

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. LATAR BELAKANG MASALAH

Dekade 1990-an ditandai dengan kuatnya arus perubahan dalam perdagangan dunia sebagai akibat dari issue globalisasi. Arus tersebut telah memunculkan adanya tuntutan untuk membuka pasar bagi perdagangan global yang dimulai terbentuknya zona perdagangan bebas, seperti NAFTA, AFTA, APEC, dan sebagainya yang diawali dengan kesepakatan Uruguay yang kemudian menjelma menjadi GATT dan terakhir berubah menjadi WTO.

Berkaitan hal tersebut, maka serangkaian paket deregulasi digulirkan oleh pemerintah Republik Indonesia, dan khusus untuk produk besi dan baja telah mulai dilaksanakan sejak tahun 1991, sehingga tata niaga besi dan baja yang ditetapkan pemerintah berdasarkan Keputusan Presiden Republik Indonesia nomor 36 tahun 1976 tanggal 16 Agustus 1976 yang menjadikan PT Krakatau Steel sebagai satu-satunya penyedia produk baja, baik dari hasil produksi sendiri maupun dari impor dengan proteksi tarif Bea Masuk sampai dengan 50 % untuk kebutuhan nasional telah berakhir.

Pada paket deregulasi tahun 1991 inilah monopoli PT Krakatau Steel di bidang besi dan baja mulai dikurangi, dan secara formal masa monopoli mulai berakhir dengan digulirkannya paket Deregulasi pada tanggal 6 Juli 1992, yang memberikan izin kepada Importir Produsen (IP) untuk melakukan impor secara langsung dengan dikenai Bea Masuk (BM) dan Bea Masuk Tambahan (BMT)

masing-masing sebesar 10 % + 10 % untuk Hot Rolled Coil (HRC) / Baja Lembaran Canai Panas (BLCP) dan 15 % + 7,5 % untuk Cold Rolled Coil (CRC) / Baja Lembaran Canai Dingin (BLCD). Dan kemudian secara tegas monopoli PT Krakatau Steel berakhir dengan keluarnya paket Deregulasi pada tanggal 23 Oktober 1993, yang memberikan izin kepada Importir Umum (IU) untuk melakukan impor secara bebas, dengan hanya dikenai Bea Masuk karena Bea Masuk Tambahan dihapuskan, bahkan kemudian pemerintah mengeluarkan paket Deregulasi pada tanggal 23 Mei 1995 dengan menurunkan Bea Masuk hanya 5 % untuk HRC dan 10 % untuk CRC.

Disamping pelepasan tata niaga, paket Deregulasi bulan Juni 1991 telah menghapus dari Daftar Negatif Investasi (DNI) pendirian pabrik Baja Lembaran Canai Panas (BLCP), sedangkan untuk pabrik Baja Lembaran Canai Dingin (BLCD) DNI dihapus pada bulan Juli 1992. Kronologis deregulasi tata niaga besi dan baja dapat dilihat pada tabel 1.1.

TABEL 1.1

KRONOLOGI DEREGULASI TATA NIAGA BESI & BAJA

DEREGULASI	JUNI 1991	JULI 1992	OKTO. 1993	MEI 1995
BLCP, BM	Monopoli	10 %	10 %	5 %
BMT	Monopoli	10 %	Hapus	Hapus
BLCD, BM	20 %	15 %	15 %	10 %
BMT	2,5 %	7,5 %	Hapus	Hapus

Sumber : Internal PT KS

Dengan dikeluarkannya paket-paket Deregulasi oleh pemerintah yang disebutkan diatas, serta adanya gejolak politik dan ekonomi di beberapa kawasan dunia dan di dalam negeri, serta *over supply*-nya produk baja dunia sehingga harga baja dunia turun secara drastis. Hal-hal tersebut diatas sangat mempengaruhi kinerja PT Krakatau Steel, yakni tidak dapat lagi mempertahankan paradigma-paradigma lama yaitu yang sebelumnya memonopoli pemasaran besi dan baja di dalam negeri, melainkan harus mencari terobosan-terobosan baru agar mampu bersaing.

PT Krakatau Steel dalam upaya mengadakan terobosan untuk mencari peluang-peluang dalam pemasaran produk BLCP agar mampu bersaing baik di pasar domestik (dalam negeri) maupun di pasar global (luar negeri) masih terdapat kendala-kendala yang harus menjadi perhatian bagi manajemen, yaitu mahal nya harga produk BLCP dibandingkan dengan harga produk pesaing yang sejenis dan penyaluran (distribusi) pesanan produk kepada pelanggan yang relatif masih rendah.

Berdasarkan masalah tersebut diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti sampai sejauh mana harga dan penyaluran (distribusi) produk kepada pelanggan mempengaruhi tingkat penjualan produk BLCP PT Krakatau Steel.

1.2. IDENTIFIKASI MASALAH

Kelangsungan suatu produk sangat tergantung pada beberapa faktor yang diantaranya faktor penjualan atau tingkat penjualan. Dengan kata lain bahwa keberhasilan perusahaan untuk melakukan optimalisasi jumlah penjualan maka

kontinuitas perusahaan tersebut akan terjamin. Besarnya penjualan atau tingkat penjualan merupakan salah satu out-put dari fungsi penjualan yang dalam kenyataannya sangat sensitif terhadap beberapa faktor lainnya. Keberhasilan fungsi marketing dalam melakukan identifikasi peluang pasar dan pengukuran terhadap beberapa faktor yang diduga mempengaruhi tingkat penjualan sangat membantu perusahaan dalam penetapan kebijakan (policy) dan selanjutnya dapat menetapkan strategi pemasaran yang akan dilaksanakan. Dalam pemasaran produk Baja Lembaran Canai Panas (BLCP) PT Krakatau Steel di dalam negeri (domestik) mempunyai 10 (sepuluh) segmen pasar yaitu *GIS (Galvanized Iron Sheet), Packaging, Pipe Commercial, Pipe Oil dan Gas, Automotive, Coil Centre, Distributor, Konstruksi, Shipbuilding dan Container*, dan Pabrik PBLCD PT Krakatau Steel. Adapun faktor-faktor yang yang diduga mempengaruhi tingkat penjualan produk BLCP di setiap segmen pasarnya adalah : harga dan distribusi produk kepada pelanggan.

1.3. PEMBATASAN MASALAH

Masalah penelitian ini akan di batasi khusus pada penetapan harga, dan biaya distribusi penyaluran produk kepada pelanggan, serta bagaimana pengaruhnya terhadap peningkatan volume penjualan.

I.4. PERUMUSAN MASALAH

Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif seperti yang telah diuraikan diatas maka perumusan masalah dalam penelitian ini dibuat untuk mengungkapkan :

1. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga dengan volume penjualan produk Baja Lembaran Canai Panas (BLCP) PT Krakatau Steel?
2. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara biaya distribusi produk kepada pelanggan dengan volume penjualan produk Baja Lembaran Canai Panas (BLCP) PT Krakatau Steel ?
3. Apakah terdapat hubungan antara harga, dan biaya distribusi secara bersama-sama dengan volume penjualan produk Baja Lembaran Canai Panas (BLCP) PT Krakatau Steel ?

I.5. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan diatas, maka dibuatlah tujuan daripada penelitian ini, yaitu :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruhnya harga produk Baja Lembaran Canai Panas (BLCP) PT Krakatau Steel dengan volume penjualan dalam merebut peluang pasar di pasar domestik
2. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruhnya biaya distribusi produk Baja Lembaran Canai Panas (BLCP) PT Krakatau Steel kepada

pelanggan dengan volume penjualan dalam merebut peluang pasar di pasar domestik

3. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruhnya harga dan biaya distribusi produk Baja Lembaran Canai Panas (BLCP) PT Krakatau Steel kepada pelanggan secara bersama-sama terhadap volume penjualan dalam merebut peluang pasar di pasar domestik.

1.6. KEGUNAAN PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi PT Krakatau Steel, diantaranya :

1. Dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi manajemen PT Krakatau Steel dalam menetapkan harga jual produk untuk meraih peluang pasar produk-produk PT Krakatau Steel yang diteliti, maupun produk-produk lainnya.
2. Dapat membantu manajemen PT Krakatau Steel dalam mengetahui tentang pengaruh biaya distribusi produk terhadap efektivitas pelayanan kepada konsumen
3. Sebagai sumber informasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam upaya untuk meningkatkan volume penjualan dalam merebut peluang pasar di era pasar global.