

Analisis Strategi Bidang Perdagangan PT.Petrokopindo Cipta Selaras dalam Upaya Meningkatkan Performa Penjualan

Aulia Life Rahma Putri¹ Lia Nirawati²

aulialife18@gmail.com¹ , lianirawati@gmail.com²

Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

Alamat: Jl. Rungkut Madya No.1, Gn. Anyar, Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur 60294

Korespondensi Penulis : aulialife18@gmail.com

Abstract. *The research aims to analyze the trading strategies implemented by PT. Petrokopindo Cipta Selaras to enhance sales performance. The study employs a quantitative descriptive method, utilizing data collection techniques such as interviews, observations, data processing, and documentation. The collected data is analyzed thematically to identify the strategies used by the company to improve operational performance and customer satisfaction. Based on the analysis of data from PT. Petrokopindo Cipta Selaras for the period 2021-2023, it is observed that Market Share, Market Growth, and Revenue Growth have increased based on the calculation of revenue. The results of the hypothesis test indicate that Market Share and Market Growth have a significant impact on Revenue Growth. It is expected that the research findings will provide a deep understanding of PT. Petrokopindo Cipta Selaras's ability to effectively understand and respond to consumer preferences. This understanding will serve as a foundation for formulating strategic analysis to enhance sales performance, helping the company to maintain and increase market share, and strengthen its reputation as a trusted provider of logistics solutions, trading services, and industrial needs.*

Keywords: *Revenue growth, Market Share, Sales Performance*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi bidang perdagangan yang diterapkan oleh PT. Petrokopindo Cipta Selaras dalam upaya meningkatkan performa penjualan. Studi ini menggunakan metode Kuantitatif Deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, olah data dan dokumentasi. Data yang terkumpul dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi strategi-strategi yang diterapkan oleh perusahaan dalam meningkatkan kinerja operasional dan kepuasan pelanggan. Berdasarkan analisis data pada PT. Petrokopindo Cipta Selaras periode 2021-2023 bahwa *Market Share, Market Growth* dan *Revenue Growth* mengalami peningkatan berdasarkan perhitungan Omzet. Hasil Uji hipotesis menyatakan bahwa *Market Share* dan *Market Growth* berpengaruh signifikan terhadap *Revenue Growth*. Diharapkan hasil penelitian memberikan wawasan mendalam tentang kemampuan PT. Petrokopindo Cipta Selaras dalam memahami dan merespons preferensi konsumen dengan efektif. Pemahaman ini akan menjadi dasar untuk merumuskan analisis strategi dalam meningkatkan performa penjualan yang lebih cerdas dan relevan, membantu perusahaan dalam mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar, serta memperkuat citra sebagai penyedia solusi sarana logistik, Perdagangan Jasa dan Barang untuk kebutuhan Industri yang dipercaya.

Kata Kunci: *Revenue growth, Pangsa Pasar, Performa Penjualan*

1. PENDAHULUAN

Perdagangan adalah kegiatan jual / beli Barang atau Jasa yang ditawarkan oleh suatu pihak yang dipasarkan kepada konsumen yang berdasarkan kepada kesepakatan tanpa adanya pemaksaan. PT. Petrokopindo Cipta Selaras (PCS) adalah salah satu pemain utama dalam industri perdagangan produk petrokimia di Indonesia. Sebagai perusahaan yang beroperasi di

sektor ini, PCS memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan industri nasional akan produk-produk petrokimia berkualitas tinggi. Dalam beberapa tahun terakhir, dinamika pasar dan persaingan yang semakin ketat telah menuntut PCS untuk terus berinovasi dan meningkatkan performanya. Oleh karena itu, analisis terhadap strategi dan kinerja bidang perdagangan menjadi sangat krusial untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan perusahaan di masa depan.

PT. Petrokopindo Cipta Selaras menghadapi kondisi pasar yang semakin kompetitif, terutama karena target pasarnya, yang sebagian besar berada di PT. Petrokimia Gresik, mulai menarik pesaing. Situasi ini muncul akibat kebijakan Pupuk Indonesia, sebagai holding company dari PT. Petrokimia Gresik yang mewajibkan anak perusahaannya untuk melakukan tender terbuka. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi bidang perdagangan yang diterapkan oleh PT. Petrokopindo Cipta Selaras dalam upaya meningkatkan performa penjualan. Studi ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, olah data, dan dokumentasi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang strategi bidang perdagangan yang diterapkan oleh PT. Petrokopindo Cipta Selaras dalam upaya meningkatkan performa penjualan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar, serta memperkuat citra sebagai penyedia solusi sarana logistik, perdagangan jasa, dan barang untuk kebutuhan industri yang dipercaya.

2. KAJIAN TEORITIS

2.1 Strategi

Untuk mencapai tujuan perusahaan secara efektif, diperlukan strategi yang tepat dalam menghadapi berbagai masalah dan hambatan, baik dari internal maupun eksternal. Menurut Jauch dan Glueck (2000), strategi adalah rencana yang terpadu, menyeluruh, dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan perusahaan dengan tantangan lingkungan. Rencana ini dirancang untuk memastikan pencapaian tujuan utama perusahaan melalui pelaksanaan yang tepat.

Terdapat lima definisi strategi: strategi sebagai rencana, pola, posisi, taktik, dan perspektif. Strategi diharapkan dapat mengintegrasikan semua bagian organisasi secara menyeluruh, sehingga tujuan akhir dapat dicapai dengan kesatuan yang kuat

2.2 Perdagangan

Perdagangan adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Dalam era globalisasi Perdagangan jasa maupun barang sangat penting karena terjadi perputaran ekonomi. Perdagangan secara umum adalah pekerjaan membeli barang dari suatu tempat atau menjual barang ke tempat lain dengan tujuan memperoleh keuntungan. (Drs. Wahono Diphayana, Dipl.AgEc 2018)

2.3 Perdagangan Jasa

Menurut UU No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, perdagangan jasa diartikan sebagai rangkaian kegiatan yang melibatkan transaksi jasa di dalam negeri maupun lintas negara (Internasional) dengan tujuan pengalihan hak atas jasa untuk memperoleh imbalan atau keuntungan. Perdagangan jasa dapat dibagi menjadi beberapa jenis, seperti perdagangan jasa profesional, perdagangan jasa keuangan, dan lainnya. Perdagangan jasa memiliki peran penting dalam perekonomian nasional dan dapat membantu pelaku usaha meningkatkan kemampuan mereka untuk memperluas bisnis ke pasar internasional. (Surya et al. 2019)

2.4 Perdagangan Barang

Perdagangan barang adalah kegiatan tukar-menukar barang yang didasarkan pada kesepakatan bersama tanpa adanya paksaan. Perdagangan ini dapat dilakukan secara domestik (antar wilayah di dalam negeri) maupun internasional (antar negara).

2.5 Performa Penjualan

Performa penjualan mengacu pada kegiatan yang melibatkan penilaian kinerja penjualan suatu produk atau jasa. Performa ini dapat diukur melalui berbagai indikator, seperti volume penjualan, pendapatan, konversi, dan lainnya. Menilai performa penjualan sangat penting untuk menentukan keberhasilan suatu bisnis dan membantu dalam pengambilan keputusan strategis guna meningkatkan penjualan dan pendapatan. (Arni Arivia, Carolina Margaretha 2023)

2.6 Market Share

Market share digunakan untuk mengukur seberapa baik kinerja suatu perusahaan dibandingkan dengan perusahaan lain. Perusahaan yang memiliki market share terbesar dalam suatu industri disebut sebagai pemimpin pasar. Market share sangat penting diketahui karena menjadi patokan kekuatan perusahaan jika dibandingkan dengan kompetitornya. *Market share* adalah indikator yang dapat menjelaskan kemampuan perusahaan dalam menguasai pasar. Kemampuan ini dapat dianggap sebagai salah satu indikator keberhasilan. Tujuan utama

perusahaan pada umumnya adalah mempertahankan atau meningkatkan market share perusahaan. (Nazaruddin & Sarbaini, 2022)

2.7 Market Growth

Market Growth adalah sesuatu yang dapat diukur dengan beberapa indikator utama, termasuk penjualan, pangsa pasar, dan pendapatan. *Market Growth* sangat penting untuk berbagai industri karena menjadi indikator keberhasilan dan kesehatan perusahaan. Dalam teknologi, pertumbuhan pasar adalah faktor yang mempengaruhi pendapatan, atraksi investasi, dan potensi pertumbuhan di masa depan

2.8 Revenue Growth

Revenue growth, atau pertumbuhan pendapatan, adalah perubahan pendapatan suatu perusahaan dari satu periode ke periode lainnya. Dalam akuntansi, pertumbuhan pendapatan dihitung sebagai persentase peningkatan pendapatan total, yang kemudian dibagi dengan pendapatan total dari periode yang sama pada tahun sebelumnya.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Bentuk Penelitian

Penelitian ini memanfaatkan metode kuantitatif deskriptif untuk menggambarkan secara rinci isu yang sedang diteliti. Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kualitatif mengacu pada tindakan yang didasarkan pada mutu. Oleh karena itu, penelitian kualitatif lebih menekankan pada aspek kualitas suatu entitas. Metode deskriptif-kuantitatif berfokus pada identifikasi permasalahan berdasarkan fakta, yang dilakukan melalui pengamatan, wawancara, dan analisis data.

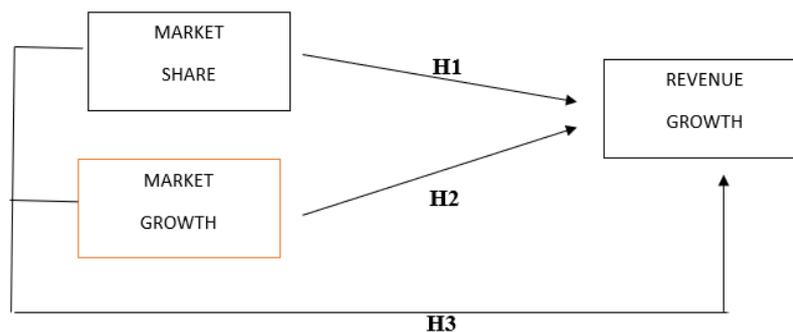
3.2 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2017:187), sumber data sekunder adalah data yang tidak langsung diperoleh dari pengumpulan data, seperti melalui pihak lain atau dokumen. Dalam penelitian ini, data sekunder digunakan yaitu data yang tersedia di situs website resmi PT. Petrokopindo Cipta Selaras dan data yang diperoleh selama proses kerja praktek. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan analisis data yang diperoleh penulis selama Praktek Kerja berlangsung.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data dan informasi yang telah terkumpul melalui Observasi langsung dilapangan maupun melalui internet, wawancara serta dokumentasi yang diuraikan secara kuantitatif, maka dapat disimpulkan bahwa Strategi bidang perdagangan PT.Petrokopindo Cipta Selaras dalam meningkatkan performa penjualan adalah aspek yang sangat penting dalam memasarkan dan mendistribusikan produk dan jasa mereka kepada konsumen.

Gambar 1 . Model Hipotesis



H1 : *Market Share* berpengaruh signifikan terhadap *Revenue Growth* .

Analisis *Market Share* yang mempertimbangkan faktor lingkungan eksternal dan internal penting karena perubahan lingkungan dapat menghadirkan ancaman atau peluang baru, sehingga perusahaan harus menyesuaikan strategi pemasarannya untuk menjaga performa penjualan yang optimal. (Egha et al., n.d.)

H2 : *Market Growth* berpengaruh signifikan terhadap *Revenue Growth*.

Hal ini didasarkan pada analisis yang menunjukkan bahwa peningkatan pasar dapat meningkatkan pertumbuhan pendapatan perusahaan. *Market Growth* dapat dihasilkan dari berbagai strategi termasuk peningkatan penjualan, peningkatan efisiensi, dan pengurangan biaya yang semuanya dapat meningkatkan pendapatan perusahaan. (Romadhoni, n.d.)

H3 : *Market Share* dan *Market Growth* berpengaruh signifikan terhadap *Revenue Growth* .

Analisis yang menunjukkan bahwa peningkatan pasar (*Market Growth*) dan peningkatan pangsa pasar (*Market Share*) dapat meningkatkan omzet (*Revenue Growth*) perusahaan. Dalam keberhasilan dalam mencapai omzet menghasilkan Perusahaan yang terus

ANALISIS STRATEGI BIDANG PERDAGANGAN PT.PETROKOPINDO CIPTA SELARAS DALAM UPAYA MENINGKATKAN PERFORMA PENJUALAN

berinovasi dalam mengembangkan strategi dan terus mengoptimalkan pendapatan Perusahaan serta memperhatikan performa penjualan.

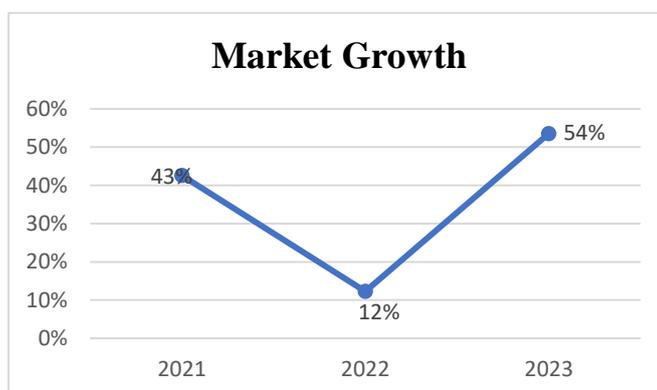
Tahun	Barang	Jasa	Non PG	Market Share (%)	Omzet
2021	23.569.524.913	19.424.246.905	1.482.361.040	3,45%	42.993.771.818
2022	21.801.376.043	26.466.974.084	63.950.000	0,13%	48.268.350.127
2023	18.192.217.067	55.939.457.128	-	32,5%	74.131.674.195

Sumber : Data Diolah



Gambar 2 Grafik Market Share PT.Petrokopindo Cipta Selaras

Sumber : Dokumen Penulis 2024



Gambar 3 Grafik Market Growth PT.Petrokopindo Cipta Selaras

Sumber : Dokumen Penulis 2024

Berdasarkan Tabel 1, market share bidang perdagangan PT. Petrokopindo Cipta Selaras menunjukkan kenaikan dari tahun 2022 ke 2023. . Namun, terjadi penurunan dari tahun 2021 ke 2022 yang disebabkan oleh penurunan penjualan Non-PG sebesar 96 % (berapa persen) pada tahun 2022. Non-PG adalah perdagangan di luar perdagangan barang dan jasa yang dijual kepada PT. Petrokimia Gresik. Penjualan perdagangan barang dan jasa PT. Petrokopindo Cipta Selaras meningkat dari tahun 2022 hingga 2023, dengan pencapaian tertinggi pada tahun 2023 sebesar Rp. 74.131.674.195. Data ini menunjukkan bahwa omzet bidang perdagangan PT. Petrokopindo Cipta Selaras cenderung meningkat.

Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji T Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	0,004	0,000		0,003	0,001.
Market Share	-0,011	0,000	-0,033	0,000	0,000.
Market Grown	0,286	0,000	1,025	0,000	0,003.

a. Dependent Variable: Revenue Grown

Hipotesis Pertama (H1)

Berdasarkan nilai signifikansi Market Share adalah sebesar 0,000 . Karena nilai signifikan $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 atau hipotesis pertama diterima , artinya Market Share berpengaruh terhadap Revenue Grown .

Hipotesis Kedua (H2)

Berdasarkan nilai signifikansi Market Growth adalah sebesar 0,003 . Karena nilai signifikansi $0,003 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 atau hipotesis kedua di terima , artinya Market Grown berpengaruh terhadap revenue grown .

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	0,007	2	0,003	0,000	0,000. ^b
	Residual	0,000	0	0,000		
	Total	0,007	2			

a. Dependent Variable: Revenue Growth

b. Predictors: (Constant), Market Growth, Market Share

Hipotesis Ketiga (H3)

Berdasarkan nilai signifikansi, Variabel Market Share (X1) dan Market Growth (X2) secara stimulant memiliki nilai sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, Sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 atau hipotesis ketiga diterima dalam hal ini Market Share dan Market Growth secara simultan berpengaruh terhadap revenue growth.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan data dan informasi yang telah dikumpulkan melalui observasi langsung di lapangan, internet, wawancara, serta dokumentasi, dapat disimpulkan bahwa PT.Petrokopindo Cipta Selaras telah mampu untuk meningkatkan performa penjualan selama 3 tahun terakhir. Hal ini ditunjukkan pada data yang disajikan yaitu *Market Share* atau pangsa pasar, *Market Growth* atau pertumbuhan pasar dan *Revenue Growth* yaitu peningkatan pendapatan Perusahaan. PT.Dari hasil uji t dan uji f menunjukan bahwa data penjualan 2021 – 2023 menyatakan data signifikan yang mana PT. Petrokopindo Cipta Selaras telah berhasil memperluas pasar dengan meningkatkan jumlah distributor dan mempererat hubungan dengan mitra dagang. Langkah ini memungkinkan distribusi produk menjadi lebih efisien dan dapat menjangkau lebih banyak konsumen. Meskipun demikian dari hasil olah data diatas PT.Petrokopindo perlu meninjau ulang untuk penjualan Non PG yang mana mengalami penurunan yang cukup signifikan dari tahun 2021 ke tahun 2022.

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa performa penjualan dari 2021-2023 atau 3 tahun terakhir cenderung mengalami kenaikan dilihat dari data omzet terlampir. Hal ini menunjukkan bahwa PT.Petrokopindo Cipta Selaras mampu menerapkan aspek *Revenue Growth* yaitu berdasar pada *Market Share* dan *Market Growth*. Diharapkan kedepannya Bidang perdagangan PT.Petrokopindo Cipta Selaras mampu terus melakukan inovasi dan strategi

dalam meningkatkan performa penjualan dengan kenaikan omzet yang signifikan dari tahun ke tahun.

DAFTAR REFERENSI

- Arivia, A., Margaretha, C., & Hayati, R. A. (2023). Performance evaluation: Benarkah objektif dan terukur? Buletin KIPN. Diakses dari <https://buletin.k-pin.org/index.php/arsip-artikel/1368-performance-evaluation-benarkah-objektif-dan-terukur>
- Diphayana, W. (2018). Perdagangan Internasional. Sleman: PENERBITDEEPUBLISH. Diakses dari https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=NJvFDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=pengertian+perdagangan&ots=uxxa4vWtOP&sig=6Bj5r_7SmcQHxJm91IN5eyC4fHM&redir_esc=y#v=onepage&q=pengertian%20perdagangan&f=false
- Egha, H., Widiastomo, H., & Achsa, A. (n.d.). Strategi pemasaran terhadap tingkat penjualan. Jurnal, 18(1), 2021–2036. Diakses dari <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA>
- Nazaruddin, & Sarbaini. (2022). Evaluasi perubahan minat pemilihan mobil dan market share konsumen di showroom pabrikan Honda. Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan (JTMIT), 1, 97–103.
- Romadhoni, H. (n.d.). Value Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan dan Bisnis.
- Satriana, D. (2019). Pengaturan perdagangan jasa dalam hukum. Jurnal Surya Kencana Dua, 3(1), 97–118.