



UNIVERSITAS MERCU BUANA

**ANALISIS HARGA DAN BIAYA DISTRIBUSI
PENGARUHNYA TERHADAP VOLUME PENJUALAN
PRODUK BAJA LEMBARAN CANAI PANAS
PT. KRAKATAU STEEL**

TESIS

Oleh :

SUWIRO HERIYANTO
NIM : 131.01.016

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



UNIVERSITAS MERCU BUANA

**ANALISIS HARGA DAN BIAYA DISTRIBUSI
PENGARUHNYA TERHADAP VOLUME PENJUALAN
PRODUK BAJA LEMBARAN CANAI PANAS
PT. KRAKATAU STEEL**

TESIS

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

Oleh :

SUWIRO HERIYANTO
NIM : 131.01.016

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

KUTIPAN MAKNA

“ Ya Allah! Berilah hikmah padaku, gabungkan aku dengan orang-orang sholeh “

(QS As-syura : 83)

“ Janganlah mencari ilmu dengan tujuan menyaingi ulama atau untuk pamer di hadapan orang-orang yang bodoh atau mencari perhatian orang banyak kepadamu. Maka barang siapa yang melakukan hal itu, maka nerakalah tempatnya “

(Al-khadist)

“ Sesungguhnya orang yang paling berat siksaannya pada hari kiamat nanti, adalah orang yang mempunyai ilmu tetapi Allah tidak memberi manfaat kepadanya dengan ilmunya itu “

(Al-khadist)

Untuk ayahanda, bunda, isteri dan anak-anak yang kucintai

PENGESAHAN TESIS

JUDUL TESIS : ANALISIS HARGA DAN BIAYA DISTRIBUSI
PENGARUHNYA TERHADAP VOLUME
PENJUALAN PRODUK BAJA LEMBARAN
CANAI PANAS PT. KRAKATAU STEEL.

NAMA MAHASISWA : SUWIRO HERIYANTO
NIM : 131.01.016

Tesis Telah Disetujui Dan Dipertahankan Didepan Sidang Tim Penguji Program
Magister Manajemen, Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Pada Hari : Sabtu
Tanggal : 23 Agustus 2003
Tempat : Ruang Sidang Program Pascasarjana Magister Manajemen
Universitas Mercu Buana, Jalan Menteng Raya No. 29 Jakarta Pusat

Menyetujui :
Pembimbing Tesis


Dr. Battia Saleh Abbas

Mengetahui :
Direktur Program Pascasarjana Magister Manajemen
Universitas Mercu Buana




Dr. Laode M. Kamaluddin, M.Sc, M.Eng.

ABSTRAKSI

Dalam memasuki era pasar global, persaingan bisnis menjadi sangat kompetitif baik di pasar domestik (nasional) maupun di pasar global (Internasional). Konsumen semakin selektif dalam memilih produk untuk memenuhi kebutuhannya baik dari segi kualitas maupun dari harga. Untuk memenuhi hal tersebut, perusahaan harus dapat memberikan pelayanan yang prima demi kepuasan pelanggan dengan harga yang bersaing.

Dalam upaya memenuhi kepuasan pelanggan tersebut, perusahaan perlu melakukan analisa terhadap harga yang telah ditetapkan dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Analisa tersebut fungsinya guna mengetahui apakah harga yang sudah ditetapkan sudah kompetitif dengan pesaing, dan apakah pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sudah memuaskan pelanggan, termasuk penyaluran hasil produksi kepada pelanggan apakah sudah sesuai dengan perjanjian.

Dari hasil penelitian, bahwa hubungan (korelasi) antara harga dan distribusi dengan volume penjualan mempunyai hubungan (korelasi) yang sangat kuat dan nyata. Ini dibuktikan dengan uji korelasi Pearson, Uji-t, Uji-F, dan analisa regresi berganda.

Dari hasil analisis dengan program SPSS didapatkan bahwa : hubungan (korelasi) antara harga dengan volume penjualan tinggi dan positif yang ditunjukkan dengan $r = 0,78$, dan uji regresi linier antara variabel X_1 (harga rata-rata) dengan variabel Y (penjualan) didapatkan persamaan :

$Y = -1.209.432 + 0,776 X_1$ adalah nyata dan sangat signifikan yang ditunjukkan dengan nilai $F_{hitung} = 27,887 > F_{tabel} = 4,41$ dan nilai $t_{hitung} = 5,281 > t_{tabel} = 1,734$.

Hubungan (korelasi) antara distribusi dengan volume penjualan tinggi dan positif yang ditunjukkan dengan $r = 0,703$, dan uji regresi linier antara variabel X_2 (distribusi) dengan variabel Y (penjualan) didapatkan persamaan : $Y = 218,787 + 0,0000333 X_2$ adalah nyata dan sangat signifikan yang ditunjukkan dengan nilai $F_{hitung} = 17,58 > F_{tabel} = 4,41$ dan nilai $t_{hitung} = 4,193 > t_{tabel} = 1,734$.

Sedangkan hubungan (korelasi) antara harga dan distribusi dengan volume penjualan sangat tinggi dan positif yang ditunjukkan dengan $R = 0,951$, dan uji regresi berganda antara X_1 (harga rata-rata) dan variabel X_2 (distribusi) dengan variabel Y (penjualan) didapatkan persamaan : $Y = -1.395,832 + 0,6532 X_1 + 0,0000265 X_2$ adalah nyata dan sangat signifikan yang ditunjukkan dengan nilai $F_{hitung} = 80,042 > F_{tabel} = 3,59$ dan nilai $t_{hitung} = 8,518 > t_{tabel} = 1,740$ untuk koefisien regresi b_1 dan nilai $t_{hitung} = 7,242 > t_{tabel} = 1,740$ untuk koefisien regresi b_2 .

Saran yang diberikan didalam memasuki era pasar global dan harga baja yang cenderung menurun perlu diadakan tindakan impor slab yang harganya relatif lebih murah dari pada produk PT Krakatau Steel sendiri untuk selanjutnya bahan baku tersebut diproduksi menjadi BLCP yang dapat dijual dengan harga lebih murah untuk melawan harga pesaing, dan perusahaan juga harus mampu dengan cepat melayani pesanan hasil produksi yang datang, sehingga pelanggan merasa dipuaskan dan tidak beralih kepada pesaing, disamping itu juga dapat menambah jumlah pelanggan.

KATA PENGANTAR

Bismillahirokmanirrokhim

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT, bahwa atas rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan Thesis ini. Thesis ini ditulis sebagai salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Magister Management pada Universitas Mercu Buana, dengan judul "*Analisis Harga dan Biaya Distribusi Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Produk Baja Lembaran Canai Panas P T Krakatau Steel*"

Pemilihan judul ini didasari atas dasar: pertama dikeluarkannya serangkaian paket-paket deregulasi oleh pemerintah Republik Indonesia tentang tata niaga besi dan baja pada tahun 1992, 1993, dan 1995. Dengan adanya paket-paket deregulasi tersebut, monopoli PT Krakatau Steel dibidang besi dan baja dikurangi, sehingga Importir Umum melakukan impor besi dan baja secara bebas. Kedua *over supply*-nya produk baja dunia, sehingga harga baja dunia mengalami penurunan secara drastis. Ketiga dengan adanya krisis ekonomi dan moneter yang melanda Indonesia, sehingga proyek-proyek banyak yang di tunda (*resechedulling*) bahkan di batalkan. Keempat waktu penyerahan pesanan produk BLCP kepada pelanggan yang relatif masih rendah.

Penulis menyadari, bahwa dalam penulisan maupun pembahasannya masih sangat sederhana karena keterbatasan kemampuan dan pengalaman penulis, namun berkat adanya bantuan, dorongan dan bimbingan dari berbagai pihak, pada akhirnya penulis dapat menyusun Thesis ini.

Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Ir. Suharyadi, MS, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Laode Kamaludin, selaku Direktur Program Magister Management Universitas Mercu Buana yang telah memberikan motivasi dalam penulisan Thesis ini.
3. Bapak Dr. Bachtiar Saleh Abbas, selaku Pembimbing I yang telah membimbing penulis sehingga selesainya penulisan Thesis ini.
4. Bapak Ir. Ikhsan Wahyudi, MM, selaku Pembimbing II yang telah membimbing penulis sehingga selesainya penulisan Thesis ini.
5. Bapak Ir. Kuswanto Atmosumarto, MEng, selaku Kepala Sub Direktorat Pusdiklat PT Krakatau Steel yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti Program Magister Manajemen ini.
6. Bapak Drs. Alfauzi S. Salam, MBA, selaku Kepala Divisi Operasi Diklat PT Krakatau Steel yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti Program Magister Manajemen ini.
7. Bapak Ir. Aristuali, selaku Kepala Dinas Perencanaan dan pengendalian Produksi PT Krakatau Steel yang telah memberikan data-data yang dibutuhkan dalam penulisan Thesis ini.
8. Bapak Ir. Eko Raharjo, selaku Ahli Teknik Madya Divisi Penanganan Hasil Produksi PT Krakatau Steel yang telah memberikan data-data yang dibutuhkan dalam penulisan Thesis ini.

9. Bapak Ir. Raden Gunawan, MEng, selaku Manager Divisi Analisa Profit yang telah membimbing teknis di lapangan.
10. Bapak Drs. Suredi, selaku Ahli Teknik Pertama Divisi Analisa Pasar PT Krakatau Steel yang telah memberikan data-data yang dibutuhkan dalam penulisan Thesis ini.
11. Kedua orang tua yang tercinta yang selalu mendorong penulis untuk selalu menuntut ilmu.
12. Istriku dan anak-anakku yang tersayang, Dian Mariana, SIP., ananda Faisal Rohman, Fahri Fahrul Rohman, dan Tiara Fadia yang telah memotivasi dan dengan sabar selalu mendo'akan papanya dalam menyelesaikan Program Magister Management Universita Mercu Buana ini.
13. Rekan-rekan mahasiswa Program Magister Management Universita Mercu Buana kelas Cilegon yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu namanya.

Akhirnya, semoga amal baik dan bantuan serta dorongan yang telah diberikan kepada penulis, akan mendapatkan limpahan karunia dan imbalan yang setimpal dari Allah SWT.

Segala tegur sapa, kritik dan saran akan penulis terima dengan segala senang hati. Penulis berharap semoga Allah SWT meridhoi penyusunan Thesis ini dan mudah-mudahan bisa bermanfaat bagi diri penulis sendiri maupun bagi pembacanya.

Serang, Juli 2003.

Penulis

DAFTAR ISI

	HAL
ABSTRAKSI	
KUTIPAN MAKNA	
PENGESAHAN THESIS	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	
I.1. Latar Belakang Masalah	1
I.2. Identifikasi Masalah	3
I.3. Pembatasan Masalah	4
I.4. Perumusan Masalah	5
I.5. Tujuan Penelitian	5
I.6. Kegunaan Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS	
2.1. Pengertian Pemasaran	7
2.2. Pengertian Harga	10
2.2.1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Harga	12
2.2.1.1. Keadaan Perekonomian	12
2.2.1.2. Penawaran dan Permintaan	12
2.2.1.3. Elastisitas Permintaan	12
2.2.1.4. Persaingan	13
2.2.1.5. Biaya	15
2.2.1.6. Tujuan Perusahaan	15
2.2.1.7. Pengawasan Pemerintah	15
2.2.2. Penetapan Harga	16

	HAL
2.2.3. Proses penetapan harga	16
2.2.3.1. Menentukan Tujuan Penetapan Harga	17
2.2.3.2. Memperkirakan Permintaan untuk Barang Tersebut dan Elastisitas Harganya	22
2.2.3.3. Mengantisipasi Reaksi dalam Persaingan	23
2.2.3.4. Menentukan Pangsa Pasar yang dapat Diharapkan	24
2.2.3.5. Memilih Strategi Harga untuk Mencapai Pasar Sasaran	24
2.2.3.6. Mempertimbangkan Kebijakan Pemasaran Perusahaan	25
2.2.3.7. Memilih Metode Penghitungan Harga	25
2.2.3.8. Menetapkan Tingkat Harga	31
2.2.3.9. Menyesuaikan Struktur Harga Terhadap Variasi dalam Permintaan dan Biaya di masing-masing Segmen	31
2.2.4. Politik Penetapan Harga	32
2.3. Pengertian Distribusi	35
2.3.1. Pengertian Saluran Distribusi	36
2.3.1.1. Agen Perantara	38
2.3.1.2. Pedagang Perantara	39
2.3.2. Macam dan Bentuk Saluran Distribusi	40
2.3.3. Fungsi Saluran Distribusi	43
2.3.4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Saluran Distribusi .	44
2.3.4.1. Pertimbangan Pasar	45
2.3.4.2. Pertimbangan Produk	46
2.3.4.3. Pertimbangan Perusahaan	47
2.3.4.4. Pertimbangan Perantara	48
2.3.5. Distribusi Fisik	49

	HAL
2.4. Pengertian Volume Penjualan	53
2.4.1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan	53
2.5. Kerangka Pemikiran	55
2.6. Hipotesis	56
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Variabel Penelitian	57
3.2. Metode Penarikan Sampel	57
3.3. Prosedur Pengumpulan Data	57
3.4. Teknik Pengolahan Data	58
3.5. Metode Analisa Data	59
3.5.1. Analisis Regresi Linier Sederhana	59
3.5.2. Analisis Regresi Linier Berganda	63
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian	67
4.1.1. Gambaran Umum PT Krakatau Steel	67
4.1.2. Visi dan Misi PT Krakatau Steel	68
4.1.3. Struktur Organisasi Direktorat Pemasaran PT Krakatau Steel	69
4.1.4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga Produk Baja Lembaran Canai Panas (BLCP) PT Krakatau Steel ..	71
4.1.4.1. Kondisi Perekonomian Indonesia	72
4.1.4.2. Kondisi Pasar Baja Dunia	72
4.1.4.3. Kebijakan Pemerintah	74
4.1.4.4. Persaingan di Pasar	75
4.1.4.5. Biaya yang Ditanggung Perusahaan	76
4.1.5. Penyaluran Hasil Produksi	77

	HAL
4.1.5.1. Direct Selling	78
4.1.5.2. Indirect Selling	78
4.1.5.3. Distribusi Fisik	79
4.1.6. Analisis Data PT Krakatau Steel.....	81
4.1.6.1. Hubungan antara Harga dengan Volume Penjualan Produk BLCP	82
4.1.6.2. Hubungan antara Distribusi dengan Volume Penjualan Produk BLCP	84
4.1.6.3. Hubungan antara Harga dan Distribusi dengan Volume Penjualan Produk BLCP	86
4.2. Pembahasan	88
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	90
5.2. Saran-saran	93
Daftar Pustaka	95
Lampiran-lampiran	97
Daftar Riwayat Hidup	106

DAFTAR TABEL

	HAL
Tabel 1.1. Kronologi Deregulasi Tata Niaga Besi dan Baja	2
Tabel 4.1. Konsumsi dan Produksi Baja Dunia Tahun 1998 – 2001	73
Tabel 4.2. Aktual Konsumsi dan Produksi Baja Dunia Tahun 1995 – 2001	73
Tabel 4.3. Dampak Penurunan Bea Masuk dan Tata Niaga Impor serta Masuknya Baja Impor Terhadap Perolehan Laba dan Pendapatan	75

DAFTAR GAMBAR

	HAL
Gambar 2.1. Proses Penetapan Harga	17
Gambar 4.1. Bagan Alir Proses Produksi PT Krakatau Steel	67
Gambar 4.2. Bagan Organisasi Direktorat Pemasaran PT Krakatau Steel .	69