

**PENGARUH KOMPETITOR, VARIAN PRODUK DAN
PROMOSI DAGANG TERHADAP VOLUME PENJUALAN
ES KRIM WALL'S PADA TOKO PENGECEK DI
KECAMATAN SUKARAMI PALEMBANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Diajukan Oleh:

**SULAIMAN
NPM: 2201110182**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TRIDINANTI**

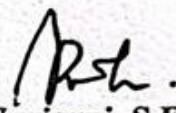
2026

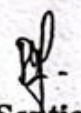
UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : SULAIMAN
Nomor Pokok/NIM : 2201110182
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH KOMPETITOR, VARIAN PRODUK
DAN PROMOSI DAGANG TERHADAP VOLUME
PENJUALAN PADA TOKO PENGECEK ES KRIM
WALL'S DI KECAMATAN SUKARAMI
PALEMBANG

Pembimbing Skripsi :

Tanggal 29 Juli 2024 Pembimbing I : 
Hj Noviarni, S.E., M.Si
NIDN : 0221116101

Tanggal 29 Juli 2026 Pembimbing II : 
Dian Septianti, S.E., M.M
NIDN : 0206098501

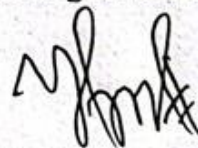
Mengetahui,

Dekan



Dr. Hj. Msy. Mikial, S.E., M.Si.Ak.CA.CSR
NIDN : 0205026401

Ketua Program Studi



Dr. Yolanda Veybitha, SE., M.Si
NIDN : 0226028303

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Sulaiman
Nomor Pokok : 2201110182
Jurusan/ Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata 1
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Kompetitor, Varian Produk dan Promosi Dagang Terhadap Volume Penjualan Pada Toko Pengecer Es Krim Wall's di Kecamatan Sukarami Palembang

Penguji Skripsi

Tanggal 29 Juli 2026 Ketua Penguji : Hj. Noviarni, SE., M.Si
NIDN : 0221116101

Tanggal 29 Juli 2026 Penguji I : Dian Septianti, SE., MM
NIDN : 02060998501

Tanggal 29 Juli 2026 Penguji II : Yun Suprani, SE., M.Si
NIDN : 0224067101

Mengesahkan,

Dekan,

Ketua Program Studi,



Dr. Hj. Msy. Mikial., SE., M.Si., Ak., CA., CSRS
NIDN : 0205026401

Tanggal :

Dr. Yolanda Veybitha, SE., M.Si
NIDN : 0226028303

Tanggal :

057/PS/DFEB/2026

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

"Allah tidak pernah menaruh tanggung jawab di bahu yang salah, jika kamu terpilih, berarti kamu yang mampu"

(Qs.Al-baqarah 286)

"Syarat mengerjakan skripsi itu cuma dua: Patah hati atau dicintai sekalian dan aku tidak memilih keduanya"

(Fiersa Besari)

"Lu tidur siang itu lu apa, lu bayi. Lu kalo capek ya kerja gitu. Lu gak punya skill, ga punya kompetensi, ga punya otak dan goblok gitu makanya lu laper. Lu kalo miskin ya kerjaaaaa"

(Timothy Ronald)

"Jika kamu merasa tidak ada satupun orang yang baik maka jadilah salah satunya"

(Imann)

Kupersembahkan Kepada

- **Diriku sendiri**
- **Keluarga kecilku nanti**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Sulaiman
Nomor Pokok/NIM : 2201110182
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Manajemen

Menyatakan dengan ini sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul "pengaruh kompetitor varian produk dan promosi dagang terhadap volume penjualan pada toko pengecer es krim Wall's di Kecamatan Sukarami Palembang" telah ditulis dengan sungguh-sungguh.

Apabila dikemudian hari dikemudian hari dibuktikan pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan segala konsekwensinya.

Palembang, Juni 2026

Sulaiman  

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Tuhan yang Maha Esa berkat rahmat dan karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **"Pengaruh Kompetitor, Varian Produk dan Promosi Dagang Terhadap Volume Penjualan Es Krim Wall's pada toko pengecer di Kecamatan Sukarami Palembang"** yang disusun untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis di Universitas Tridinanti.

Dalam penyusunan skripsi ini peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu penelitian ini sangat mengharapkan kritik yang membangun guna perbaikan di masa yang akan datang. Dalam membuat skripsi ini, peneliti banyak mendapatkan bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu peneliti menyampaikan ucapan terimakasih banyak kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Edizal, AE., M.S selaku rektor Universitas Tridinanti.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE., M.Si. Ak., CA., CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
3. Ibu Dr. M Ima Andriyani, SE., M.Si, Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
4. Ibu Yolanda Veybitha, SE., M,Si selaku ketua prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
5. Ibu Hj. Noviarni, SE., M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah membimbing dengan baik dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Ibu Dian Septiani, SE., MM selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan yang sangat bermanfaat dalam pembuatan skripsi ini.
7. Bapak Ibu Dosen serta Staf dan Karyawan jurusan manajemen fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti.
8. Terakhir kepada diriku sendiri yang telah berjuang sejauh ini, mengusahakan semuanya, telah berkerja untuk membayar biaya-biaya selama kuliah sehingga dapat selesai tepat waktu dan hasil yang memuaskan.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang disebabkan kelalaian dan keterbatasan waktu, tenaga dan kemampuan didalam penyusunan skripsi ini, karena itu peneliti memohon maaf apabila terdapat banyak kekurangan dan kesalahan. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi kita semua.

Palembang, Juni 2026

Sulaiman

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK.....	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
RIWAYAT HIDUP.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJUAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1 Kajian Teoritis	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Pengertian Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Kompetitor	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Varian Produk	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 Promosi Dagang	Error! Bookmark not defined.
2.1.5 Volume Penjualan.....	Error! Bookmark not defined.
2.2 Penelitian Yang Relevan.....	Error! Bookmark not defined.
2.3 Kerangka Berpikir	Error! Bookmark not defined.
2.4 Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB III ETODELOGI PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Tempat dan Waktu Penlitian	Error! Bookmark not defined.
3.1.1 Tempat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.1.2 Waktu Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.2.1 Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.3 Populasi, Sampel Dan Sampling.....	Error! Bookmark not defined.

3.3.1	Populasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.2	Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.3	Teknik Sampling.....	Error! Bookmark not defined.
3.4	Rancangan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.5	Variabel Dan Definisi Operasional	Error! Bookmark not defined.
3.5.1	Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.2	Definisi Operasional	Error! Bookmark not defined.
3.6	Instrumen Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.7	Uji Instrumen.....	Error! Bookmark not defined.
3.7.1	Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
3.7.2	Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.8	Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
3.8.1	Uji Normalitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.8.2	Uji Heterokedastisitas	Error! Bookmark not defined.
3.8.3	Uji Multikolinearitas	Error! Bookmark not defined.
3.9	Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.9.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	Error! Bookmark not defined.
3.9.2	Analisis Koefesien Korelasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.9.3	Analisis Koefesien Determanisi (R^2)	Error! Bookmark not defined.
3.10	Uji Hipotesis Statistik.....	Error! Bookmark not defined.
3.10.1	Uji Secara Simultan (Uji F)	Error! Bookmark not defined.
3.10.2	Uji Secara Parsial (Uji t).....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		Error! Bookmark not defined.
4.1	Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1	Gambaran Umun Perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1.1	Sejarah Dan Perkembangan Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
4.1.1.2	Visi dan Misi.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1.3	Struktur Distribusi Es Wall's di Kecamatan Sukarami Palembang	Error! Bookmark not defined.
4.1.1.4	Tugas dan Wewenag	Error! Bookmark not defined.
4.1.2	Karakteristik Responden	Error! Bookmark not defined.
4.1.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	Error! Bookmark not defined.

4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	Error! Bookmark not defined.
4.1.3 Hasil Uji Validitas dan Uji Realiabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.3.1 Hasil Uji Validitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.3.2 Hasil Uji Realiabilitas	Error! Bookmark not defined.
4.1.4 Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.4.1 Hasil Uji Normalitas	Error! Bookmark not defined.
4.1.4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.4.3 Hasil Uji Multikolinieritas	Error! Bookmark not defined.
4.1.5 Uji Statistik.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.5.1 Hasil Regresi Linier Berganda.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.5.2 Hasil Koefisien Korelasi	Error! Bookmark not defined.
4.1.5.3 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	Error! Bookmark not defined.
4.1.6 Uji Hipotesis Statistik.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.6.1 Hasil Secara Simultan (Uji F)	Error! Bookmark not defined.
4.1.6.2 Hasil Secara Parsial (Uji t).....	Error! Bookmark not defined.
4.2 Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Pengaruh Kompetitor, Varian Produk dan Promsoi Dagang Terhadap Volume Penjualan Secara Simultan	Error! Bookmark not defined.
4.2.2 Pengaruh Kompetitor Terhadap Volume Penjualan....	Error! Bookmark not defined.
4.2.3 Pengaruh Varian Produk Terhadap Volume Penjualan	Error! Bookmark not defined.
4.2.4 Pengaruh Promosi Dagang Terhadap Volume Penjualan....	Error! Bookmark not defined.
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2 Saran.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

2.1 Peneliatan Lain yang Relevan.....	Error! Bookmark not defined.
3.1 Jadwal Kegiatan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2 Variabel dan Definisi Operasional	39
3.3 Skala Likert	Error! Bookmark not defined.
3.4 Koefisien Korelasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.5 Skala Penafsiran Nilai Indikator	Error! Bookmark not defined.
4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	60
4.3 Hasil Validitas Kompetitor (X)	61
4.4 Hasil Validitas Varian produk (X)	62
4.5 Hasil Validitas Promosi Dagang (X)	62
4.6 Hasil Validitas Volume Penjualan (Y).....	63
4.7 Hasil Realiabilitas	64
4.8 Hasil Normalitas.....	65
4.9 Hasil Multikolinieritas	68
4.10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	69
4.11 Hasil Koefisien korelasi	70
4.12 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	71
4.13 Hasil Secara Simultan (Uji F)	72
4.14 Hasil Secara Parsial (Uji t).....	73

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Berpikir	Error! Bookmark not defined.
4.1 Struktur Organisasi PT khasanah Mandiri Jaya	56
4.2 Hasil Normalitas P-Plot	66
4.3 Hasil Heterokedastisitas	67

ABSTRAK

Sulaiman, Pengaruh Kompetitor, Varian Produk dan Promosi Dagang Terhadap Volume Penjualan Es Krim Wall's pada toko pengecer di Kecamatan Sukarami Palembang.

(Dibawah bimbingan ibu Hj Noviarni, SE., M.Si dan ibu Dian Septiani, SE MM).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kompetitor varian produk dan promosi dagang baik secara parsial maupun secara simultan terhadap volume penjualan es krim *Wall's* pada toko pengecer di Kecamatan Sukarami Palembang. Penelitian ini menggunakan teknik data kuantitatif. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data primer yang berupa penyebaran hasil kuisioner. Populasi penelitian ini pemilik atau pegawai yang menjual es krim *Wall's* di Kecamatan Sukarami Palembang. Sampel penelitian ini sebanyak 43 responden dipilih dengan menggunakan metode *cluster sampling*. Untuk menganalisis data, Penelitian ini menggunakan uji normalitas, uji asumsi klasik (uji heterokedastitas dan uji multikolonieritas), regresi linier berganda, uji hipotesis (uji F dan uji t) dan uji koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kompetitor, varian produk dan promosi dagang terhadap volume penjualan es krim *Wall's* pada toko pengecer di Kecamatan Sukarami Palembang. hal ini dapat dibuktikan dengan menggunakan uji f yang menunjukkan bahwa $\text{sig } 0.0 < 0,1$ dilihat dari hasil uji parsial dimana variabel kompetitor, varian produk dan promosi dagang berpengaruh terhadap volume penjualan. uji ini dibuktikan dari nilai t tabel lebih kecil dari pada t hitung dan nilai sig lebih kecil dari pada .0,1.

Kata kunci: Kompetitor, Varian Produk dan Promosi Dagang Terhadap Volume Penjualan Es Krim Wall's pada toko pengecer

ABSTRACT

Sulaiman, The Influence of Competitors, Product Variants and Trade Promotions on Wall's Ice Cream Sales Volume at retail stores in Sukarami District, Palembang.

(Under the guidance of Mrs. Hj. Noviarni, SE., M.Si., and Mrs. Dian Septiani, SE., MM).

This study aims to determine the influence of product variant competitors and trade promotions both partially and simultaneously on the sales volume of Wall's ice cream at retail stores in Sukarami District, Palembang. This study uses quantitative data techniques. The data source used in this study is primary data in the form of questionnaire distribution. The population of this study is the owner or employee who sells Wall's ice cream in Sukarami District, Palembang. The sample of this study was 43 respondents selected using the cluster sampling method. To analyze the data, this study uses normality tests, classical assumption tests (heteroscedasticity tests and multicollinearity tests), multiple linear regression, hypothesis tests (F tests and t tests) and coefficient of determination tests (R^2).

The results of this study indicate that there is an influence of competitors, product variants and trade promotions on the sales volume of Wall's ice cream at retail stores in Sukarami District, Palembang. This can be proven by using the F test which shows that $\text{Sig } 0.0 < 0.1$ seen from the results of the partial test where the variable competitors, product variants and trade promotions has an effect on sales volume. This test is proven by the t table value being smaller than the calculated t and the sig value being smaller than 0.1.

Keywords: Competitors, Product Variants and Trade Promotions on Wall's Ice Cream Sales Volume in Retail Stores

RIWAYAT HIDUP

Sulaiman dilahirkan di Kota Palembang pada tanggal 25 Juli 2003 dari pasangan Bapak Arsad dan Ibu Merry. Saya anak ketiga dari tiga bersaudara.

Sekolah dasar diselesaikan pada tahun 2015 di MI Ma'ariful Ulum Banyuasin, lalu sekolah menengah pertama diselesaikan pada tahun 2018 di MTS Ma'ariful Ulum Banyuasin dan sekolah menengah atas diselesaikan pada tahun 2021 di MA Ma'ariful Ulum Banyuasin. Pada tahun 2021 saya menjadi Mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis program Studi Manajemen Universitas Tridinanti.

Palembang, Januari 2026

Sulaiman

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis ritel saat ini, semakin kompetitif terutama dalam industri makanan dan minuman. Salah satunya hidangan penutup seperti es krim yang sangat banyak diminati anak-anak maupun remaja. Bukan hanya itu es krim juga bisa dijadikan produk gaya hidup masyarakat di era saat ini. Oleh karena itu persaingan bisnis industri es krim sangat ramai di ikuti oleh Perusahaan-perusahaan yang membuat merek baru seperti Aice, Campina dan lainnya. Hal ini membuat pangsa pasar dari es krim Wall's mengalami penurunan dalam volume penjualan.

Dikota Palembang, khususnya di Kecamatan Sukarami, es krim Wall's memiliki pasar yang potensial. Namun, dalam pratiknya penjualannya tidak lepas dari tantangan yang berasal dari faktor kompetitor. Kehadiran merek pesaing seperti Aice, Campina dan lainnya dengan strategi harga, distribusi, maupun promosi yang berbeda dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk.lain sehingga mengakibatkan volume penjualan tidak stabil.

Menurut Kotler & Keller (2016) Persaingan pasar memengaruhi kinerja penjualan, semakin tinggi intensitas kompetisi, perusahaan harus mampu menyesuaikan strategi agar volume penjualan tetap stabil.

Dengan adanya kompetitor akan meningkatkan persaingan pasar yang menjadikan suatu perusahaan seperti Unilever Indonesia Tbk harus mempertahankan posisinya sebagai pemimpin pasar agar volume penjualan tidak

menurun. Dilansir dari media *industri.kontan.co.id* (2025) Campina merencanakan peluncuran produk dengan harga yang lebih terjangkau untuk menjangkau konsumen yang lebih sensitif terhadap harga. Kondisi menunjukkan persaingan industri es krim semakin kompetitif. Strategi yang dilakukan oleh Campina yang merupakan pesaing utama Wall's mengakibatkan masalah dalam mempertahankan pangsa pasar dan volume penjualan industri es krim.

Selain faktor kompetitor, varian produk juga menjadi salah satu kunci penting dalam menarik minat konsumen. Konsumen cenderung menyukai pilihan produk yang beragam, baik dari segi rasa, ukuran maupun kemasan. Semakin lengkap varian produk yang ditawarkan, semakin besar peluang konsumen untuk melakukan pembelian. Semakin banyak pembelian semakin tinggi pula volume penjualan, begitupun sebaliknya.

Menurut Tjiptono (2018) variasi produk adalah strategi diferensiasi untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Produk yang bervariasi dapat menarik segmen konsumen yang berbeda-beda, sehingga meningkatkan jumlah unit yang terjual.

Dengan demikian variasi produk sangat penting bagi suatu Perusahaan manufaktur dalam meningkatkan pangsa pasar yang luas. Variasi produk sering dilakukan Perusahaan untuk memperluas segmen-segmen yang ada baik dalam segi usia, gender, pendapatan, wilayah dan sebagainya. Akan tetapi pada es krim Wall's, banyaknya varian menu ini membuat produk yang terjual hanya produk unggulan saja ini menyebabkan banyaknya es krim yang tidak terjual di toko pengecer.

Dilansir dari *Studentshare.org* (2024) dalam artikel berjudul *Brand Management of Wall's*, disebutkan bahwa perusahaan Wall's menghadapi tantangan dalam menjaga keseimbangan antara permintaan dan penawaran produk di pasar global. Salah satu penyebab utama dari permasalahan tersebut adalah banyaknya varian produk yang ditawarkan kepada konsumen. Strategi peluncuran berbagai varian baru yang awalnya dimaksudkan untuk menarik lebih banyak pelanggan justru menimbulkan fenomena yang dikenal dengan istilah "*too many variants problem*" atau kelebihan variasi produk. Kondisi ini menunjukkan bahwa strategi penambahan varian tidak selalu efektif meningkatkan volume penjualan, terutama jika distribusi dan minat konsumen tidak seimbang.

Di samping itu, promosi dagang (*trade promotion*) merupakan strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan volume penjualan. Bentuk promosi seperti potongan harga, pemberian bonus, maupun display produk di toko ritel dapat mempengaruhi Keputusan pembelian konsumen. Dengan promosi yang tepat, toko pengecer dapat meningkatkan daya tarik produk dimata konsumen.

Berdasarkan observasi lapangan, promosi yang dilakukan distributor Wall's (PT Khasanah Mandiri Jaya) mempunyai dua jenis promosi dagang yaitu diskon harga dan diskon produk kepada retailer. Misalnya potongan harga 20% ketika membeli 100 pcs es krim atau mendapatkan 10 pcs es krim ketika membeli 100 pcs. Akan tetapi promosi yang telah dilakukan tersebut tidak memberikan semangat pada retailer untuk mengambil produk lebih banyak. Kalaupun retailer mengambil es krim lebih banyak stok yang diambil akan lambat habis. Akibatnya, retailer mengambil es krim lebih sedikit dari biasanya. Hal ini menunjukkan adanya

masalah didalam penerapan promosi yang dilakukan oleh distributor Wall's di Kecamatan Sukarami Palembang

Penelitian sebelumnya banyak yang telah membahas mengenai pengaruh kompetitor terhadap penjualan ataupun variasi produk dan promosi terhadap penjualan. Namun dari penelitian sebelumnya belum ada yang membahas variabel tersebut secara bersamaan dan juga belum ada juga yang membahas pengaruh-pengaruh tersebut terhadap volume penjualan pada toko pengecer. Oleh karena itu, menarik untuk diteliti pengaruh-pengaruh dari penjualannya. Toko pengecer yang dibahas pada masalah ini ialah volume penjualan dari distributor Wall's.

Wall's merupakan salah satu merek es krim yang cukup dikenal luas oleh Masyarakat Indonesia. Wall's yang diproduksi oleh PT Unilaver Indonesia Tbk berhasil membangun citra merek yang kuat melalui kualitas produk, inovasi varian rasa dan promosi yang berkelanjutan. Hal ini yang menjadikan Wall's sebagai pemimpin pasar di industri es krim. Akan tetapi dalam beberapa tahun terakhir, Wall's mengalami penurunan pangsa pasar. Toko-toko pengecer es krim Wall's di Kecamatan Sukarami Palembang kurang lebih memiliki 186 pengecer yang mana terdiri dari warung, minimarket maupun toko kelontong. Distributor yang mengelola penyebaran produk Wall's yaitu PT Khasanah Mandiri Jaya yang terletak di daerah Jalan Kauman, Kelurahan Talang Keramat, Kecamatan Talang Kelapa, Kabupaten Banyuasin. Sumatera Selatan.

Kecamatan Sukarami, Palembang, merupakan salah satu wilayah yang potensial untuk pemasaran es krim Wall's karena memiliki jumlah penduduk yang padat dengan beragam segmen konsumen. Namun, di tengah tingginya peluang

pasar, toko pengecer es krim Wall's tetap harus bersaing dengan berbagai merek lain yang juga menawarkan produk serupa. Kecamatan Sukarami Palembang memiliki wilayah yang jumlah penduduknya terbanyak di Kota Palembang yaitu 212.243 jiwa, berada di tujuh kelurahan yang terdiri dari Kelurahan Talang Jambe, Kelurahan Kebun Bunga, Kelurahan Sukabangun, Kelurahan Sukajaya, Kelurahan Sukodadi, Kelurahan Sukarami dan Kelurahan Talang Betutu. Dengan jumlah penduduk seramai itu, permintaan akan es krim terus meningkat, oleh sebab itu penelitian ini memilih Kecamatan Sukarami sebagai tempat penelitian

Dilansir dari media *DBS Bank Indonesia* (2024) Wall's merupakan pemimpin pasar dari industri es krim, akan tetapi dalam lima tahun terakhir, yaitu pada tahun 2019 es krim Wall's memiliki pangsa pasar sebesar 69,2% sedangkan pada tahun 2024 pangsa pasar yang dimiliki oleh es krim Wall's turun sebesar 61,9%. Hal ini menunjukkan adanya masalah dalam persaingan pasar industri es krim yang menyebabkan turunnya pangsa pasar dan volume penjualan dari Wall's. Dengan melihat faktor-faktor tersebut, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak toko pengecer maupun perusahaan dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif guna mempertahankan dan meningkatkan volume penjualan. Berdasarkan fenomena tersebut, menarik untuk diteliti sejauh mana **"Pengaruh Kompetitor, Varian Produk, dan Promosi Dagang Terhadap Volume Penjualan Es Krim Wall's pada Toko Pengecer di Kecamatan Sukarami Palembang"**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kompetitor, varian produk dan promosi dagang berpengaruh terhadap volume penjualan pada toko pengecer es krim Wall's di Kecamatan Sukarami Palembang?
2. Apakah kompetitor berpengaruh terhadap volume penjualan pada toko pengecer es krim Wall's di Kecamatan Sukarami Palembang?
3. Apakah varian produk berpengaruh terhadap volume penjualan pada toko pengecer es krim Wall's di Kecamatan Sukarami Palembang?
4. Apakah promosi dagang berpengaruh terhadap volume penjualan pada toko pengecer es krim Wall's di Kecamatan Sukarami Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kompetitor, varian produk, dan promosi dagang berpengaruh terhadap volume penjualan pada toko pengecer es krim Wall's di Kecamatan Sukarami Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kompetitor terhadap volume penjualan pada toko pengecer es krim Wall's di Kecamatan Sukarami Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh varian produk terhadap volume penjualan pada toko pengecer es krim Wall's di Kecamatan Sukarami Palembang.

4. Untuk mengetahui pengaruh promosi dagang terhadap volume penjualan pada toko pengecer es krim Wall's di Kecamatan Sukarami Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pemasaran, dengan menambah wawasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan Wall's. Hasil penelitian ini juga dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan topik yang serupa.
2. Manfaat Praktis:
 - a) Bagi Perusahaan (Unilever atau Wall's), dapat memberikan masukan dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan daya saing dan volume penjualan.
 - b) Bagi Pengecer, dapat memberikan informasi mengenai pentingnya faktor kompetitor, varian produk, dan promosi dagang dalam menarik konsumen serta meningkatkan penjualan.
 - c) Bagi Penulis, Dapat menambah wawasan, pengetahuan, serta pengalaman praktis dalam menerapkan teori pemasaran ke dalam dunia nyata

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- DBS Bank Ltd. (2024). *UNVR: Impact of ice cream business divestment on UNVR*. <https://www.dbs.com>, diakses pada 1 November 2025 14.10
- Faqih, F., Aisyah, S., & Hadi, N. (2024). Pengaruh inovasi produk dan varian rasa terhadap volume penjualan. *Iqtisodina*, 7(1), 1–23.
- Hanggraeni, D. (2021). *Manajemen keuangan*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia (LPFE UI).
- Jainuddin, J., & Ernawati, S. (2020). Pengaruh promosi dan saluran distribusi terhadap volume penjualan sosis BE Mart cabang Bima. *Jurnal Pamator: Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo*, 13(1), 13–17.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Edisi ke-17). Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi* (Edisi 4). Jakarta: Salemba Empat.
- Pamungkas, A. T., Rahayu, L. P., Safitri, U. R., Suryana, A. K. H., & Anggorowati, L. S. (2025). Analisis pengaruh varian produk, kualitas produk dan lokasi terhadap volume penjualan di Bright Teras Boyolali di Boyolali. *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 13(1), 99–110.
- Prayogi, J., Suroso, A. I., & Najib, M. (2023). Pengaruh promosi terhadap volume penjualan tepung terigu kemasan premium PT. XYZ. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen (JABM)*, 9(1), 252–252.

- Rahmi, A. (2021). Pengaruh persaingan dan lokasi terhadap volume penjualan pada pedagang makanan khas Kota Bandung: Studi kasus di sentra makanan khas Kota Bandung seperti Leuwi Panjang, Pasteur, Kebon Kelapa, Pasar Baru, Cicaheum, dan Cihampelas. *Jurnal Penelitian Universitas Pendidikan Indonesia*, 1(1), 1–10.
- Rangkuti, F. (2016). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Ramadhani, M., & Ardiansyah, M. (2022). *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish
- Rezeki, S. (2024). Pengaruh promosi penjualan dan persediaan terhadap volume penjualan pada PT Kingled Indonesia. *Senashtek*, 2(1), 351–358.
- Saputra, A., Supraptini, N., & Suryatama, F. (2022). Pengaruh kualitas produk, promosi, dan persaingan terhadap volume penjualan di Susuku Café Ungaran. *BISECER (Business Economic Entrepreneurship)*, 5(2), 87–95.
- Saputra, A., & Hastono, H. (2024). Pengaruh variasi produk dan promosi terhadap volume penjualan pada paket skincare Toko Indah Store di Sukabumi. *Jurnal Ilmiah Swara Manajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)*, 4(3), 510–518.
- Shimp, T. A. (2017). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications* (9th ed.). Boston: Cengage Learning.
- Simanjuntak, H. (2013). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Studentshare.org. (2024). *Brand management of Wall's* Retrieved from <https://studentshare.org>, diakses pada tanggal 25 Oktober 2025 13.12
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Swastha, B., & Irawan. (2017). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

- Tajriani, A. (2022). Pengaruh persaingan, kualitas produk, dan promosi terhadap volume penjualan pada rumah makan soto di Kota Tasikmalaya. *Jurnal Penelitian Universitas Pendidikan Indonesia*, 1(1), 1–10.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran: Esensi dan Aplikasi* (Edisi 4). Yogyakarta: Andi.
- Wandira, L. (2024). *Campina (CAMP) optimis capai pertumbuhan kinerja di tahun depan*. Kontan.co.id. <https://industri.kontan.co.id/news/campina-camp-optimis-capai-pertumbuhan-kinerja-di-tahun-depan>, diakses pada tanggal 9 November 2025 23.44
- Waruwu, K., Yunita, M., Yudhira, A., & Tampubolon, D. (2021). Pengaruh harga produk dan promosi terhadap volume penjualan batik pada BT Batik Trusmi Medan. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 9(2), 394–404.