

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perekonomian Indonesia seakan berada di simpang jalan. Di satu pihak, pemerintah dengan optimisme awal yang menggebu mengharapkan perekonomian Indonesia dapat tumbuh di atas 6%. Akan tetapi kenyataan yang ada menunjukkan bahwa pencapaian target tersebut mungkin masih jauh dari harapan. Dalam dua tahun terakhir, kita menyaksikan dinamika perkembangan ekonomi global yang memberikan tantangan tidak ringan bagi pengelolaan perekonomian Indonesia. Kenaikan harga bahan dasar minyak (BBM) yang diberlakukan pada tahun 2005 lalu dan penerapan kebijakan moneter ketat di sejumlah negara maju, terutama di Amerika Serikat dan Uni Eropa, berpengaruh terhadap semakin melemahnya perekonomian Indonesia. Masih segar dalam ingatan kita, bencana gempa bumi dan tsunami yang melanda Aceh dan Kepulauan Nias, akhir Desember 2004, bencana serupa walau dengan skala lebih kecil juga melanda pantai selatan Pulau Jawa, bencana gempa juga melanda Yogyakarta dan Jawa Tengah, sementara bencana yang lebih kecil juga terjadi di berbagai daerah di Indonesia, belum lagi konflik di Papua, terorisme, ketidakpastian hukum, ketidakpastian di dunia usaha berkaitan dengan berbagai kebijakan pemerintah dan KKN, itu semua yang menyebabkan dampak negatif bagi perekonomian Indonesia. Belum lagi kekhawatiran terhadap kenaikan tarif dasar listrik (TDL) akan memperburuk keadaan perekonomian Indonesia.

Tabel 1.1

Indikator Ekonomi

Indikator	2002	2003	2004	2005	2006
1. Nilai PDB Harga Konstan Tahun 2000 (Rp Triliun)	1,506.1	1,579.6	1,660.6	1,749.6	1,844 (2)
2. Pertumbuhan PDB (%)	4.38	4.88	5.13	5.60	5.4 (2)
3. Inflasi (%)	10.03	5.06	6.40	17.11	1.36 (3)
4. Neraca Transaksi Berjalan (US\$ Billion)	4.7	4.0	2.9	0.37 (1)	-
5. Total Ekspor (US\$ Billion)	57.0	55.6	69.7	85.57	-
6. Ekspor Nonmigas (US\$ Billion)	44.9	43.1	54.10	66.32	-
7. Total Impor (US\$ Billion)	31.2	29.5	46.20	57.55	-
8. Impor Nonmigas (US\$ Billion)	24.8	22.6	34.60	40.16	-
9. Neraca Perdagangan (US\$ Billion)	25.8	26.1	23.50	28.02	-
10. Uang Primer (Rp Triliun)	138.3	136.5	199.7	239.8	232.7 (3)
11. Uang Beredar (Rp Triliun)					
a. Arti Sempit (M1)	191.9	207.6	253.80	281.9	-
b. Arti Luas (M2)	883.9	911.2	1,033.5	1,203.2	-
12. Dana Pihak Ketiga Perbankan (Rp Triliun)	845.0	866.3	965.1	1,134.1	-
13. Kredit Perbankan (Rp Triliun)	365.4	411.7	553.6	689.7	-
14. Suku Bunga (persen per tahun)					
a. SBI 1 Bulan	12.9	8.1	7.40	12.75	12.75 (4)
b. Deposito 1 Bulan	12.8	7.7	6.40	11.98	-
c. Kredit Modal Kerja	18.3	15.8	13.40	15.92	-
d. Kredit Investasi	17.8	16.3	14.10	15.43	-
15. Rupiah/US\$ (Kurs Tengah Bank Indonesia)	8,940	8,330	9,355	9,830	9,230 (5)
16. Persetujuan Investasi					
- Domestik (Rp Triliun)	25.3	16.0	36.80	50.58	-
- Asing (US\$ Billion)	9.7	6.2	10.30	13.58	-
17. IHSG BEJ	424.9	742.5	1,000.2	1,162.6	247.4 (5)
18. Nilai Kapitalisasi Pasar BEJ (Rp Triliun)	268.4	411.7	679.9	758.4	-

Sumber: BPS, BI, dan BEJ

1) Januari - September 2005

2) Proyeksi

3) Januari 2006

4) Posisi 8 Februari 2006

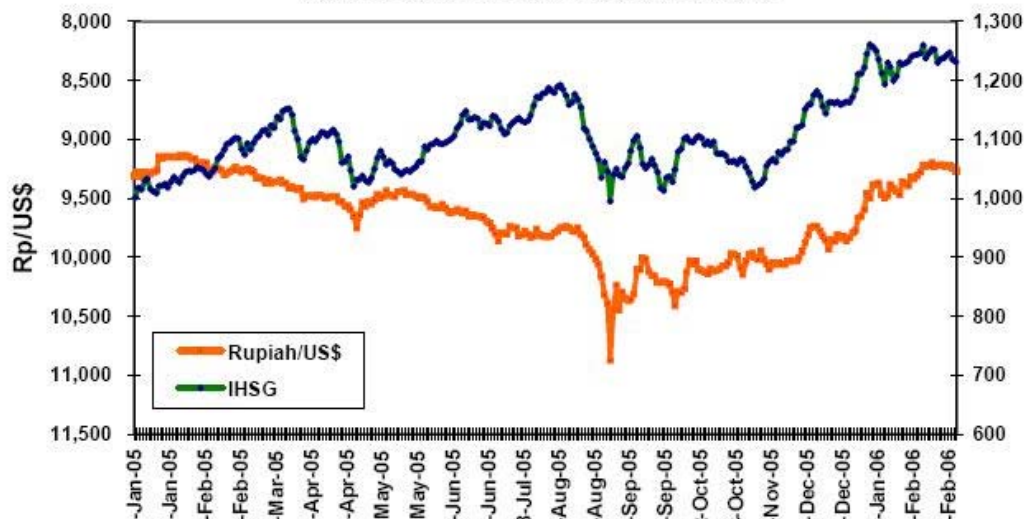
5) Posisi 20 Februari 2006

Program stabilisasi nilai tukar yang menjadi prioritas utama pemerintah saat ini dapat dikatakan dapat terjaga dengan baik sejalan dengan masuknya modal asing yang dikenal sebagai “hot money” ke dalam sistem finansial nasional. Adanya sentimen positif pasar Indonesia, yang menawarkan imbal hasil yang lebih baik dibandingkan negara-negara lain, menjadikan indeks harga saham di pasar modal terus meningkat secara berarti. Pada 7 Februari 2006, indeks harga saham gabungan (IHSG) di Bursa Efek Jakarta kembali mencatat rekor baru di level 1.259,4. Sementara itu, kurs nilai tukar rupiah, yang pada akhir Desember 2005 mencapai level Rp 9.830 per dollar AS, terus mengalami apresiasi sampai pertengahan bulan Februari 2006. Pada 16 Februari 2006 kurs tengah rupiah tercatat pada level Rp 9.220 per dollar AS, yang merupakan penguatan sebesar Rp 610 per dollar AS atau sekitar 6,2 persen terhadap posisi akhir tahun 2005. Berkurangnya subsidi minyak secara signifikan menjadikan faktor eksternal tidak lagi menjadi ancaman serius bagi stabilitas nilai tukar rupiah. Sehingga harga minyak dunia yang sempat kembali melonjak pada pertengahan Januari lalu tidak lagi terlalu mempengaruhi rupiah. Sementara itu kenaikan suku bunga The Fed untuk yang ke 14 kalinya menjadi 4,5 persen juga tidak berpengaruh, karena suku bunga SBI satu bulan sebesar 12,74 persen per tahun tetap mampu memberikan imbal hasil yang sebanding antara instrumen rupiah dengan dollar AS. Hal ini dimungkinkan karena masih lebarnya spread suku bunga di antara keduanya yaitu mencapai 8,25 persen, yang merupakan spread terlebar selama ini, sehingga tidak ada kekhawatiran terjadinya capital outflow. Kondisi ini merupakan indikasi bahwa BI masih menerapkan kebijakan moneter yang cenderung ketat. Laju

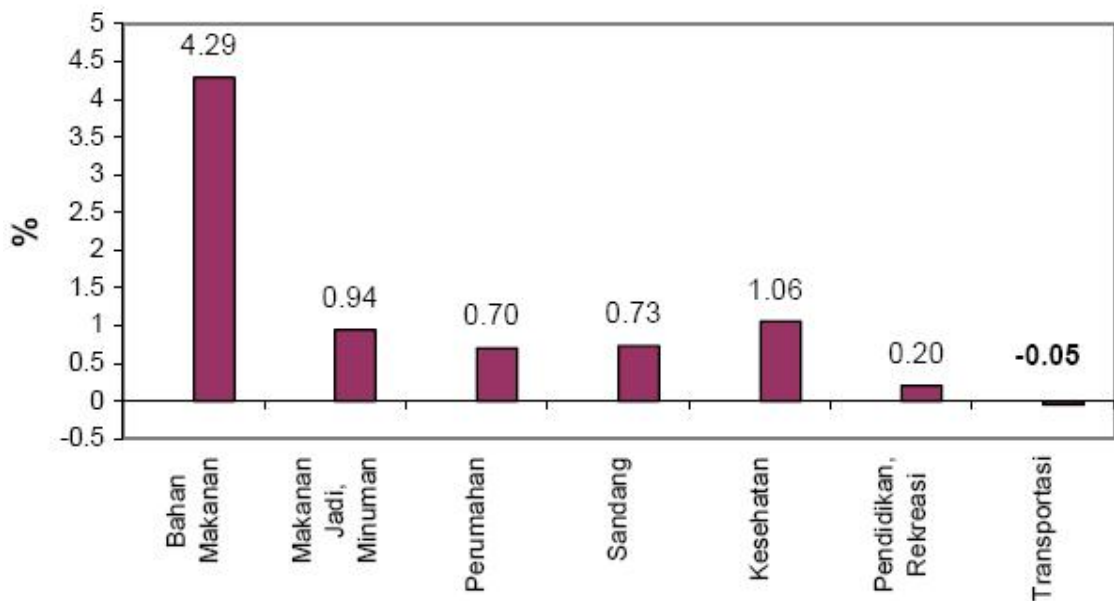
inflasi di Indonesia meski lebih rendah dibandingkan laju inflasi Januari 2005, angka inflasi bulan Januari 2006 relatif tinggi setelah mencatat deflasi pada bulan Desember 2005. Pada Januari 2005 angka inflasi mencapai 1,36 persen, yang terutama dipicu oleh tingginya kenaikan harga pada kelompok bahan makanan. Inflasi pada kelompok bahan makanan yang mencapai 4,29 persen pada Januari 2006 lalu merupakan inflasi kelompok bahan makanan tertinggi sejak tahun 1999. Dicapainya kenaikan ekspor sekitar 19,53 persen menggambarkan kondisi perdagangan luar negeri yang cukup baik pada tahun 2005. Nilai ekspor yang mencapai US\$ 85,56 milyar untuk seluruh tahun 2005 merupakan nilai ekspor barang tertinggi dalam sejarah perekonomian nasional. Angka ekspor ini mencatatkan surplus perdagangan sebesar US\$ 28 milyar untuk seluruh tahun 2005, karena nilai impor mencapai US\$ 57,55 milyar. Namun, kenaikan nilai ekspor ini tidak mutlak menggambarkan lebih baiknya kinerja ekspor selama tahun 2005, karena kenaikan itu lebih ditunjang oleh kenaikan harga komoditas sektor pertambangan di pasar internasional. Kenaikan ekspor hasil sektor industri, yang hanya tercatat sekitar 13% dibandingkan sektor pertambangan yang naik sekitar 68%, menunjukkan tidak lebih baiknya daya saing sektor industri manufaktur selama tahun 2005. Sementara itu nilai impor yang mencapai US\$ 57,55 milyar pada tahun 2005 mencatat kenaikan sebesar 23,7 persen dari nilai impor tahun 2004. Kenaikan ini terutama didukung oleh kenaikan impor migas yang naik sampai sebesar 48,2 persen, sementara impor non migas hanya naik sebesar 15,4 persen. Tingginya nilai impor migas yang terkait dengan tingginya harga minyak internasional menunjukkan sangat tergantungnya Indonesia pada minyak impor, yang selama tahun 2005 mencapai rata-rata US\$ 53,4 per barel.

Meskipun demikian, dilihat dari golongan penggunaan barang, kenaikan impor yang tinggi pada barang modal (26,6 persen) dan bahan baku / penolong (23,2 persen) menunjukkan cukup tingginya kegiatan produksi di sektor riil (Kadin-Indonesia:2006)

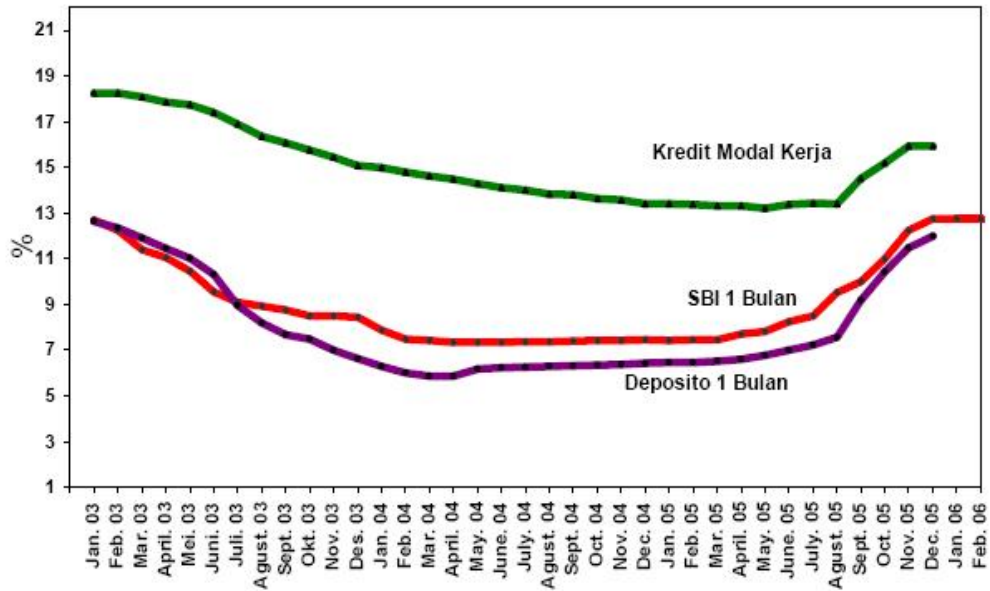
Grafik 1
Kurs Tengah Rupiah & Indeks Harga Saham Gabungan
Januari 2005 - 22 Februari 2006



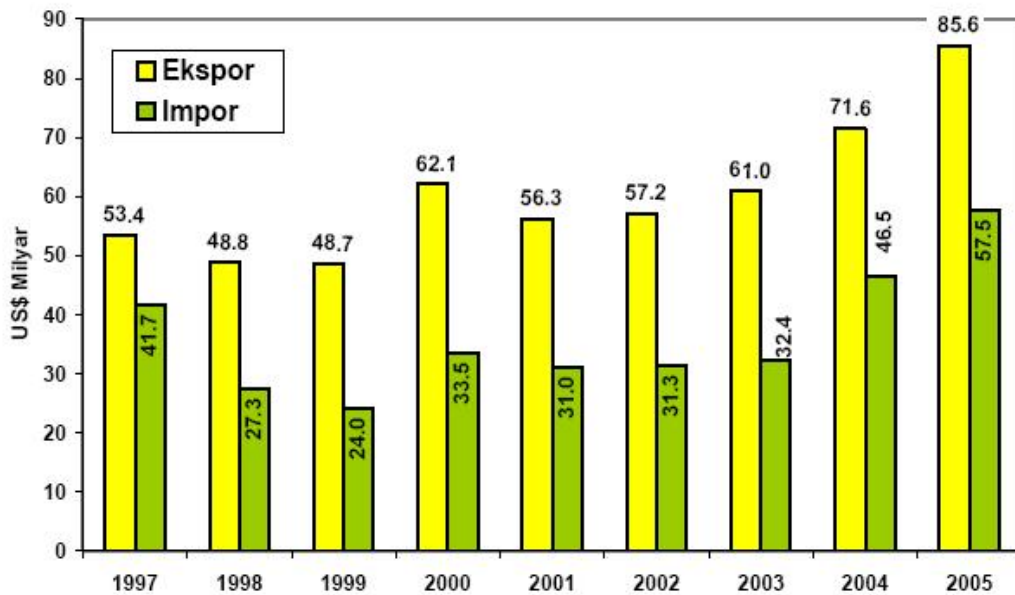
Grafik 2
Laju Inflasi Januari 2006 Menurut Kelompok Pengeluaran



Grafik 3
Suku Bunga SBI, Deposito dan Kredit Modal Kerja
Januari 2003 - Februari 2006 (%)



Grafik 4
Perkembangan Nilai Ekspor dan Nilai Impor Indonesia
(US\$ Milyar)



Sumber : Kadin-Indonesia, 2006.

Hasil perkebunan dan tanaman pangan Jawa Barat memainkan peranan penting dalam ekonomi regional, khususnya potensi komoditi ini dalam memacu devisa melalui kegiatan ekspor, dan menyediakan bahan mentah untuk pengembangan industri hulu pertanian. Masyarakat bisnis di Jawa barat di dorong untuk mengembangkan industri hulu pertanian dalam rangka memperkuat basis industri regional, menciptakan lapangan kerja dan menyediakan peluang yang lebih besar untuk meningkatkan ekspor produk konsumsi langsung. Tanaman pangan merupakan salah satu komoditi utama Jawa Barat dari sektor pertanian. Setiap tahunnya produksi beras menunjukkan peningkatan disertai dengan diversifikasi produk yang dihasilkan. Hasil pertanian pangan adalah: beras, jagung, kacang kedelai, kacang tanah, singkong, dan produk hortikultura seperti bawang, kentang, mangga, nanas, salak dan pisang. Propinsi Jawa Barat masih merupakan salah satu wilayah pertanian terbesar di Indonesia. Sebagai lumbung padi nasional, sekitar 23% dari luas propinsi 29,3 ribu kilometer persegi dialokasikan sebagai wilayah pertanian penghasil padi. Sekitar 32 persen wilayah propinsi ini dialokasikan sebagai perkebunan inti rakyat dan kawasan perkebunan skala besar, sementara wilayah hutan mencakup 22 persen. Hasil utama perkebunan Propinsi Jawa Barat adalah karet, kelapa, kopi, teh, coklat, cengkeh, tembakau, dan tebu. Hasil-hasil penting di Bidang Perkebunan :

- Luas Wilayah : 537,786 Ha.
- Jumlah Komoditi : 37 macam tanaman (sembilan komoditi diantaranya adalah : teh, kelapa, cengkeh, kopi, coklat, tebu, tembakau, karet dan vertiver).

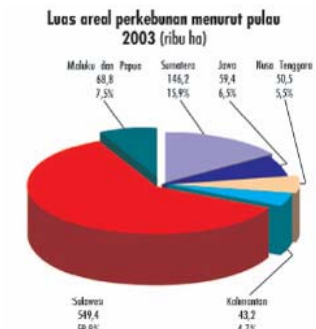
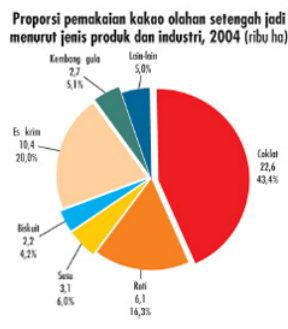
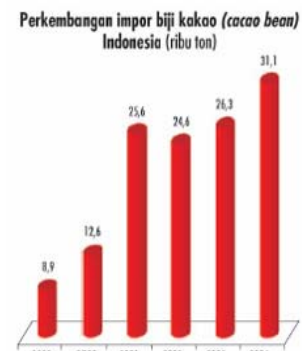
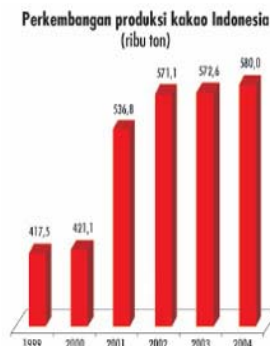
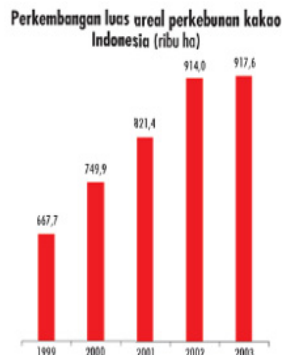
- Perkebunan : Melalui penanaman baru, penanaman ulang, rehabilitasi perkebunan (teh, daun tembakau, kopi, karet, kelapa, tebu, cokelat dan tembakau).
- Luar Perkebunan : Melalui peningkatan pasca panen, unit pengolahan bahan baku, unit proses akhir, sistem distribusi dan pemasaran.

Sumber : BPPMD Jabar, 2005

Menteri Sekretaris Negara Yusril Ihza Mahendra melayangkan surat bernomor B.168/M.Sesneg/03/2005 kepada Menteri Keuangan Yusuf Anwar. Isinya, meminta koleganya segera mengatur kebijakan penghapusan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan penerapan Pajak Ekspor (PE) atas kakao, serta realisasinya segera dilaporkan ke Presiden. Surat itu tampaknya kian mengukuhkan niat pemerintah untuk mengenakan PE atas sejumlah komoditas, termasuk kakao. Indonesia saat ini tercatat sebagai produsen kakao terbesar ketiga di dunia, setelah Pantai Gading dan Ghana. Produksi kakao Indonesia, terbesar dari Sulawesi Selatan, mencapai 425.000 ton per tahun. Dari volume itu, 80% diekspor dan hanya 20% yang diserap oleh pasar dalam negeri. Rendahnya pasokan itu menyebabkan utilisasi industri pengolahan biji kakao nasional hanya mencapai 33% nya, yakni 100.000 ton dari kapasitas terpasang 300.000 ton per tahun. Mengapa utilisasi ini bisa begitu rendah? Bandingkan dengan Malaysia yang produksi biji kakaonya cuma 60.000 per tahun, industri pengolahannya mampu memproduksi dengan kapasitas 450.000 ton per tahun. Jika dirunut, salah satu penyebabnya adalah kebijakan pemerintah yang mengemir kemajuan industri pengolahan kakao. Kebijakan fiskal, misalnya, justru

menyebabkan melimpahnya kakao lebih banyak dimanfaatkan oleh pedagang asing dan digunakan untuk memperkuat industri cokelat mereka. Kini praktis industri cokelat nasional harus mengimpor kakao olahan dari negara lain untuk bahan baku pembuatan produknya. Ekspor biji kakao praktis mengalir deras karena tiadanya PE. Para pedagang membeli biji kakao langsung dari petani, dan mereka langsung mengekspornya tanpa ada hambatan sama sekali. Kalau biji kakao itu dijual ke pihak luar, tak ada PPN sama sekali. Sementara itu, kalau dijual ke produsen cokelat dalam negeri malah dikenai PPN 10%. Jika melihat luas lahannya, industri pengolahan kakao Indonesia sebetulnya berpotensi besar untuk mengalahkan Malaysia. Pada tahun 1999 luas perkebunan kakao baru 667.715 hektar, tetapi pada tahun 2003 sudah 917.634 hektar. Pesatnya perkembangan luas kebun ini karena gencarnya upaya penanaman kakao, baik berupa rehabilitasi kebun tua maupun perluasan. Selain itu, menurut Asosiasi Kakao Indonesia (Askindo), pesatnya penambahan luas kebun juga karena berbagai fasilitas dari pemerintah, sehingga memikat swasta asing maupun nasional untuk terjun ke bisnis perkebunan kakao. Dari seluruh luas kebun kakao nasional pada tahun 2003, Sulawesi masih yang terluas dengan 549.421 hektar (59,9%), disusul dengan Sumatera (15,9%), Maluku dan Papua (7,5%), Jawa (6,5%), Nusa Tenggara (5,5%), dan Kalimantan (4,7%). Lalu, dari sisi produksi biji kakao juga terus terjadi peningkatan. Pada tahun 1999 produksi kakao Indonesia baru 354.475 ton, pada tahun 2003 sudah 572.640 ton. Untuk tahun 2004, menurut data Askindo, produksinya bahkan telah mencapai 580.000 ton. Meski volume produksi terus meningkat, ekspor biji kakao Indonesia ternyata berfluktuasi dan cenderung menurun. Jika pada tahun 1999 volume eksportnya

mencapai 335.300 ton dan sempat 367.700 ton pada tahun 2002, untuk tahun 2004 tinggal 277.000 ton. Menurut ketua Askindo, Piter Jasman, kalangan produsen dan pengusaha sengaja mengurangi ekspor karena harga kakao Indonesia di pasar dunia terus menurun. Di sisi lain, volume impor kakao juga terus meningkat. Jika pada tahun 1999 impor kakao baru 8.900 ton, pada tahun 2004 sudah 31.100 ton. Impor kakao ini berasal dari Pantai Gading, Papua Nugini, Ghana, dan AS. Produksi kakao dalam negeri umumnya dikonsumsi oleh industri pengolahan, yang akan menghasilkan cacao butter, powder, dan pasta. Pemakai kakao setengah jadi kebanyakan adalah industri coklat (43,4%), es krim (20%), dan roti (16,3%). Sisanya diserap oleh industri susu, kembang gula, biskuit, dan industri lainnya.



Sumber : Warta Ekonomi, 2006.

PT. Gajahmada Buana Perkasa merupakan perusahaan industri cokelat yang berada di Bandung. PT. Gajahmada Buana Perkasa mengolah cokelat menjadi cokelat butiran (chocolate rice) atau meses sebagai produksi utamanya untuk pasar domestik, perusahaan selalu berusaha untuk dapat bertahan dalam persaingan dunia perindustrian secara kontinyu dengan meningkatkan kualitas dan inovasi produknya serta harga jualnya yang kompetitif (Manajemen PT. Gajahmada Buana Perkasa, 2006). Secara lengkap data rencana dan realisasi penjualan cokelat butiran atau meses GBP Merah PT. Gajahmada Buana Perkasa dari bulan Januari sampai dengan bulan Mei tahun 2005 dapat dilihat sebagai berikut :

Table 1.2
Data Rencana dan Realisasi Penjualan Cokelat GBP Merah
PT. Gajahmada Buana Perkasa (Bulan Januari - Mei 2005)
(dalam kilogram)

2005	Rencana	Realisasi
Januari	2500	2448
Februari	2700	2660
Maret	3500	3.446
April	3500	3040
Mei	3000	2825

Sumber : PT. Gajahmada Buana Perkasa, 2006.

Pada data rencana dan realisasi penjualan cokelat butiran atau meses GBP Merah PT. Gajahmada Buana Perkasa di atas terlihat bahwa terjadi kenaikan volume penjualan pada bulan Januari sampai Maret, kemudian terjadi penurunan volume penjualan pada bulan April sebesar 406 kilogram, kemudian terjadi

kembali penurunan pada bulan Mei sebesar 220 kilogram, total penurunan volume penjualan dari bulan April dan Mei sebesar 626 kilogram. Berdasarkan realisasi data penjualan di atas, ternyata tidak pernah mencapai target, hal ini kemungkinan besar disebabkan oleh tidak tepatnya bauran pemasaran yang digunakan.

Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran (Kotler 2005:17).

Terdapat 4 unsur penting dalam bauran pemasaran (marketing mix) yaitu :

- Produk adalah apa saja yang dapat ditawarkan oleh perusahaan pada pasar yang dapat memuaskan dan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Kotler 2003:395).

Produk yang ditawarkan oleh PT. Gajahmada Buana Perkasa adalah produk yang berasal dari kakao yang diolah menjadi cokelat butiran (chocolate rice) atau meses.

- Harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) untuk memperoleh kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya (Kotler 2003:345).

Harga yang diberikan oleh PT. Gajahmada Buana Perkasa berdasarkan dengan kualitas produknya dan harga bahan baku dasarnya.

- Distribusi / tempat adalah berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan dapat diperoleh dan tersedia bagi pelanggan sasaran (Kotler 2003:400).

PT. Gajahmada Buana Perkasa berada di Kawasan Industri Mekar Raya Kav. 39 Gedebage Bandung. PT. Gajahmada Buana Perkasa memiliki beberapa distributor di beberapa daerah di luar Jawa Barat..

- Promosi adalah kegiatan yang dilakukan untuk mengkomunikasikan produknya ke pasar sasaran (Kotler 2003:397).

Promosi yang dilakukan PT. Gajahmada Buana Perkasa adalah promosi melalui distributor atau agen untuk menyampaikan ke pasar sasaran.

Dari keempat program bauran pemasaran tersebut, disinyalir program bauran harga merupakan faktor dominan yang mempengaruhi volume penjualan di PT. Gajahmada Buana Perkasa, karena harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur-unsur lainnya menghasilkan biaya. Harga adalah unsur bauran pemasaran yang paling mudah disesuaikan, ciri-ciri produk, saluran, bahkan promosi membutuhkan lebih banyak waktu. Harga juga mengkomunikasikan posisi nilai yang dimaksudkan perusahaan tersebut kepada pasar tentang produk dan mereknya (Kotler Jilid 2, 2005:139).

Walaupun terjadi peningkatan peran faktor-faktor non-harga dalam pemasaran modern, harga tetap merupakan salah satu unsur terpenting dalam menentukan pangsa pasar dan profitabilitas. Banyak perusahaan tidak menangani penetapan harga dengan baik. Kesalahan-kesalahan penetapan harga yang dilakukan oleh banyak perusahaan yaitu terlalu berorientasi biaya, harga tidak sering direvisi untuk memanfaatkan perubahan pasar, harga ditetapkan tanpa mempertimbangkan seluruh unsur bauran pemasaran lainnya dan bukannya sebagai unsur yang melekat dalam strategi pemosisian pasar, dan harga kurang

cukup bervariasi untuk jenis produk, segmen pasar, saluran distribusi, dan saat pembelian yang berbeda (Kotler Jilid 2, 2005:140).

Kebijakan dalam menetapkan harga perlu diperhatikan dari berbagai faktor antara lain adalah seluruh unsur bauran pemasaran, biaya produksi, kualitas produk, harga bahan baku, pesaing produk sejenis, segmen pasar, saluran distribusi, dan lain-lain. Karena dalam menetapkan kebijakan penetapan harga dipengaruhi oleh berbagai faktor maka suatu perusahaan perlu menganalisis setiap hal yang berkaitan dengan harga, hal tersebut berguna bagi perusahaan dalam menetapkan suatu harga agar sesuai dengan pasar sasaran yang dituju. Karena harga produk yang ditetapkan di PT. Gajahmada Buana Perkasa akan sangat berpengaruh maka perlu diteliti **“PENGARUH PELAKSANAAN PENETAPAN HARGA PRODUK COKELAT BUTIRAN GBP MERAH TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PT. GAJAHMADA BUANA PERKASA”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah dalam penelitian, yaitu :

1. Bagaimana penetapan harga yang dilakukan oleh PT. Gajahmada Buana Perkasa?
2. Bagaimana volume penjualan produk cokelat butiran GBP Merah di PT. Gajahmada Buana Perkasa?

3. Seberapa besar pengaruh pelaksanaan penetapan harga terhadap volume penjualan produk cokelat butiran GBP Merah di PT. Gajahmada Buana Perkasa?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitiannya antara lain:

1. Untuk mengetahui pelaksanaan penetapan harga yang dilakukan oleh PT. Gajahmada Buana Perkasa.
2. Untuk mengetahui volume penjualan produk cokelat butiran GBP Merah di PT. Gajahmada Buana Perkasa.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pelaksanaan penetapan harga terhadap volume penjualan produk cokelat butiran GBP Merah di PT. Gajahmada Buana Perkasa.

1.4. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk :

1. Kegunaan secara teoritis :

Dapat dijadikan bahan informasi tambahan dalam pengembangan disiplin ilmu ekonomi, khususnya manajemen pemasaran terutama tentang pelaksanaan penetapan harga dan volume penjualan.

2. Kegunaan praktis :

Hasil yang diperoleh dapat digunakan sebagai masukan bagi perusahaan untuk mengetahui sampai sejauh mana pelaksanaan penetapan harga yang dilaksanakan dapat memberikan kontribusi yang berguna untuk

meningkatkan penjualan dan pengembangan perusahaan di masa yang akan datang.