

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG MASALAH

Indonesia sebagai negara berkembang sedang giat-giatnya dalam memajukan perekonomiannya. Terbukti, pertumbuhan perekonomian Indonesia menempati urutan ke-3 di Asia<sup>1</sup>. Hal ini juga diiringi oleh perkembangan perusahaan-perusahaan yang mengalami pertumbuhan cukup pesat. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Direktur PT Pembangunan Jaya Ancol, Budi Karya Sumadi dalam keterangan persnya mengatakan, berbagai kemajuan dan pertumbuhan ekonomi nasional yang terus membaik memberi peluang semakin luas bagi Ancol Taman Impian mengembangkan produk jasanya. Ancol pun semakin memperkokoh posisinya sebagai ikon pariwisata nasional<sup>2</sup>. Selain itu, sebagai contoh PT. Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk yang mengalami pertumbuhan penjualan hingga 16,4% menjadi 91,7 miliar batang dan melampaui pertumbuhan industri rokok di Indonesia<sup>3</sup>. Hal tersebut menunjukkan bahwa, perusahaan-perusahaan terus berlomba agar tetap eksis dan mampu bersaing baik dengan perusahaan lain yang ada di dalam negeri maupun luar negeri. Hal tersebut

---

<sup>1</sup> *Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Peringkat Tiga Asia*, [http://www.analisadaily.com/news/read/2012/04/24/47362/pertumbuhan\\_ekonomi\\_indonesia\\_peringkat\\_tiga\\_asia/#.T5YS0bM9Xp9](http://www.analisadaily.com/news/read/2012/04/24/47362/pertumbuhan_ekonomi_indonesia_peringkat_tiga_asia/#.T5YS0bM9Xp9), (24 April 2012)

<sup>2</sup> *Ancol akan menjadi Destinasi Wisata Konvensi*, <http://www.jpnn.com/read/2012/04/30/125879/Ancol-akan-Menjadi-Destinasi-Wisata-Konvensi>, -Dilengkapi-juga-Tempat-Khusus-Belanja-di-Pinggir-Pantai( 20 April 2012)

<sup>3</sup> *Laba Bersih Sampoerna Mencapai 8,06 triliun*, <http://ekonomibisnis.suarasurabaya.net/?id=5ffe78432e488b84a665b9ee09758d19201210583>, (27 April 2012).

dilakukan karena saat ini sudah memasuki era globalisasi dimana setiap perusahaan harus mampu menjual produknya ke pasar baik di dalam maupun luar negeri yang sudah tidak ada batasan sedikitpun.

Untuk dapat bersaing dan ikut dalam perdagangan bebas, tidak ada alternatif lain bagi dunia usaha selain meningkatkan daya saing melalui efisiensi dan kualitas hasil industri pada semua sektor. Dampak dari hasil industri yang berdaya saing tersebut tentu akan meningkatkan penjualan yang akhirnya akan memperoleh pendapatan yang optimal.

Pendapatan yang maksimal diharapkan akan memperoleh keuntungan yang maksimal. Keuntungan tersebut akan menentukan tingkat kelancaran usaha perusahaan. Pada perusahaan industri, penjualan atas barang dagangan yang dihasilkan merupakan salah satu sumber pendapatan.

Setiap perusahaan dapat melakukan penjualan yang tinggi dan besar kecilnya penjualan ditentukan oleh beberapa faktor antara lain kualitas produk, penetapan harga jual, letak pasar, promosi, organisasi, dan distribusi.

Seperti yang telah disebutkan di atas, salah satu yang dapat meningkatkan penjualan yaitu melalui produk yang berkualitas. Melalui produk yang berkualitas tinggi akan menarik minat konsumen untuk membeli. Melalui kualitas produk yang tinggi akan dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Dengan demikian akan menciptakan loyalitas pelanggan untuk membeli produk yang dijual. Namun sebaliknya, jika produk yang diciptakan mempunyai kualitas yang rendah maka akan membuat konsumen beralih ke produk yang dihasilkan oleh perusahaan lain.

Hal ini tentu akan mengurangi tingkat penjualan produk di pasaran. Akibatnya akan terjadi penurunan penjualan produk yang akan membuat kegiatan usaha tidak berkembang.

Selain itu, peningkatan penjualan juga ditentukan oleh tingkat harga yang ditawarkan oleh perusahaan. Tingkat harga barang akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Untuk itu perusahaan harus pintar mengeluarkan ide untuk mencari simpati konsumen sehingga mereka membeli dan menggunakan produk. Dalam hubungan ini, karena harga jual menjadi sangat penting, kekeliruan dalam penentuan harga, maka dapat berarti produk tidak laku atau kalah bersaing bagi perusahaan. Hal ini seperti yang dialami oleh sejumlah SPBU di Garut, Jawa Barat. Karena penetapan harga bahan bakar Pertamina yang melonjak tinggi, penjualan bahan bakar non subsidi tersebut turun antara 50 persen hingga 70 persen<sup>4</sup>.

Tinggi rendahnya penjualan juga dipengaruhi oleh lokasi pasar. Untuk menetapkan posisi pasar yang tepat, hendaklah diperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi, misalnya segmen dari pasar (kelompok konsumen) itu sendiri, daya beli masyarakat, frekuensi dari konsumen, keinginan dan kebutuhan konsumen, dan lain-lain. Apabila perusahaan salah menentukan posisi pasar, dimana letak pasar kurang strategis, dan tidak terjangkau oleh konsumen dapat mengakibatkan produk yang ditawarkan hanya sedikit terjual atau bahkan tidak

---

<sup>4</sup> Doni Martin, *Penjualan Pertamina di Garut Turun Drastis*, <http://berita.liputan6.com/read/384912/penjualan-pertamax-di-garut-turun-drastis>, (02 April 2012)

terjual sama sekali. Hal ini yang dialami oleh SBPU Petronas yang terpaksa ditutup karena tidak laku. Penyebabnya karena lokasinya yang kurang strategis<sup>5</sup>.

Selain faktor posisi pasar, faktor lain yang mempengaruhi penjualan adalah promosi. Perusahaan akan sulit dalam melakukan penjualan apabila produk yang dijual belum dikenal oleh konsumen. Banyak perusahaan yang kurang gencar melakukan promosi sehingga mengakibatkan penjualan perusahaan kurang berhasil. Penyebabnya merupakan strategi promosi yang kurang tepat. Apabila strategi promosi tidak tepat, maka ada kemungkinan masyarakat tidak mengetahui tentang keberadaan produk. Sebagai contoh yang terjadi pada industri batik di Bali yang mengalami penurunan ekspor mencapai 15% pada tahun 2012 periode Januari - Februari dibandingkan tahun 2011 pada periode yang sama.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi penjualan adalah tenaga kerja. Perusahaan industri yang menghasilkan dan menjual produk dalam skala besar tentunya mempunyai tenaga ahli yang mahir dalam bidangnya. Mulai dari pimpinan perusahaan yang bertanggung jawab atas seluruh perusahaan hingga karyawan yang hanya bertanggung jawab pada bidang tertentu saja. Akan tetapi jika tenaga kerja kurang profesional dalam menjalankan tugasnya, maka akan menjadi penghambat dalam proses penjualan. Hal itu akan berakibat pada penurunan penjualan. Ini seperti yang dirasakan oleh PT Toyota Astra Motor

---

<sup>5</sup>*SPBU Petronas Tak Laku Karena Lokasinya Kurang Strategis*,  
<http://finance.detik.com/read/2011/09/10/162416/1719549/1034/spbu-petronas-tak-laku-karena-lokasi-kurang-strategis>, ( 10 september 2010)

yang mengalami penurunan penjualan sebesar 0,7 % dibandingkan penjualan sebelumnya<sup>6</sup>.

Faktor lain yang juga berpengaruh terhadap penjualan adalah distribusi. Distribusi merupakan suatu hal yang paling penting dalam suatu kegiatan pemasaran karena apabila produk yang dihasilkan mempunyai kualitas baik, harga yang cukup bersaing, lokasi cukup strategis, kegiatan promosi mendukung tetapi distribusinya macet, maka produk tersebut tidak akan sampai ke tangan konsumen. Hal tersebut tentu akan berdampak buruk bagi perusahaan, karena perusahaan sudah pasti akan menderita kerugian akibat penjualan yang tersendat.

Masalah yang dihadapi perusahaan adalah ingin mendapatkan keuntungan yang maksimal dengan biaya yang seminimum mungkin. Akibatnya, biaya yang seharusnya dikeluarkan untuk kegiatan distribusi dikurangi. Misalnya untuk menyalurkan suatu produk yang seharusnya memerlukan transportasi udara supaya lebih cepat ke tangan konsumen harus diganti dengan jalur darat yang membutuhkan waktu lebih lama. Hal ini berdampak pada ketidakpuasan konsumen mengenai cara pendistribusian produk perusahaan.

Masalah lain yang terjadi adalah keterbatasan dana untuk membiayai kegiatan distribusi, bahan bakar yang digunakan mengalami kenaikan harga, lokasi pabrik yang jauh dari konsumen, dan lain-lain. Permasalahan tersebut dapat

---

<sup>6</sup> *Pekerja AOP Demo, Penjualan Toyota Terganggu*, <http://www.poskotanews.com/2012/04/09/pekerja-aop-demo-penjualan-toyota-terganggu/>, 9 April 2012

mengakibatkan biaya distribusi mengalami perubahan dan mempengaruhi harga jual. Apabila harga jual mengalami kenaikan ditambah dengan produk terlambat sampai konsumen, maka akan berpengaruh terhadap tingkat penjualan. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Yandra Handiansyah, CEO PT.Voda Tirta Nirwana,

”Bahwa kondisi infrastruktur memang sangat berpengaruh dalam usaha air mineral dalam kemasan. Hal ini karena perusahaannya sangat mengandalkan sistem distribusi. PT .Voda Tirta Nirwana harus mengeluarkan biaya distribusi hingga 30% dari harga pokok penjualan. Biaya sebesar 30% ini sangat besar. Bila dibandingkan dengan China, biaya distribusi ini berada di bawah 5%. Tingginya biaya distribusi menyebabkan harga jual menjadi tinggi. Sehingga akhirnya produk kita kalah bersaing dengan produk-produk asal China yang memiliki biaya rendah, akhirnya penjualan menurun”<sup>7</sup>.

Fakta lain disampaikan oleh Ketua Umum Asosiasi Pengusaha Bakery Indonesia (Apebi), Chris Hardijaya, yang mengatakan bahwa penjualan pada tahun 2009 tumbuh hingga 15 persen dibandingkan tahun 2010. Pertumbuhan penjualan yang menurun disebabkan oleh kenaikan tarif dasar listrik (TDL) dan harga bahan minyak (BBM). Menurutnya,

“Kenaikan BBM akan menyebabkan biaya distribusi menjadi tinggi, terutama untuk produsen-produsen kecil. Dengan demikian kenaikan TDL dan BBM juga berpotensi menurunkan daya beli masyarakat serta meningkatkan harga bahan baku yang dibutuhkan untuk memproduksi roti”<sup>8</sup>.

---

<sup>7</sup> Soni Elwina. *Bincang Bisnis :Infrastruktur baik tekan harga jual*, <http://lampungpost.com/ekonomi-bisnis/20732-bincang-bisnis-infrastruktur-baik-tekan-harga-jual.html>, 5 Januari 2012.

<sup>8</sup> Sandra Karina, *Omzet Industri Roti Diprediksi Capai Rp5,6 T*, [www.okezone.com](http://www.okezone.com), diakses 28 maret 2012.

Penilaian mengenai biaya distribusi juga dilakukan oleh US-ASEAN Business Council (1995) yang membandingkan biaya distribusi barang khusus menyimpulkan bahwa konsumen Indonesia secara signifikan harus membayar lebih daripada konsumen negara-negara tetangganya termasuk Filipina, India, dan Australia<sup>9</sup>.

Lain halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Marianus Firdaus S.A Raya mengenai Pengaruh Biaya Distribusi terhadap Hasil Penjualan Produk PT Sesimal Suplies Indonesia membuktikan bahwa terdapat hubungan positif antara biaya distribusi terhadap penjualan<sup>10</sup>

## **B. IDENTIFIKASI MASALAH**

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, peneliti dapat mengidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut :

1. Kualitas produk yang rendah
2. Harga jual yang tidak kompetitif
3. Penentuan posisi pasar yang tidak tepat
4. Strategi promosi yang salah
5. Tenaga ahli yang tidak terampil
6. Biaya distribusi yang kurang memadai

---

<sup>9</sup>Anggito Abimanyu, "Biaya Distribusi Komoditas Industri di Indonesia", Kelola No.14/VI/1997

<sup>10</sup> Marianus firdaus S.A Raya, *Pengaruh Biaya Distribusi terhadap Hasil Penjualan Produk PT.Sesimal Suplies Indonesia*,

### **C. PEMBATASAN MASALAH**

Setelah mengetahui cakupan yang luas mengenai permasalahan pada penjualan, maka penelitian dibatasi hanya pada masalah : "Hubungan antara Biaya Distribusi dengan Penjualan pada Perusahaan Manufaktur Periode 2009-2011 yang diterbitkan di Bursa Efek Jakarta".

Biaya distribusi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah biaya transportasi, pengiriman dan pengangkutan.

Penjualan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pendapatan yang timbul dari penjualan produk sebagai salah satu kegiatan perusahaan industri. Dalam penelitian ini, penjualan yang digunakan adalah penjualan bersih.

### **D. PERUMUSAN MASALAH**

Dengan adanya pembatasan masalah tersebut di atas, maka masalah dapat dirumuskan " Apakah Terdapat Hubungan Antara Biaya Distribusi dengan Penjualan?"

### **E. KEGUNAAN PENELITIAN**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

#### 1. Peneliti

Dengan adanya penelitian ini dapat menambah wawasan pengetahuan dan pengalaman tentang pengaplikasian ilmu yang diperoleh selama berada di bangku perkuliahan.

## 2. Universitas Negeri Jakarta

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi atau rujukan untuk menambah dan meningkatkan informasi serta wawasan para mahasiswa yang ingin meneliti dengan masalah yang sama.

## 3. Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dalam usaha untuk meningkatkan kemampuan perusahaan untuk mencapai keberhasilan bisnis di masa mendatang.

## 4. Masyarakat

Hasil penelitian ini sebagai sumbangan pengetahuan dan menambah ranah ilmu pengetahuan.