



UNIVERSITAS MERCU BUANA

**PENGARUH PEMBERIAN QUANTITY DISCOUNT
TERHADAP NILAI PENJUALAN BAJA
LEMBARAN DINGIN JENIS "LITE"
DI PT. KRAKATAU STEEL**

TESIS

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Oleh :

ARI STUALI
NIM : 131.01.015

**PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA 2003**



UNIVERSITAS MERCU BUANA

**PENGARUH PEMBERIAN QUANTITY DISCOUNT
TERHADAP NILAI PENJUALAN BAJA
LEMBARAN DINGIN JENIS "LITE"
DI PT. KRAKATAU STEEL**

TESIS

Diajukan
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Studi
Program Magister Manajemen
Universitas Mercu Buana

MERCU BUANA

Oleh :

ARI STUALI
NIM : 131.01.015

**PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA 2003**

PRAKATA

Segala puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah yang maha pengasih lagi penyayang, yang telah memberikan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini sesuai dengan yang direncanakan dengan judul “ ***Pengaruh Pemberian Quantity Discount terhadap nilai penjualan produk baja lembaran dingin di PT. KRAKATAU STEEL*** “

Dalam proses penyusunan dan penyelesaian Tesis ini, penulis telah banyak memperoleh bantuan dan dukungan moril maupun materiil , secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak . Untuk itu pada kesempatan ini perkenankanlah penulis menyampaikan kata terima kasih dan penghargaan yang setinggi tingginya kepada :

1. Bapak DR. Laode M. Kamaluddin, Msc, M.eng, selaku Direktur akademik dan Drs. Hadi Prayitno, MM selaku asisten akademik Program Magister Manajemen Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana yang telah berkenan memberi banyak masukan dalam penyusunan Tesis ini.
2. Bapak DR. Harry Azhar Azis, MA , sebagai Dosen pembimbing yang telah memberikan waktu dan tenaganya untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan Tesis ini.
3. Bapak Ir. M. Balbeid MM, selaku Kepala Divisi Perencanaan Produksi PT. Krakatau Steel yang telah memberikan dukungan moril dan materiil selama penulisan Tesis ini.

4. Bapak Ir. Marsidon Simanungkalit M.eng, selaku Kepala Divisi Pemasaran PT. Krakatau Steel yang telah banyak memberikan masukan dan data pada penyusunan Tesis ini.
5. Nurwati, Sip dan Anak-anak yang tiada hentinya memberikan dorongan semangat dalam penulisan Tesis ini.
6. Para Dosen dan Staff pengajar MMUMB, rekan-rekan Karyawan PPC, Peserta program pasca sarjana UMB di Cilegon yang telah membantu memberikan masukan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa penyusunan dan penulisan Tesis ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan penulis, untuk itu penulis mengharapkan saran dan tanggapan untuk perbaikan.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulis mempersembahkan Tesis ini, semoga dapat berguna bagi penulis dan pihak yang memerlukannya

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Cilegon,

Penulis

(Ari Stuali)

DAFTAR ISI

	Hal
Lembar Pengesahan	
ABSTRAK	iii
PRAKATA	v
DAFTAR ISI	vii
 BAB. I. PENDAHULUAN	 1
I.1. Latar Belakang Penelitian.	2
I.2. Identifikasi Masalah.	2
I.3. Batasan Masalah.	2
I.4. Rumusan Masalah.	2
I.5. Tujuan Penelitian.	3
I.6. Manfaat Hasil Penelitian.	3
I.7. Sistematika Pembahasan.	4
 BAB.II. LANDASAN TEORI	 6
II.1. Peranan Harga.	6
II.1.1. Peranan Alakosi dari Harga.	7
II.1.2. Peranan Informasi dan Harga.	7
II.2. Tujuan Penetapan Harga.	7
II.3. Faktor – Faktor Pertimbangan Dalam Penetapan Harga.	8
II.3.1. Faktor Internal Perusahaan.	8
II.3.2. Faktor Eksternal Perusahaan.	8
II.4. Langkah – Langkah Penetapan Harga.	9
II.4.1. Analisis Keadaan Pasar.	9
II.4.2. Identifikasi Faktor- Faktor Pembatas.	9
II.4.3. Tetapkan Sasaran.	9
II.4.4. Analisis Potensi Keuntungan.	10
II.4.5. Tentukan Harga Awal.	10
II.4.6. Kelola Harga.	10
II.5. Sumber Pemasok Sebagai Alat Strategis Penetapan Harga	11
II.6. Dumping.	12
II.7. Strategi Pemotongan Harga.	14
II.8. Bauran Pemasaran dan Perilaku Konsumen.	14
II.9. Pengertian “ Quantity Discount “	16
II.10. Kerangka Berpikir.	17
II.10.1. Hubungan “ Quantity Discount “ dengan Penetapan Harga.	17
II.10.2. Hubungan “ Quantity Discount ” dengan Nilai Penjualan.	17
II.11. Hipotesis Penelitian.	17
II.12. Teknik Statistik Penelitian.	18
II.12.1. Teknik Sampling.	18

DAFTAR ISI

II.12.2. Pengujian Hipotesis Rata –Rata	18
II.12.2.1. Sampel Besar ($n > 30$)	18
II.12.2.2. Sampel Kecil ($n < 30$)	19
II.12.2.3. Pengujian Hipotesis Koefisien Regresi.	21
II.12.2.4. Pengujian Hipotesis Koefisien Korelasi Menurut Pearson.	22
BAB.III. TINJAUAN UMUM PT.KS.	24
III.1. Sejarah Singkat dan Sarana Produksi PT.KS.	24
III.1.1. Sejarah Singkat PT.KS.	24
III.1.2. Sarana Produksi PT.KS.	24
III.1.3. Unit Produksi Cold Rolling Mill (CRM) PT.KS.	27
III.2. Variasi Produk BLD PT.KS dan Aliran Proses Produksi.	31
III.2.1. Variasi Produk.	31
III.2.2. Aliran Produksi BLD di Unit Produksi CRM-KS.	32
III.3. Segmentasi Pasar Produk BLD PT.KS.	32
III.4. Struktur Organisasi PT.KS.	33
III.4.1. Struktur Organisasi Perusahaan PT.KS.	33
BAB.IV. METODE PENELITIAN	34
IV.1. Metode Pengumpulan Data.	34
IV.2. Populasi dan Sampel.	35
IV.3. Metode Analisis Data.	35
IV.4. Variabel Penelitian.	36
BAB.V. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	37
V.1. Analisis Deskriptif.	37
V.2. Analisis Statistik.	38
V.3. Simulasi Quantity Discount.	45
V.3.1. Jika Quantity Discoun diturunkan 0.5 %.	45
V.3.2. Jika Quantity Discount dinaikan 0.5 %.	45
BAB.VI. KESIMPULAN DAN SARAN	46
VI.1. Kesimpulan	46
VI.2. Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN – LAMPIRAN	
Lampiran 1. Data CRC LITE perioda Jan s/d Apr 2002	49
Lampiran 2. Data CRC LITE perioda Mei s/d Agt 2002	50
Lampiran 3. Data CRC LITE perioda Jan s/d Apr 2002 (Q.D. diturunkan 0.5 %)	51

DAFTAR ISI

Lampiran 4. Data CRC LITE perioda Mei s/d Agt 2002 (Q.D. diturunkan 0.5 %)	52
Lampiran 5. Data CRC LITE perioda Jan s/d Apr 2002 (Q.D. dinaikan 0.5 %)	53
Lampiran 6. Data CRC LITE perioda Mei s/d Agt 2002 (Q.D. dinaikan 0.5 %)	54
Lampiran 7. Progressive Quantity Discount	55
RIWAYAT HIDUP	56

