

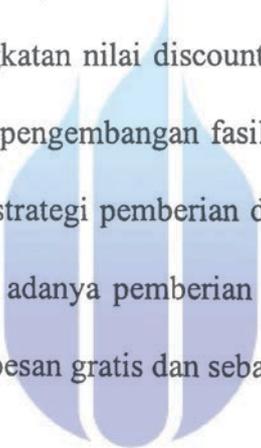
ABSTRAK

Strategi pemasaran dan produksi yang tepat sangat diperlukan agar perusahaan dapat tetap survive dan bahkan berkembang dimasa krisis ekonomi di Negeri ini. PT. KRAKATAU STEEL adalah badan usaha milik Negara yang termasuk didalam kelompok Industri Strategis, dimana didalamnya terdapat 6 unit produksi utama, termasuk diantaranya adalah unit produksi Cold Rolling Mill (CRM) yang memproduksi Baja Lembaran Dingin (BLD) dengan prioritas produksi untuk memenuhi kebutuhan dalam Negeri dan sebagian untuk di Export . Dengan kondisi persaingan pasar yang semakin ketat, maka perusahaan perlu melakukan langkah-langkah Strategis agar dapat bertahan dan bahkan meningkatkan keunggulan bersaingnya, dimana harga dan discount-pun menjadi bagian dari strategi penjualan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemberian “ Quantity Discount “ terhadap nilai penjualan produk Baja Lembaran Dingin (BLD) unit produksi CRM, PT. KRAKATAU STEEL. Data diperoleh dari hasil pengumpulan banyaknya kontrak penjualan Baja Lembaran Dingin periode Januari sampai dengan Agustus 2002, dimana dari populasi yang ada, diambil secara acak sejumlah 87 kontrak order sesuai kelayakan data Sampel. Dari data yang ada kemudian di analisis secara sederhana baik kualitatif maupun kwanitatif (statistik), untuk membuktikan adanya hubungan antara 2 variabel, yaitu Quantity Discount dan Nilai Penjualan.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa pada umumnya kontrak per order berkisar antara 500 mt sampai dengan 1000 mt dan adanya hubungan positif antara pemberian Quantity Discount terhadap Nilai Penjualan Baja Lembaran Dingin jenis Lite, dimana meningkatnya pemberian Quantity Discount akan meningkatkan Nilai Penjualan pula.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut , maka disarankan kepada Perusahaan untuk tetap mempertahankan kebijakan pemberian Quantity Discount , serta evaluasi kembali kemungkinan peningkatan nilai discountnya sampai batas yang optimal sesuai dengan perubahan dan pengembangan fasilitas yang ada. Hal lain yang perlu diwaspadai adalah bahwa strategi pemberian discount tersebut sangat mudah ditiru oleh pesaing, jadi perlu adanya pemberian discount dalam bentuk lain, seperti servis gratis atau ongkos pesan gratis dan sebagainya.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA