis Green Nova di PT. Tani Murni Indonesia. Penelitian ini dilaksanakan pada Bulan Januari 2025 hingga Februari 2025 di PT. Tani Murni Indonesia yang berlokasi di Jl. Pasir Kaliki, Kec. Cicendo, Kota Bandung, Jawa Barat.

Metode penelitian adalah studi kasus di PT. Tani Murni Indonesia, yang menghadapi tantangan terkait regulasi benih impor, fluktuasi permintaan benih kubis, dan kondisi iklim yang tidak menentu. Sumber pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan Data primer diperoleh dari wawancara dengan menggunakan alat bantu kuesioner. Teknik pengumpulan data sekunder diperoleh dari studi literatur yang sesuai dengan topik penelitian. Data *time series* yang digunakan pada penelitian ini adalah data perbulan yang diambil selama 5 Tahun yang meliputi data harga jual, jumlah produksi, biaya promosi, biaya transportasi, dan musim tanam. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah: analisis *trend* dan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) hasil analisis *trend* dengan menggunakan analisis *trend* linear menunjukkan hasil peramalan selama 24 Bulan sebesar 66.804,366 *pack* dari Bulan Januari Tahun 2025 hingga Bulan Desember Tahun 2026; 2) Hasil uji analisis regresi linear berganda menunjukkan harga jual, jumlah produksi, biaya transportasi, dan biaya promosi berpengaruh terhadap volume penjualan dan pada variabel dummy musim tanam tidak berpengaruh terhadap volume penjualan.

KATA PENGANTAR

Penelitian dilaksanakan di PT. Tani Murni Indonesia yang bergerak pada bidang memproduksi benih, meneliti, membiakkan, dan mendistribusikan kualitas benih sayuran di Indonesia. Analisis *trend* dapat membantu dalam meramalkan kebutuhan pasar, memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan strategi produksi dan distribusi.

Segala puji dan syukur serta terimakasih penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat, karunia dan nikmat yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Usulan Penelitian yang berjudul “Analisis *Trend* Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Produk Benih Kubis Green Nova Di PT. Tani Murni Indonesia”.

Dalam penyusunan Skripsi ini penulis mendapatkan banyak bantuan, bimbingan, pengarahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan penuh kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada :

1. Dr. Ir. Edy Prasetyo, M.S. selaku dosen pembimbing utama yang telah banyak memberikan ilmu dan bimbingannya selama penulis menyusun Skripsi.
2. Prof. Dr. Ir. Titik Ekowati, M.Sc. selaku dosen pembimbing anggota yang telah memberikan arahan dan masukan kepada penulis sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Prof. Sugiharto, S.Pt., M.Sc., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Peternakan dan Pertanian yang telah membantu kelancaran dalam proses perkuliahan di S1 Agribisnis.

4. Ahmad Ni'matullah Al-Baarri, S.Pt., M.P., Ph.D. selaku Ketua Departemen Pertanian yang telah memberikan berbagai macam fasilitas serta berbagai kemudahan lainnya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
5. Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P, selaku Ketua Program Studi S1 Agribisnis
6. Prof. Agus Setiadi S.Pt., M.Si., Ph.D. selaku Dosen Wali penulis.
7. Suryani Nurfadillah, S.E., M.Si. selaku Koordinator Laboratorium Manajemen Agribisnis atas bimbingan dan kemudahan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi
8. Seluruh Dosen dan Staff Administrasi Program Studi Agribisnis dan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro yang telah membantu penulis dalam proses belajar maupun pengurusan administrasi.
9. Bapak Supranto dan Ibu Herni Rosani selaku orang tua penulis dan yang selalu memberikan dukungan selama masa perkuliahan dan doa kepada penulis.
10. Masterpeace sebagai teman-teman seperjuangan dan selalu support selama perkuliahan yaitu Adika Dias, Ajeng Kartini, Moh Ezra, M.Hafidz, Ghina, Raditya Nurhandayani, Raddin Syabania, Rangga Adi, dan Lutfiah Syaefuddin.
11. Teman-teman yang telah membantu memberi masukan dan saran dalam penulisan skripsi ini yaitu Nizam Hanif dan Syamsul Huda.

12. Teman-teman mahasiswa Program Studi S1 Agribisnis Universitas Diponegoro yang turut memberikan *support* dan Doa untuk penulis menyelesaikan skripsi.

Penulis menyadari bahwa pada proses penyusunan Skripsi ini memiliki kekurangan baik dalam teknis penulisan maupun pada materi, sehingga penulis mengharapkan adanya kritik, saran dan masukan yang bersifat membangun untuk perbaikan usulan penelitian kedepannya. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis, perusahaan, dan para pembaca umumnya.

Semarang, Mei 2025

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
DAFTAR ILUSTRASI	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Tujuan Penelitian	4
1.3. Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Benih Kubis	6
2.2. Produksi	7
2.3. Penjualan	8
2.4. <i>Trend</i> Penjualan	9
2.5. Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan	12
2.5. Penelitian Terdahulu	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	20
3.1. Kerangka Pemikiran.....	20
3.2. Hipotesis	22
3.3. Waktu dan Lokasi	22
3.4. Metode Penelitian	22
3.5. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.6. Metode Analisis Data	23
3.6.3.1 Uji multikolinearitas	26
3.6.3.1 Uji heteroskedastisitas	27

3.6.3.1	Uji autokorelasi	27
3.7.	Batasan Istilah dan Konsep Pengukuran Variabel	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		33
4.1.	Gambaran Umum PT. Tani Murni Indonesia	33
4.2.	Harga Jual	36
4.3.	Jumlah Produksi.....	37
4.4.	Biaya Promosi.....	39
4.5.	Biaya Transportasi	42
4.6.	Penjualan Benih Kubis Green Nova	44
4.7.	Analisis <i>Trend</i> Benih Kubis Green Nova.....	46
4.8.	Uji Stasioneritas	49
4.9.	Uji Normalitas	50
4.10.	Uji Asumsi Klasik.....	50
4.11.	Uji Regresi Linear Berganda	52
4.12.	Uji Koefisien Determinasi	53
4.13.	Uji F	54
4.14.	Uji t.....	54
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		59
5.1.	Simpulan.....	59
5.2.	Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA		60
LAMPIRAN		64
RIWAYAT HIDUP		97

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Penelitian Terdahulu	17
2. Tingkat fluktuasi berdasarkan nilai koefisien varians (KV)	25
3. Klasifikasi Nilai d	28
4. Harga Jual Benih Kubis Green Nova di PT. Tani Murni Indonesia.....	36
5. Jumlah Produksi Benih Kubis Green Nova di PT. Tani Murni Indonesia	38
6. Biaya Promosi Benih Kubis Green Nova di PT. Tani Murni Indonesia	40
7. Biaya Transportasi Benih Kubis Green Nova di PT. Tani Murni Indonesia	43
8. Penjualan Benih Kubis Green Nova di PT. Tani Murni Indonesia	45
9. Koefisien Varians	48
10. Uji Stasioneritas.....	49
11. Uji Regresi Linear Berganda.....	53

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Kuesioner Penelitian	64
2. Peta Lokasi	66
3. Harga Benih Kubis Green Nova.....	68
4. Jumlah Produksi Benih Kubis Green Nova	70
5. Biaya Transportasi Benih Kubis Green Nova	72
6. Biaya Promosi Benih Kubis Green Nova	74
7. Volume penjualan Benih Kubis Green Nova.....	76
8. Analisis Trend Benih Kubis Green Nova di PT. Tani Murni Indonesia	78
9. Perhitungan Analisis Trend	80
10. Uji Stasioner	82
11. Uji Normalitas	87
12. Uji Multikolinearitas.....	88
13. Uji Heterokedastisitas	89
14. Uji Autokorelasi Durbin-Watson	90
15. Analisis Regresi Linear Berganda	91
16. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	92
17. Uji F	93
18. Uji t	93
19. Dokumentasi.....	95

DAFTAR ILUSTRASI

Nomor		Halaman
1.	Kerangka Pemikiran.....	21
2.	Struktur Organisasi PT Tani Murni Indonesia	35
3.	Grafik Trend Penjualan Tahun 2020-2024	47

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Subsektor hortikultura mencakup berbagai jenis buah, sayuran, dan tanaman hias, memegang peranan penting dalam memenuhi kebutuhan pangan dan gizi masyarakat. Hal ini menyebabkan permintaan subsektor ini terus meningkat setiap Tahun. Di antara komoditas hortikultura, kubis merupakan jenis sayuran yang populer dan banyak dikonsumsi. Produksi kubis memiliki fluktuasi yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti iklim, permintaan pasar, dan kebijakan pemerintah.

Produksi kubis di Indonesia mengalami fluktuasi selama 3 Tahun terakhir, dengan jumlah produksi 1.43 juta ton pada Tahun 2021, meningkat menjadi 1.50 juta ton pada Tahun 2022, lalu kembali menurun menjadi 1.39 juta ton pada Tahun 2023 (BPS, 2021-2023). Fluktuasi ini disebabkan oleh permintaan pasar yang tidak stabil dan ketersediaan benih yang sering kali tidak menentu. Salah satu faktor utama yang mempengaruhi ketersediaan benih kubis adalah kenyataan bahwa produksi benih ini belum dapat dilakukan di Indonesia. Adapun beberapa daerah penghasil utama seperti Sumatera Utara sebesar 228 ribu ton, Jawa Barat sebesar 211 ribu ton, Jawa Timur sebesar 202 ribu ton, Jawa Tengah 188 ribu ton, dan Sumatera Barat sebesar 176 ribu ton (Direktorat Jendral Hortikultura, 2023). Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya pola makan sehat,

permintaan akan kubis sebagai bahan pangan yang bernutrisi tinggi terus mengalami peningkatan. Pemilihan varietas kubis yang tepat, sangat penting untuk memastikan hasil panen yang optimal. Dengan semua keunggulan dan manfaat yang dimiliki, kubis menjadi salah satu komoditas hortikultura yang penting dalam menunjang ketahanan pangan serta meningkatkan kesejahteraan petani di daerah dataran tinggi.

Tanaman kubis umumnya memerlukan iklim yang lebih sejuk dan stabil untuk menghasilkan benih berkualitas tinggi, sehingga Indonesia masih sangat bergantung pada impor benih kubis dari negara-negara dengan kondisi agroklimat yang lebih mendukung. Ketergantungan pada impor ini menambah tantangan bagi perusahaan, terutama dalam hal harga dan ketersediaan. Fluktuasi nilai tukar mata uang, kebijakan impor, serta perubahan iklim di negara-negara pengekspor dapat mempengaruhi harga dan pasokan benih kubis di Indonesia. Hal ini menyebabkan sering kali petani harus menghadapi ketidakpastian dalam mendapatkan benih dengan harga yang stabil. Permentan no 15 tahun 2017, pada pasal 43 direktur jenderal apabila dalam jangka paling lama 5 hari kerja harus sudah memberitahukan di tolak atau diterima izin pengeluaran benih. Akan tetapi pada kenyataan dilapang biasanya lebih dari 5 hari kerja bahkan hingga sebulan, sehingga menyebabkan jumlah ketersediaan benih kubis Green Nova tidak menentu.

PT. Tani Murni Indonesia merupakan yang memproduksi, meneliti, membiakkan, dan mendistribusikan kualitas benih sayuran di Indonesia. Perusahaan ini memproduksi benih hasil persilangannya sendiri melalui proses

Research and Development, sehingga varietas yang dihasilkan memiliki karakteristik tersendiri dan kualitas yang unggul. Benih kubis Green Nova merupakan tanaman kubis yang dapat ditanam di dataran menengah hingga dataran tinggi, memiliki pertumbuhan yang sangat seragam, mudah dalam perawatan, dan memiliki umur panen 75 - 80 hari setelah tanam. Di samping itu, perusahaan ini juga mengalami tantangan selama keberjalanan operasionalnya dalam penjualan benih kubis Green Nova, diantaranya regulasi pemerintah terkait benih impor, fluktuasi permintaan benih kubis di kalangan petani, serta kondisi iklim yang tidak menentu. Tantangan tersebut mempengaruhi perusahaan dalam menjual produk benihnya. Selain itu, munculnya pendatang baru di industri perbenihan membuat PT. Tani Murni Indonesia harus mampu untuk mempertahankan harga dan kualitas benih yang dipasarkan. Kondisi ini membuat perusahaan harus memiliki strategi bisnis yang pas untuk mengatasi hal tersebut. Salah satu strategi bisnis yang dapat diterapkan pada kondisi ini yaitu analisis *trend* volume penjualan.

Benih kubis Green Nova menjadi produk unggulan di PT. Tani Murni Indonesia dikarenakan memiliki adaptasi yang tinggi, mudah dalam pemeliharaan, dan mempunyai produksi yang lebih tinggi. Benih kubis Green Nova memiliki kualitas yang baik dikarenakan telah melewati seleksi varietas yang sangat ketat dan benih kubis Green Nova meskipun ditanam di berbagai lahan yang berbeda akan tetap memiliki jumlah produksi yang tetap tinggi.

Analisis *trend* penjualan sangat penting bagi perusahaan untuk menghadapi tantangan seperti regulasi pemerintah terkait impor, fluktuasi permintaan di

kalangan petani, dan kondisi iklim yang tidak menentu. Dengan memahami pola penjualan, perusahaan dapat mengidentifikasi periode puncak dan penurunan permintaan, serta merespons regulasi yang berubah dengan cepat. Analisis ini juga dapat membantu dalam meramalkan kebutuhan pasar, memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan strategi produksi dan distribusi mereka. Selain itu, dengan memantau dampak kondisi iklim terhadap hasil panen dan permintaan, perusahaan dapat mengambil langkah proaktif untuk mengoptimalkan stok dan penawaran produk.

1.2. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis *trend* penjualan benih kubis Green Nova di PT. Tani Murni Indonesia.
2. Menganalisis pengaruh antara harga jual, jumlah produksi, biaya promosi, biaya transportasi, dan musim tanam terhadap volume penjualan produk benih Kubis Green Nova di PT. Tani Murni Indonesia.

1.3. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini diantaranya yaitu:

1. Bagi peneliti, dapat mengetahui bagaimana *trend* volume penjualan benih kubis Green Nova di PT. Tani Murni Indonesia serta mempelajari hubungan antara harga jual, jumlah produksi, biaya promosi, biaya transportasi, dan

musim tanam dengan volume penjualan produk benih kubis Green Nova di PT. Tani Murni Indonesia.

2. Bagi perusahaan, menjadikan hasil penelitian yang telah dilaksanakan dapat menjadi bahan saran dan masukan bagi PT. Tani Murni Indonesia dalam melakukan penerapan strategi untuk meningkatkan volume penjualan produk benih kubis Green Nova.
3. Bagi pembaca, dapat memperluas pengetahuan mengenai analisis *trend* dan analisis regresi linear berganda.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Benih Kubis

Kubis (*Brassica oleracea L.*) merupakan salah satu komoditas hortikultura yang sangat banyak dikonsumsi oleh masyarakat. Tanaman kubis memiliki berbagai manfaat, baik sebagai sumber pangan yang kaya akan nutrisi maupun sebagai sayuran yang dapat diolah menjadi berbagai produk olahan pangan. Kubis memiliki vitamin C, vitamin K, serat, dan antioksidan. Selain itu, kubis memiliki senyawa anti inflamasi yang dapat membantu mengurangi risiko penyakit kronis seperti penyakit jantung dan kanker (Rosida *et al.*, 2015).

Kubis dapat ditanam pada daerah dataran tinggi. Tanaman ini umumnya ditanam pada ketinggian 1500 meter di atas permukaan laut, pada daerah dataran tinggi memiliki kondisi suhu dan kelembapan yang lebih rendah mendukung pertumbuhan optimalnya (Widiatningrum dan Pukan, 2010). Iklim sejuk di daerah pegunungan dapat membantu mengurangi serangan hama dan penyakit yang umumnya lebih banyak ditemukan di daerah dataran rendah.

Benih merupakan biji tanaman yang dipergunakan untuk keperluan dan pengembangan usahatani dan memiliki fungsi agronomis. Benih kubis merupakan salah satu sayuran penting yang banyak dibudidayakan oleh petani di Indonesia dan kubis termasuk kedalam sayuran tinggi serat kasar (Rosida *et al.*, 2015). Kualitas benih kubis sangat menentukan keberhasilan panen, benih yang berkualitas akan menghasilkan tanaman yang lebih kuat, tahan virus dan memiliki

hasil produksi yang tinggi. Benih kubis dapat ditanam pada ketinggian diatas 1500 m dari permukaan laut (Widiatningrum dan Pukan, 2010). Benih kubis memiliki beberapa jenis yaitu kubis hijau dan kubis merah.

Pemilihan benih kubis menjadi faktor utama penentuan keberhasilan budidaya, penting untuk memperhatikan daya tumbuh, kemurnian benih, serta ketahanan terhadap cuaca dan hama (Karo *et al.*, 2018). Penggunaan benih yang berkualitas tidak hanya meningkatkan hasil panen akan tetapi dapat membantu petani dalam mendapatkan produk yang lebih baik dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Benih kubis tidak dapat di produksi secara optimal di Indonesia karena terkendala agroklimat yang kurang mendukung (Rosida *et al.*, 2015). Kubis merupakan tanaman yang umumnya tumbuh di suhu udara yang dingin dan stabil sangat diperlukan untuk mendukung pertumbuhan tanaman dan proses pembentukan benih yang berkualitas. Indonesia memiliki iklim tropis dengan suhu yang cenderung lebih panas dan tingkat kelembapan yang tinggi, sehingga Indonesia tidak ideal untuk produksi benih kubis. Dengan keterbatasan yang ada banyak perusahaan mengimpor benih kubis dari negara-negara dengan iklim yang lebih sesuai, seperti Tiongkok, Jepang, atau negara-negara Eropa.

2.2. Produksi

Produksi merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan untuk menambah nilai pada suatu barang atau jasa. Melibatkan faktor produksi sebagai inputnya atau mengubah input menjadi output dengan tujuan menghasilkan barang dan jasa yang kemudian dimanfaatkan oleh konsumen (Sholiha, 2018). Manfaat dalam

proses produksi, diantaranya: sebagai langkah proses produksi lebih efektif dan efisien, memaksimalkan jumlah produk yang dihasilkan, dan meminimalisir kesalahan. Manfaat proses produksi dapat memberikan nilai positif dalam produksi suatu produk (Novianty *et al.*, 2017). Tujuan dari proses produksi sebagai upaya dalam memenuhi kebutuhan manusia. Kebutuhan terhadap barang dan jasa harus dipenuhi dengan sebuah upaya yaitu: kegiatan produksi, menjaga kelangsungan hidup sebuah perusahaan dengan memproduksi barang dan jasa, meningkatkan mutu dan jumlah produksi dengan selalu berusaha memuaskan keinginan konsumen, memenuhi pasar dalam negeri dan luar negeri, memperluas lapangan usaha, serta menjaga kelangsungan hidup perusahaan dengan memproduksi barang dan jasa yang memperoleh pendapatan dari penjualan produk (Saliman, 2014).

2.3. Penjualan

Penjualan merupakan sebuah kegiatan yang memiliki tujuan untuk mencari dan menarik pembeli, serta mempengaruhi keputusan mereka melalui pemberian informasi yang jelas mengenai produk atau jasa yang ditawarkan dan memiliki tujuan utama untuk mendatangkan keuntungan dari produk atau barang yang akan dijual (Selay *et al.*, 2023). Dalam proses penjualan, penjual berperan penting dalam membantu pembeli menyesuaikan kebutuhan mereka dengan produk yang ditawarkan. Hal ini dilakukan melalui komunikasi yang persuasif dan penyajian produk secara tepat. Sehingga pembeli dapat memahami manfaat, keunggulan, serta kecocokan produk tersebut dengan kebutuhan konsumen. Penjualan

merupakan sumber utama kehidupan perusahaan, karena melalui penjualan perusahaan dapat memperoleh laba yang menjadi pondasi kelangsungan sebuah perusahaan. Tanpa adanya penjualan yang efektif, perusahaan tidak mampu mendapatkan sebuah pendapatan yang cukup untuk menutupi biaya produksi, operasional, dan pengembangan bisnis. Melalui aktivitas penjualan, perusahaan dapat berinteraksi dengan konsumen dan mengidentifikasi daya tarik produk yang dihasilkan (Abdullah dan Tantri, 2012). Proses ini tidak hanya membantu perusahaan mengetahui tanggapan pasar terhadap produk, tetapi memberikan wawasan tentang apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen.

2.4. *Trend Penjualan*

Trend penjualan merupakan sebuah pola atau arah perubahan dalam volume atau nilai penjualan suatu produk atau jasa selama periode tertentu. *Trend* penjualan dapat bersifat naik, turun atau stabil dan dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kondisi ekonomi, perubahan preferensi konsumen, persaingan pasar, inovasi produk, dan kejadian-kejadian tak terduga seperti pandemik (Mukhlis *et al.*, 2024). Penjualan yang stabil menunjukkan permintaan produk cenderung tetap dari waktu ke waktu. *Trend* penjualan yang stabil menunjukkan bahwa permintaan terhadap produk tersebut cenderung tidak berubah secara signifikan dari waktu ke waktu (Latifah, 2022). Menganalisis *trend* penjualan sangat penting bagi perusahaan dalam merencanakan strategi bisnis yang tepat untuk meningkatkan pemasaran, memperluas pasar, atau melakukan inovasi produk. Dengan mengikuti *trend* penjualan perusahaan dapat menyesuaikan langkah-

langkah strategis mereka agar tetap relevan dan kompetitif di pasar yang terus berubah.

Analisis *trend* merupakan suatu gerakan (kecenderungan) naik turun yang diperoleh dari perubahan waktu ke waktu. Analisis *trend* tidak hanya sekedar melihat angka-angka, tetapi juga memahami dinamika yang terjadi dalam suatu periode tertentu (Ilmi *et al.*, 2023). Terdapat beberapa model dalam analisis *trend* antara lain (Saputra *et al.*, 2022):

1. Model Linear

Model *trend* linear ditandai dengan adanya perubahan yang berlangsung secara bertahap, baik itu kenaikan maupun penurunan, yang cenderung bergerak dalam satu arah sepanjang waktu.

2. Model Kuadratik (Parabola)

Model kuadratik, yang juga dikenal sebagai model parabola, merupakan *trend* di mana nilai variabel dependen memiliki pangkat dua, sehingga menghasilkan bentuk kurva parabola.

3. Model Eksponensial

Model eksponensial adalah jenis tren non-linear di mana nilai variabel dependen mengalami pertumbuhan yang berlipat ganda, sehingga tidak membentuk kurva linear. Model ini sering disebut sebagai *trend* logaritma karena perhitungan yang digunakan melibatkan logaritma

4. Model Kurva S

Model kurva S, atau S-Curve, adalah pendekatan yang digunakan untuk menggambarkan pertumbuhan yang tidak linier dalam data. Pola yang

terbentuk menyerupai huruf S, yang mencerminkan fase awal pertumbuhan lambat, diikuti oleh fase pertumbuhan cepat, dan akhirnya mencapai fase pertumbuhan yang melambat.

Volume penjualan merupakan suatu ukuran yang dapat menunjukkan atas jumlah dari barang atau jasa yang telah laku terjual. Ukuran ini tidak hanya sekedar menunjukkan angka kuantitas, akan tetapi juga memberikan gambaran tentang tingkat permintaan atas produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan di pasar.

Volume penjualan dapat digunakan sebagai indikator utama kesuksesan strategi pemasaran dan distribusi (Nasution *et al.*, 2017). Semakin tinggi volume penjualan, semakin besar pula penerimaan pasar terhadap produk yang akan berkontribusi besar terhadap peningkatan pendapatan dan profitabilitas perusahaan, apabila volume penjualan menurun hal tersebut bisa mengindikasikan adanya masalah terhadap strategi pemasaran, dan kualitas produk, (Sasangka, 2018).

Volume penjualan merupakan jumlah unit penjualan nyata perusahaan dalam periode tertentu dan dapat menjadi acuan dalam menilai daya saing perusahaan di pasar (Karim *et al.*, 2014). Perbandingan volume penjualan dengan pesaing dapat membantu perusahaan memahami sebuah posisi pasar dan dapat menilai seberapa efektif mereka dalam memenangkan pangsa pasar. Pengukuran efektivitas dalam kegiatan penjualan merupakan langkah penting bagi perusahaan untuk memahami sejauh mana proses penjualan yang berjalan dengan efisien dan memberikan hasil yang optimal (Fatkhil, 2023). Pengukuran tersebut mencakup

beberapa aspek di antaranya biaya produksi, perhitungan keuntungan, volume penjualan, serta analisis pengembalian produk. Setiap komponen ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai kinerja Penjualan perusahaan, serta kemampuan dalam mengelola sumber daya dan memenuhi kebutuhan pasar.

2.5. Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan

Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan yang berhubungan dengan volume penjualan benih kubis di PT. Tani Murni Indonesia yaitu meliputi harga jual, jumlah produksi, biaya promosi, biaya transportasi, dan musim tanam.

2.5.2. Harga jual

Harga jual merupakan jumlah yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan. Harga jual mencakup seluruh komponen biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi, termasuk biaya bahan baku, tenaga kerja, distribusi, dan biaya operasional lainnya. perhitungan yang benar akan menghasilkan harga pokok penjualan yang tepat (Widyastuti, 2018). Harga jual dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kualitas produk, persepsi nilai oleh konsumen, posisi perusahaan dalam pasar. Perusahaan menetapkan harga jual produk dengan mempertimbangkan berbagai faktor seperti kemampuan perusahaan, kondisi pasar, dan modal (Hulu *et al.*, 2021). Penetapan harga jual benih kubis harus dilakukan dengan cermat dan teliti agar mencerminkan biaya produksi yang dikeluarkan selama proses produksi, serta mempertimbangkan margin keuntungan

yang wajar. Penetapan harga yang optimal dapat mendukung pertumbuhan perusahaan dan memperkuat posisi di pasar, strategi penetapan harga ini juga harus bersifat fleksibel dan dinamis, menyesuaikan dengan fluktuasi biaya produksi dan perubahan dalam permintaan pasar, sehingga perusahaan tetap kompetitif sehingga dapat menjaga kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan.

2.5.2. Jumlah produksi

Produksi merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan untuk menambah nilai pada suatu barang atau jasa. Melibatkan faktor produksi sebagai inputnya atau mengubah input menjadi output dengan tujuan menghasilkan barang dan jasa yang kemudian dimanfaatkan oleh konsumen (Sholiha, 2018). Manfaat dalam proses produksi, diantaranya: sebagai langkah proses produksi lebih efektif dan efisien, memaksimalkan jumlah produk yang dihasilkan, dan meminimalisir kesalahan. Manfaat proses produksi dapat memberikan nilai positif dalam produksi suatu produk (Novianty *et al.*, 2017).

Tujuan dari proses produksi sebagai upaya dalam memenuhi kebutuhan manusia. Kegiatan produksi bertujuan menjaga kelangsungan hidup sebuah perusahaan dengan memproduksi barang dan jasa, meningkatkan mutu dan jumlah produksi dengan selalu berusaha memuaskan keinginan konsumen, memenuhi pasar dalam negeri dan luar negeri, memperluas lapangan usaha, serta menjaga kelangsungan hidup perusahaan dengan memproduksi barang dan jasa yang memperoleh pendapatan dari penjualan produk (Saliman, 2014). Jumlah produksi mencerminkan kapasitas produksi perusahaan dan merupakan hasil dari proses

pengolahan bahan baku menggunakan tenaga kerja, mesin, serta sumber daya lainnya (Bunga, 2013). Jumlah produksi yang tinggi biasanya dapat menurunkan biaya per unit karena adanya skala ekonomi. Namun, perusahaan harus tetap berhati-hati. Dalam menyesuaikan jumlah produksi dengan permintaan pasar agar tidak dapat terjadi produksi yang berlebih.

2.5.3. Biaya promosi

Promosi merupakan sebuah bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Promosi sangat penting sebagai pengenalan produk terhadap konsumen sasaran. Produk yang berkualitas apabila tidak diperkenalkan terlebih dahulu maka akan menjadi barang yang memiliki penjualan sedikit dikarenakan konsumen tidak mendapatkan informasi yang jelas mengenai barang atau jasa tersebut. Perusahaan harus mengalokasikan anggaran promosi untuk kelima alat promosi yaitu pemberitaan penjualan pribadi, hubungan masyarakat, promosi penjualan, periklanan, dan penjualan langsung (Budiasa *et al.*, 2013). Strategi promosi dirancang untuk menyampaikan ciri-ciri produk yang memuaskan kebutuhan untuk mendorong penjualan yang pada akhirnya memberi kontribusi pada kinerja laba jangka Panjang. Pengembangan strategi promosi yang efektif sangat berpengaruh baik terhadap perusahaan melakukan tahap-tahap awal dalam proses manajemen pemasaran, khususnya yang berhubungan dengan pemahaman perilaku pembeli, segmentasi pasar,

Analisa persaingan, penetapan pasar sasaran dan penentuan posisi produk (Farnesia., 2017). Pengelolaan biaya promosi secara efektif menjadi krusial, karena keberhasilan promosi tidak hanya diukur dari seberapa besar jangkauannya, tetapi juga dari seberapa efisien anggaran yang digunakan. Pengembangan strategi promosi yang efektif tidak hanya berfokus pada kreativitas dan inovasi, tetapi juga pada perhitungan yang cermat terhadap biaya yang dikeluarkan. Dengan demikian, perusahaan dapat memaksimalkan hasil dari setiap rupiah yang diinvestasikan dalam kegiatan promosi.

2.5.4. Biaya transportasi

Biaya transportasi merupakan salah satu komponen utama dalam perusahaan benih. Biaya ini mencakup seluruh pengeluaran yang berkaitan dengan proses perpindahan benih dari tempat produksi hingga ke tangan konsumen. Dalam struktur biaya logistik, transportasi sering kali menjadi pengeluaran terbesar (Naser *et al.*, 2018). Efisiensi dalam biaya transportasi memiliki dampak yang signifikan terhadap keberlangsungan perusahaan. Transportasi yang efektif dan efisien dapat membantu produsen memastikan pengiriman benih dilakukan tepat waktu, dan sampai ke penerima dengan tepat. Dengan demikian, perusahaan dapat memenuhi harapan konsumen secara optimal (Sutoni *et al.*, 2021). Pengelolaan transportasi yang buruk akan memberikan dampak negatif pada kinerja perusahaan. Jika distribusi tidak berjalan dengan baik, perusahaan berisiko kehilangan konsumen. Selain itu, biaya operasional yang meningkat akibat pengelolaan transportasi yang tidak efisien akan

menyebabkan harga jual produk menjadi lebih tinggi. Kondisi ini dapat mengurangi minat konsumen untuk membeli produk atau menggunakan layanan perusahaan. Sebaliknya, distribusi yang dikelola dengan baik dapat membantu perusahaan menekan biaya operasional. Dengan biaya yang lebih rendah, perusahaan dapat menawarkan harga jual yang lebih kompetitif di pasar. Hal ini tidak hanya menjaga loyalitas konsumen, tetapi juga meningkatkan daya saing perusahaan di industri benih yang semakin ketat (Elisabeth dan Nurhayati, 2019).

2.4.5. Musim tanam

Musim tanam kubis merupakan periode yang akan sangat berpengaruh terhadap penjualan benih kubis. musim tanam kubis terjadi ketika memasuki musim hujan tiba, para petani akan mulai mempersiapkan lahan dan kebutuhan pertanian mereka sebelum musim hujan tiba, termasuk benih (Faiqoh dan Hani, 2022). Pada saat akan memasuki masa tanam permintaan benih kubis akan cenderung meningkat secara signifikan. Karena petani berusaha untuk memastikan ketersediaan benih kubis yang berkualitas, guna mencapai hasil panen yang optimal. Selain itu kondisi cuaca dan kesuburan tanah yang sesuai dengan kebutuhan kubis juga turut mempengaruhi penjualan benih. Petani akan mencari varietas benih unggul yang tahan terhadap hama dan penyakit tanaman, sehingga penjualan benih dengan kualitas tinggi akan memiliki daya tarik lebih (Nesia, 2023). Musim tanam tidak hanya sekedar menentukan kapan benih akan ditanam, tetapi juga menjadi penentu utama dalam pola permintaan dan