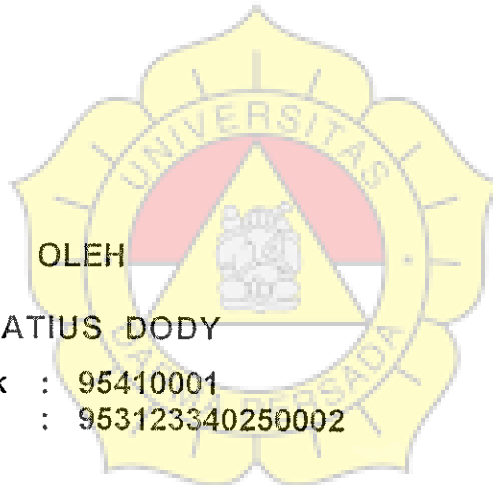


ANALISA HARGA JUAL PRODUK BAN RADIAL PADA PT INTIRUB

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu tugas akademik
dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna mencapai
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen

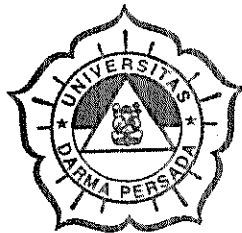


OLEH

IGNATIUS DODY

No. Pokok : 95410001

NIRM : 953123340250002



FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
1999

Fakultas Ekonomi
Universitas Darma Persada
Jakarta

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

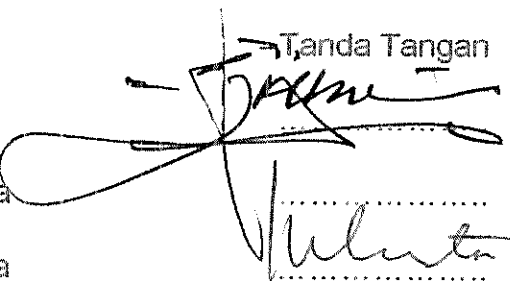
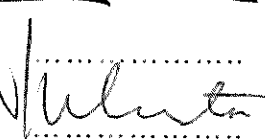
Nama : Ignatius Dody
No. Pokok : 95410001
NIRM : 953123340250002
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen Perdagangan
Judul Skripsi : ANALISA HARGA PRODUK BAN RADIAL PADA
PT.INTIRUB

Telah diperiksa, dikaji dan diujikan untuk diajukan dan diujikan dihadapan
panitia penguji skripsi pada tanggal...Agustus 1999

Jakarta, Agustus 1999

Panitia Penguji Skripsi

Nama	
1. Drs. Soeroso	Ketua
2. Drs. Fauzy	Anggota
3. Dr. Soeharto Rahman	Anggota

Tanda Tangan



ABSTRAKSI SKRIPSI

- (A) Ignatius Dody 95410001/953123340250002
- (B) ANALISA PRODUK BAN RADIAL PADA PT.INTIRUB
- (C) X + 91 Halaman, 11 tabel, 6 Gambar
- (D) Kata kunci : Pemasaran produk ban radial ukuran 185/70 dan 175/70

(E) **Alasan dan tujuan penelitian** : untuk lebih memperkaya kasanah ilmu pengetahuan penulis di bidang ekonomi manajemen, pada umumnya dan manajemen pemasaran pada khususnya, dapat memberikan sejauh mana hubungan penetapan harga yang dilakukan perusahaan dengan volume penjualan, untuk mengetahui sejauh mana kebijaksanaan harga yang telah ditentukan sehubungan dengan hasil yang telah dicapai oleh perusahaan.

Metodologi penelitian : dalam penelitian ini digunakan metode riset kepustakaan dan metode riset lapangan.

Hasil peneliian : faktor-faktor atau hal-hal yang menyebabkan perusahaan melaksanakan kebijaksanaan harga yang menjadi patokan atau acuan terhadap penentuan realisasi harga dengan hasil penjualan produk ban pada PT.INTIRUB, besar/kecilnya biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi atau besar/kecilnya volume penjualan. Kenaikan bahan bakar kendaraan, suku cadang kendaraan yang naik juga, kenaikan harga bahan baku ban, penurunan mata uang, ini semua akan berdampak pada mutu dan kuantitas produk ban ini, serta kenaikan harga jual produk ban ini berdasarkan harga yang terjadi di pasaran/harga pasar, secara langsung atau tidak langsung diperlukan penyesuaian terhadap berbagai kebijaksanaan perusahaan yang telah diputuskan.

(F) Buku Acuan 21 buku (1979-1998)

(G) Ketua Jurusan Manajemen

(H) Dosen Pembimbing Materi

(Dra.Endang Tripujiastuti)

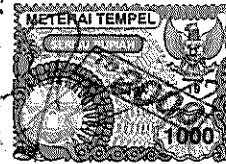
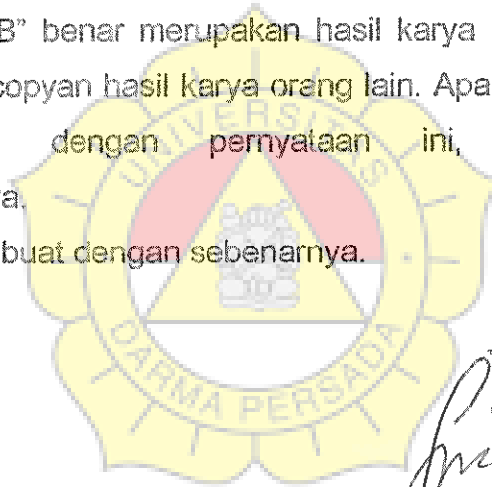
(Dr.Suharto Rahman)

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ignatius Dody
Nim : 95410001
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul "Analisa Harga Produk Ban Radial Pada PT.INTIRUB" benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan jiplakan ataupun copyan hasil karya orang lain. Apabila kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, saya bersedia mempertanggung jawabkannya.
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.



(Ignatius Dody)

KATA PENGANTAR

Tiada kata lain yang dapat penulis katakan, selain mengucap serta memanjatkan puji syukur kepada TUHAN YANG MAHA ESA yang telah melimpahkan berkah dan rahmat-Nya, sehingga skripsi ini dapat tersusun baik dan sesuai dengan usulan judul yang telah dibuat.

Penelitian ini dilakukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada, Jakarta.

Dalam penulisan Skripsi ini,, penulis memilih judul ANALISA HARGA JUAL PRODUK BAN RADIAL PADA PT.INTIRUB. Dan dengan selesainya Skripsi ini penulis memberikan penghormatan dan mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis, baik secara langsung atau tidak langsung, baik materiil maupun spirituil. Selanjutnya penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs.Shanti Danu, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
2. Bapak Dr.Suharto Rahman, selaku dosen pembimbing materi yang telah memberikan bimbingan dan dorongan kepada penulis.
3. Bapak Sukardi, SE. Selaku pembimbing teknis yang telah memberikan dorongan dan bimbingan kepada penulis.
4. Bapak Drs.Djebul, selaku manajer pemasaran di perusahaan PT.INTIRUB, beserta staff dan karyawan.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuannya.
6. Bapak Sabarudin, Farid, Eka serta Staff karyawan sekertariat Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada atas segala bantuannya.

7. Semua pihak dan rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Darma persada, yang telah terlibat dalam membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada Teman saya Hariefianto Halim (C-lenx), yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata tak luput pula penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada papa, mama, Barbara Wenny Sinay kekasih tercinta, yang telah memberikan bantuan dan Doa restunya sehingga terwujudnya skripsi ini.

Penulis menyadari, mengingat kemampuan yang masih serba terbatas dan pengalaman yang serba kurang, maka skripsi ini masih jauh dari sempurna dan oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun atas skripsi ini.

Semoga segala bantuan dan nasehat serta bimbingan yang telah penulis terima, mendapat balasan yang setimpal dari YANG MAHA KUASA.

Jakarta, Agustus 1999

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR ABSTRAKSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	3
D. Kerangka Pemikiran	5
E. Metodologi Penelitian	7
1. Metode Pengumpulan Data	7
2. Metode Analisis	9
3. Definisi Operasional	12
F. Hipotesa	12
G. Sistematika Penulisan	13
BAB II. TINJAUAN TEORI	15
A. Pengertian dan Fungsi Pemasaran	15
B. Pengertian Bauran Pemasaran	19
C. Pengertian dan Fungsi Penentuan Kebijakan Harga Jual	30
D. Metode Penentuan Harga Jual	32

	E. Hubungan Penentuan Harga Jual dengan Volume Penjualan	39
BAB III.	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	45
	A. Gambaran Umum Daerah Penelitian	45
	1. Sejarah Singkat Berdirinya Perusahaan	45
	2. Struktur Organisasinya	50
	3. Bidang Usahanya	58
BAB IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN	63
	A. Realisasi Penentuan Harga dengan Penjualan	63
	B. Analisa Tabulasi	67
	1. Perkembangan Harga Jual Produk Dari Tahun-1989 sampai 1998	68
	2. Perkembangan Volume Penjualan Dari Tahun -1989-1998	69
	C. Analisa Korelasi Parsial	76
	D. Uji Tes Koefisien Korelasi	79
	E. Kebijakan Penentuan Harga Jual	83
	1. Harga Pokok	83
	2. Faktor Saingan	86
	3. Faktor Geografis	86
BAB V.	PENUTUP	88
	A. Kesimpulan	88
	B. Saran-saran	91

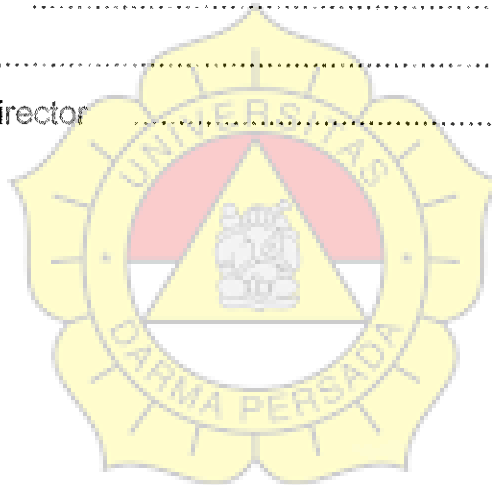
DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
III-1 Jenis-jenis Ban Dan Ukurannya	59
IV-1 Harga Jual Dan Volume Penjualan Produk Ban Radial Ukuran- 185/70 dan 175/70	64
IV-2 Total Volume Penjualan Produk Ban Radial Ukuran 185/70 dan 175/70	65
IV-3 Total Nilai Penjualan Produk Ban Radial Ukuran 185/70 dan 175/70	66
IV-5 Jumlah Total Volume Penjualan dan Nilai Penjualan Produk Ban - Radial Ukuran 185/70 dan 175/70	67
IV-6 Perkembangan Harga Jual Produk Ban Radial Ukuran 185/70 dan 175/70	68
IV-7 Perkembangan Volume Penjualan Produk Ban Radial Ukuran 185/70 dan 175/70	70
IV-8 Harga Jual dan Volume Penjualan Produk Ban Radial Ukuran 185/70	72
IV-9 Hubungan Antara Harga Jual Dengan Volume Penjualan Produk Ban Radial Ukuran 185/70	73
IV-10 Harga Jual dan Volume Penjualan Produk Ban Radial Ukuran 175/70	74
IV-11 Hubungan Antara Harga Jual Dengan Volume Penjualan Produk ban Radial Ukuran 175/70	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
I-1 Kerangka Pemikiran	6
II-1 Majors Marketing Channels Available Manufactures and Producer	28
III-1 Struktur Organisasi PT.INTIRUB	52
III-2 Internal Audit Division	52
III-3 Technical Director	56
III-4 Sales and Marketing Director	57



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada hakekatnya manusia dalam kehidupannya senantiasa dihadapkan pada berbagai kebutuhan baik golongan masyarakat berpendapatan tinggi, masyarakat berpendapatan menengah, maupun masyarakat berpendapatan rendah yang semuanya mempunyai kebutuhan yang harus dipenuhi. Untuk mendapatkan pemuas kebutuhan tersebut masyarakat harus melakukan pengorbanan sesuai dengan tingkat kemampuan dan jenis kebutuhannya. Kebutuhan akan barang dan jasa yang bersifat ekonomi diperlukan pengorbanan ekonomi. Kemampuan masyarakat untuk melakukan konsumsi tercermin dari daya beli yaitu pendapatan yang diperoleh disatu pihak dan tingkat harga dilain pihak. Apabila harga jual produk yang dipergunakan untuk memenuhi kebutuhannya tinggi, maka dapat diperkirakan bahwa sebagian masyarakat, terutama masyarakat berpendapatan rendah tidak dapat membeli produk tersebut. Oleh karena itu kebijaksanaan dalam menetapkan harga jual tersebut harus disesuaikan dengan daya beli masyarakat tanpa mengabaikan kualitas produk.

PT. INTIRUB yang bergerak dalam bidang produksi ban mobil harus berhati-hati dan teliti dalam menentukan harga jual produknya. Dalam menetapkan harga jual produk tersebut perusahaan harus memperhatikan beberapa variabel atau faktor yaitu daya beli masyarakat dan harga jual produk sejenis yang dihasilkan oleh perusahaan lain, agar penetapan harga jual ini dapat memberikan kontribusi yang maksimal terhadap pencapaian tujuan perusahaan, yaitu meningkatkan laba melalui peningkatan volume penjualan.

Volume penjualan mempunyai peluang besar untuk ditingkatkan apabila harga jual produk tersebut dapat terjangkau oleh masyarakat luas dan harga jual produk tersebut lebih rendah dibandingkan harga jual produk sejenis dari perusahaan lain, disamping mutu produk senantiasa terus ditingkatkan.

Berdasarkan uraian diatas dapat dilihat bahwa harga jual merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan pembelian, oleh karena itu penulis tertarik menyusun sebuah skripsi dengan judul, "ANALISA HARGA JUAL PRODUK BAN RADIAL PADA PT. INTIRUB".

B. Perumusan Masalah

PT. INTIRUB merupakan perusahaan yang bergerak dalam industri ban mobil, dalam hal ini perusahaan tidak luput dari masalah persaingan dengan perusahaan lain yang juga menghasilkan produk sejenis. Untuk menghadapi persaingan ini, perusahaan berusaha untuk meningkatkan volume penjualan, melalui berbagai usaha antara lain dengan mengadakan sistem distribusi yang sempurna, meningkatkan kegiatan promosi, serta menetapkan harga jual yang sesuai dan dapat terjangkau oleh konsumen.

Dari uraian tersebut diatas, maka yang menjadi masalah pokok skripsi ini adalah: "Apakah kebijaksanaan penetapan harga yang dilakukan oleh PT. INTIRUB mampu meningkatkan volume penjualan produk tersebut".

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Sebagai mana lazimnya suatu penulisan skripsi tentunya ada tujuan yang hendak dicapai dalam penulisan tersebut. Demikian pula halnya dengan penulis yang mengerjakan karya tulis ilmiah ini yaitu dalam bentuk skripsi, juga mempunyai tujuan, dan dari tujuan tersebut akan tercermin sebuah manfaat yang didapat dari sebuah penulisan skripsi tersebut.

Adapun tujuan-tujuan penelitian dapat penulis kemukakan sebagai berikut:

1. Untuk lebih memperkaya kasanah ilmu pengetahuan penulis dibidang ekonomi manajemen, pada umumnya dan manajemen pemasaran pada khususnya, serta berpartisipasi dalam memperkaya tulisan - tulisan dibidang ilmu ekonomi sesuai dengan kemampuan yang ada pada penulis.
2. Dapat memberikan gambaran sejauh mana penetapan harga akan berperan dalam peningkatan volume penjualan.
3. Adalah untuk mengetahui sejauh mana kebijaksanaan harga yang telah ditentukan sehubungan dengan hasil yang telah dicapai oleh perusahaan.

Adapun manfaat penelitian ini dapat ditinjau dari dua segi, yaitu:

1. Manfaat penelitian dari segi akademis

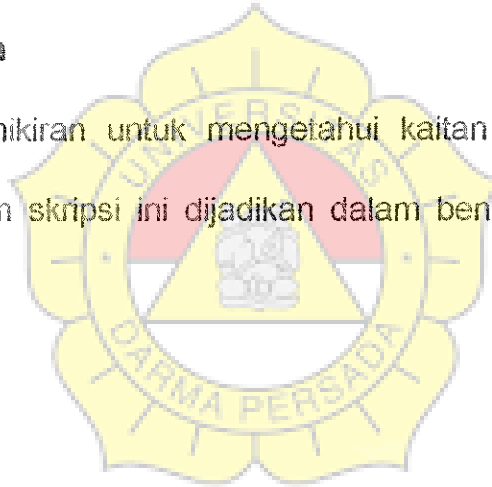
Manfaat penelitian apabila ditinjau dari segi akademis adalah diharapkan daripada penelitian yang dilakukan akan dapat memperluas wawasan atau pandangan ilmiah yang semakin luas, yang memungkinkan lebih mampu menghadapi dan mengantisipasi perubahan dan perkembangan yang akan terjadi khususnya bagi penulis dan umumnya bagi para pembaca.

2. Manfaat penelitian dari segi praktis

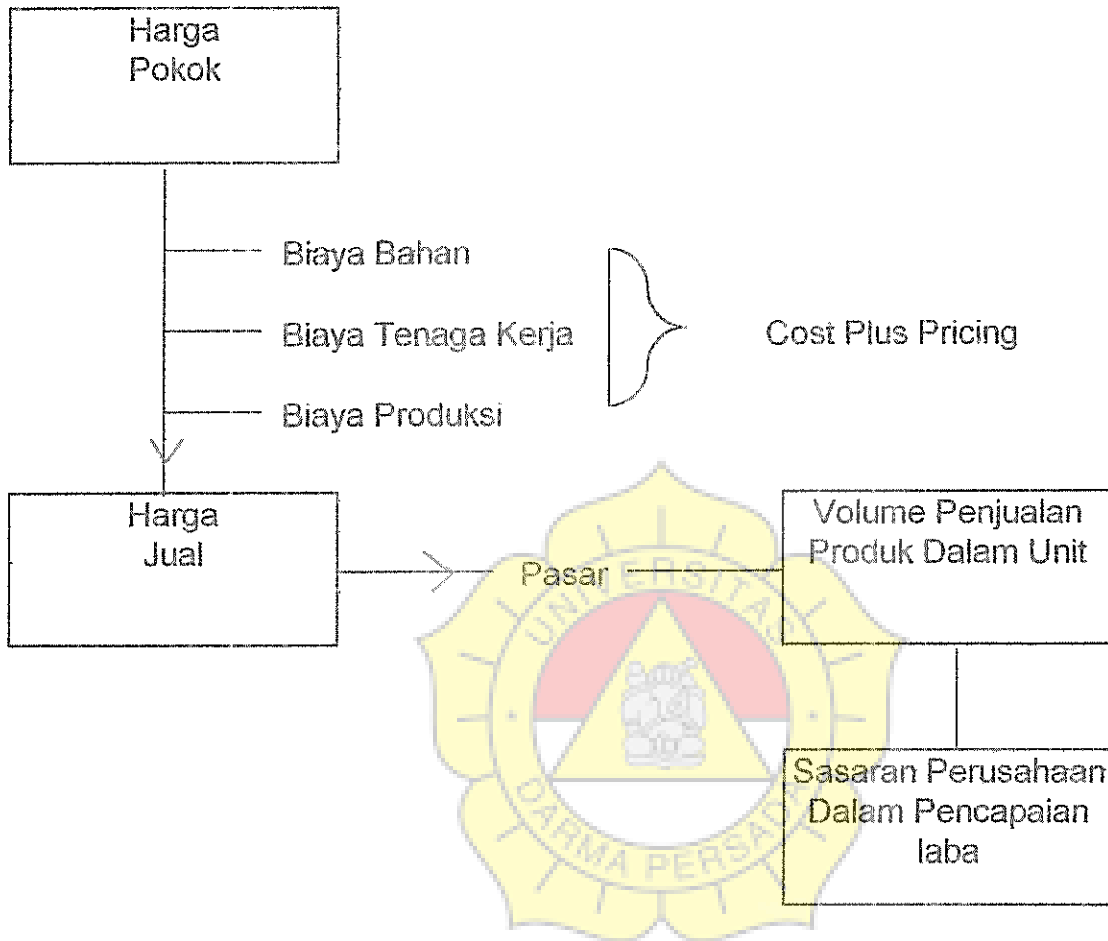
Manfaat penelitian apabila ditinjau dari praktisnya adalah hasil daripada penelitian yang dilakukan dapat dijadikan sebagai bahan masukan atau kebijaksanaan bagi PT.INTIRUB, serta kebijakan tersebut dapat dijadikan sebagai bahan acuan sebagai standart penetapan harga bagi PT INTIRUB.

D. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran untuk mengetahui kaitan berbagai variabel yang dianalisis dalam skripsi ini dijadikan dalam bentuk bagan sebagai berikut:



Gambar I -1 Kerangka Pemikiran



Keterangan bagan:

Harga Pokok : Merupakan variabel yang menentukan harga, dimana harga pokok berupa biaya produk per unit.

Harga Jual : Harga pokok Bahan Material + Bahan Baku+Tenaga Kerja ——— Konsep Cost Plus Pricing.

Volume Penjualan : Merupakan Variabel Dependent yang berubah karena adanya perubahan harga jual

E. Metodologi Penelitian

1. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data itu sendiri adalah prosedur yang sistematis dan merupakan standart untuk memperoleh data yang diperlukan untuk tujuan analisis, maka di dalam pengumpulan data penulis menggunakan beberapa metode yaitu:

a. Penelitian Kepustakaan (Library research)

Penelitian kepustakaan ini adalah proses pengumpulan data yang dilakukan dengan mempelajari semua bentuk dan jenis dari bahan-bahan tertulis, baik berupa buku-buku, dokumen-dokumen, ataupun tulisan-tulisan ilmiah lainnya yang dapat digunakan sebagai bahan masukan dalam rangka penulisan skripsi ini. Metode ini dimaksudkan untuk memperoleh pengetahuan dasar, tentang teori-teori dan konsep-konsep maupun pendapat dari para sarjana atau para ahli yang dianggap cocok dan relevan dengan pokok pembahasan di dalam penulisan skripsi ini.

b. Pendekatan Lapangan (Field Research)

Pendekatan lapangan ini adalah pengumpulan data yang dilakukan langsung, terhadap objek-objek yang menjadi sasaran

penelitian, dalam hal ini adalah produk ban pada PT.INTIRUB. untuk memperoleh data yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, adalah dengan cara :

1. Interview, yaitu :

Teknik pengumpulan data dengan cara mewawancarai langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan obyek yang diteliti, dalam hal ini penulis mengadakan wawancara langsung dengan manajer pemasaran dan penjualan serta manajer produksi PT.INTIRUB Jakarta.

2. Questioner, yaitu :

Metode pengumpulan data, dengan terlebih dahulu membuat suatu daftar pertanyaan, kolom tabulasi dan sebagainya, yang berhubungan dengan obyek yang diteliti kepada pejabat yang berwenang dengan memberikan data yang sesuai dengan keadaan perusahaan, dan berhubungan langsung dengan kebutuhan skripsi yang diperlukan.

2. Metode Analisis

Adapun data yang akan dikaji dalam skripsi ini adalah meliputi jumlah volume penjualan ban pertahun, yang terdiri dari atas satu jenis produk saja yaitu ban radial dengan type 185/70 dan 175/70 selama periode waktu 10 tahun. Data yang diamati adalah dari tahun 1989 sampai dengan 1998, kemudian data-data ini diolah sesuai dengan kebijakan penentuan harga, dengan kriteria-kriteria sebagai berikut :

- a. Volume penjualan produk ban radial perunit, yang terdiri dari atas 2 ukuran yaitu 185/70 dan 175/70 dalam rupiah selama 10 tahun.
- b. Prosentase kenaikan dan penurunan volume penjualan ban radial per unit selama 5 tahun.
- c. Prosentase kenaikan dan penurunan harga* dalam rupiah pertahun.

Sesuai dengan kriteria-kriteria yang telah disebutkan diatas, maka analisa data dapat dilakukan dengan metode sebagai berikut:

a. Metode Tabulasi

Metode tabulasi berupa tabel-tabel yang berisikan data-data dalam bentuk suatu pengelompokan pada periode tertentu,

sedangkan analisis tabulasi untuk melihat sejauh mana peningkatan atau penurunan volume penjualan maupun harga dalam setiap tahunnya. Didalam analisis ini akan terlihat penurunan atau peningkatan dari variabel yang akan

dianalisis dan perubahan yang akan terjadi dalam bentuk prosentase.

b. Koefisien Korelasi (r)

Merupakan metode yang memperlihatkan hubungan antara dua variabel. Hubungan X dan Y dikatakan positif, apabila kenaikan X, pada umumnya diikuti kenaikan Y, sedangkan dikatakan negatif, bila kenaikan X, pada umumnya diikuti penurunan (kenaikan) Y, kuat tidaknya hubungan X dan Y dapat dinyatakan dalam fungsi linier yang disebut

koefisiensi korelasi. Pengaruh hubungan X dari Y diperlihatkan dengan besarnya kontribusi dari X terhadap naik turunnya Y, rumus Koefisien Korelasi adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{n \cdot (\sum x^2) - (\sum x)^2 \cdot n \cdot (\sum Y^2) - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan tentang r (koefisien korelasi)

1. Bila $r = 0$, atau mendekati 0, maka hubungan antara kedua variabel sangat lemah atau tidak terdapat hubungan sama sekali,
2. Bila $r = +1$, atau mendekati 1, maka hubungan antara kedua variabel dikatakan positif dan kuat sekali (bersifat searah) atau dengan kata lain setiap kenaikan/penurunan nilai-nilai X, akan diikuti dengan kenaikan/atas penurunan nilai-nilai Y;
3. Bila $r = -1$ atau mendekati -1 , maka hubungan antara kedua variabel sangat kuat, tetapi negatif atau dengan kata lain, setiap kenaikan nilai-nilai X, akan diikuti oleh penurunan nilai-nilai Y, begitupun sebaliknya, setiap penurunan nilai-nilai X, akan diikuti oleh kenaikan Y.

3. Definisi Operasional

a. Pengertian definisi/istilah :

Beberapa pengertian/definisi dari rumus-rumus analisis yang akan dipergunakan antara lain:

1. Analisis angka Indeks

Analisis yang dipergunakan untuk melihat perubahan-perubahan yang terjadi dalam bentuk prosentase.

2. Harga

Jumlah nilai yang telah ditetapkan dan dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari sebuah produk barang dan jasa.

3. Volume Penjualan

Jumlah barang atau jasa yang telah terjual selama periode tertentu.

F. Hipotesa

Berdasarkan masalah pokok pada skripsi, serta kerangka pemikiran yang telah dikemukakan maka hipotesa yang dapat diajukan adalah "Apabila dapat menentukan harga jual secara tepat (layak dan dapat bersaing) maka volume penjualan dapat ditingkatkan". Dengan

perkataan lain secara statistik diduga ada korelasi yang negatif antara harga jual dengan volume penjualan, jika harga menurun maka volume penjualan akan naik (faktor-faktor lain dianggap konstan).

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini terdiri dari 5 (lima) bab, dan setiap bab, dan setiap babnya terdiri dari beberapa paragraph yang mengandung pengertian tersendiri. Sistematika skripsi secara garis besar adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab ini adalah pendahuluan, yang mengemukakan latar-belakang pemilihan judul, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kerangka pemikiran, metodologi penelitian, hipotesa dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Dalam bab ini penulis mencoba membahas landasan teori yang digunakan sebagai alat analisis pada bab IV, lingkup teori yang dibahas adalah pengertian marketing dan fungsi marketing, pengertian marketing mix, pengertian dan fungsi

penentuan harga jual, metode penentuan harga jual, serta hubungan penentuan harga jual dengan volume penjualan.

BAB III Gambaran umum daerah penelitian

Dalam bab ini berisi tentang sejarah singkat berdirinya perusahaan, struktur organisasinya, serta bidang usaha perusahaan tersebut.

BAB IV Analisa dan Pembahasan

Dalam bab ini akan dibahas analisa tentang kebijaksanaan harga jual yang dilakukan, faktor-faktor yang memengaruhi kebijaksanaan harga jual, serta pengaruh harga jual terhadap peningkatan volume penjualan serta analisa-analisa lainnya.

BAB V Penutup

Dalam bab ini penulis mencoba memberikan kesimpulan dari pembahasan skripsi berdasarkan uraian pada bab-bab yang sebelumnya dan memberikan saran berdasarkan hasil kesimpulan tersebut.