

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah Penelitian

Berkembangnya dunia global sekarang ini menyebabkan ruang lingkup perekonomian di Indonesia maupun di dunia mengalami perubahan yang sangat cepat, tidak menentu dan banyaknya gangguan baik dari sisi teknologi, regulasi, pasar maupun persaingan antarperusahaan tampak ketat dan semakin terbuka lebar untuk dapat bertahan dalam kancah perekonomian di Indonesia.

Perkembangan dunia usaha dewasa ini ditandai dengan makin tajamnya persaingan, khususnya dalam pengelolaan unit usaha perusahaan. Hal ini ditandai dengan munculnya perusahaan yang menawarkan jenis produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing dalam pemasaran.

Industri kaca merupakan salah satu industri di Indonesia yang cukup disegani karena memiliki pemain global yang mampu bersaing di pasar ekspor. Meskipun tidak terlalu ekspansif, dalam kurun waktu 2 tahun terakhir, industri masih terus berkembang. Kapasitas dan produksinya meningkat, bahkan ketika terjadi krisis finansial yang mempengaruhi permintaan pasar kaca dunia. Efisiensi dari integrasi ke hulu pada beberapa pemain dan tingkat teknologi yang masih unggul membuat ekspor tetap bisa dipertahankan. Sementara itu, kuatnya pasar dalam negeri yang permintaannya didorong sektor properti dan otomotif menjadi alasan mengapa industri ini mampu bertahan dan masih berkembang.

Namun, industri ini bukan tidak menghadapi masalah. Kenaikan tarif dasar listrik, pasokan gas yang belum terjamin dalam jangka panjang, gempuran produk impor, serta proteksi di pasar ekspor adalah sederetan masalah yang dihadapi industri ini. Kebijakan penerapan SNI untuk produk kaca lembaran yang mulai diberlakukan tahun ini cukup menolong pasar domestik dari gempuran produk non standar yang berpotensi merusak pasar.

Industri kaca nasional mulai dibangun sejak awal tahun 1970 yang merupakan industri hulu kaca yang memproduksi bahan baku kaca. Industri hulu dikembangkan hingga awal tahun akhir tahun 1980. Jumlah perusahaan terus bertambah, namun sebagian besar merupakan pemain industri hilir yang mengolah kaca lembaran setengah jadi menjadi produk akhir.

Produk industri kaca meliputi kaca lembaran, kaca pengaman, kaca cermin, *fiber glass*, dan kaca lainnya. Kaca lembaran merupakan produk setengah jadi yang diolah menjadi berbagai produk yakni kaca bening (*clear float glass*), kaca berwarna (*tinted float glass*), *online reflective glass*, *patterned glass*, dan cermin (*mirror*).

Kaca lembaran merupakan produk unggulan yang kapasitasnya paling besar dibandingkan produk kaca lainnya. Produk ini sebagian besar digunakan untuk jendela bangunan dan penggunaan lainnya di sektor properti. Bersama dengan kaca pengaman yang banyak digunakan sebagai kaca otomotif, kedua produk ini memiliki pasar yang cukup bagus saat ini baik ekspor maupun domestik.

Penguasaan teknologi produksi kaca oleh industri kaca di Indonesia tergolong tinggi terutama untuk produk kaca otomotif. Negara kompetitor seperti China belum memiliki tingkat teknologi sebaik Indonesia. Pengembangan kapasitas masih memungkinkan mengikuti perkembangan permintaan kaca baik domestik maupun ekspor. Indonesia memiliki cadangan bahan baku cukup besar. Sekitar 80 persen bahan baku kaca adalah dari pasir khusus yang banyak terdapat di Indonesia, sedangkan sisanya adalah bahan campuran yaitu abu soda (*soda ash*) masih diimpor dari Jepang.

Industri kaca di Indonesia masih di dominasi oleh beberapa pemain besar yang selama ini menguasai pangsa pasar kaca, baik kaca lembaran, kaca pengaman dan lain-lain. Terdapat tiga produsen kaca Indonesia terbesar di Indonesia untuk tingkat hulu atau yang memproduksi bahan awal pembuatan kaca yaitu PT Asahimas Glass Tbk, PT Mulia Glass, dan PT Tossa Shakti. Sementara itu, produsen tingkat hilir atau pembuatan kaca jumlahnya sekitar 30 pemain.

Industri kaca di Indonesia adalah salah satu industri yang mampu terus berkembang bahkan di saat krisis. Hal ini terlihat dari tingkat produksi yang terus tumbuh dalam dua tahun terakhir yakni saat perekonomian dunia sedang lesu dan sektor properti juga terkena dampaknya.

Produksi kaca pada tahun 2007 sebesar 1,84 juta ton. Produksi ini meningkat 2,6 % dari tahun 2006. Dua tahun berikutnya produksi masih terus meningkat. Pada tahun 2008 produksi melonjak mencapai 2,07 juta

ton atau terjadi pertumbuhan cukup tinggi yakni 12,8 %. Peningkatan kembali terjadi pada tahun 2009 meskipun lebih kecil yakni 2 % menjadi 2,12 juta ton¹. Pada tahun 2011 produksi kaca turun yakni 1,25 juta ton atau 8,75 %. Hingga pada akhir tahun 2013 pertumbuhan produksi kaca masih berkisar 1,2 juta ton, pada tahun 2012 pertumbuhan produksi kaca 1,125 juta ton, meskipun kinerja ekspor mengalami penurunan sebesar 5,5 – 6,5 % tetapi dikarenakan permintaan di dalam negeri masih terjaga maka pertumbuhan industri kaca masih diatas rata-rata pertumbuhan ekonomi². Perkembangan produksi kaca seiring dengan pertumbuhan industri otomotif dan properti.

Untuk mengatasi ketatnya persaingan dalam pemasaran barang produksinya maka PT Mulia Glass Float harus melakukan perubahan strategi pemasaran. Pimpinan pemasaran berusaha melakukan perubahan dalam memasarkan hasil produksi kaca lembaran. Hal tersebut penting dan harus segera dilakukan perubahan apabila masih ingin dapat berkompetisi dalam persaingan industri kaca.

Masalah yang berkaitan dengan harga jual dan potongan harga PT. Mulia Glass Float diantaranya sebagai berikut :

- a. Persaingan antarperusahaan (*competitor*) menyebabkan harga jual yang berlaku di pasaran sangat ketat.
- b. Masing-masing perusahaan berusaha memberikan potongan atau diskon kepada para distributornya agar memesan kaca lebih banyak.

¹ Indonesian Commercul Newsletter, www.datacon.co.id September 2010

² Business News, www.businessnews.co.id 28 Januari 2014

- c. Distributor (rekanan) tidak mempunyai lokasi penyimpanan kaca yang memadai akibat pengiriman yang secara berkala.

Masalah yang berkaitan dengan volume penjualan PT. Mulia Glass Float diantaranya adalah sebagai berikut :

- a. Stok hasil produksi kaca berlebih sehingga harus segera dikirimkan ke distributor.
- b. Kondisi perekonomian di Indonesia sedang berkembang pesat dari tahun ke tahun.

Dengan memperhatikan masalah-masalah yang penulis ungkapkan tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan suatu penelitian dalam bidang manajemen pemasaran dengan judul **"Pengaruh Harga Jual dan Potongan Harga Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Kaca PT. Mulia Glass Float"**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, dan setelah melakukan observasi pada perusahaan PT Mulia Glass Float dapat diketahui yaitu :

- a. Bagaimana harga jual berpengaruh terhadap volume penjualan kaca di PT. Mulia Glass Float?
- b. Bagaimana potongan harga berpengaruh terhadap volume penjualan kaca di PT. Mulia Glass Float?
- c. Bagaimana persaingan dengan perusahaan lain berpengaruh terhadap volume penjualan kaca di PT. Mulia Glass Float?

- d. Bagaimana kondisi perekonomian di Indonesia berpengaruh terhadap volume penjualan kaca di PT. Mulia Glass Float?
- e. Bagaimana lokasi penyimpanan kaca milik distributor berpengaruh terhadap volume penjualan kaca di PT. Mulia Glass Float?

1.3 Batasan Masalah

Ruang lingkup masalah ini membahas mengenai pengaruh potongan harga dan kebijakan harga terhadap volume penjualan kaca di PT Mulia Glass Float. Namun dikarenakan penulis memiliki keterbatasan waktu dan sangat luasnya cakupan masalah maka penulis hanya membatasi masalah-masalah pada :

- a. Pengaruh potongan harga terhadap volume penjualan kaca di PT. Mulia Glass Float.
- b. Pengaruh kebijakan harga terhadap volume penjualan kaca di PT. Mulia Glass Float.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah dikemukakan di atas, dan setelah melakukan observasi pada PT. Mulia Glass Float maka penulis dapat merumuskan masalah yang dihadapi adalah :

- a. Apakah terdapat pengaruh harga jual terhadap volume penjualan kaca di PT. Mulia Glass Float.
- b. Apakah terdapat pengaruh potongan harga terhadap volume penjualan kaca di PT Mulia Glass Float.

- c. Seberapa besar pengaruh harga jual dan potongan harga secara bersama-sama terhadap volume penjualan kaca di PT. Mulia Glass Float.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh harga jual terhadap volume penjualan kaca di PT. Mulia Glass Float.
- b. Untuk mengetahui pengaruh potongan harga terhadap volume penjualan kaca di PT. Mulia Glass Float.
- c. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga jual dan potongan harga terhadap volume penjualan kaca di PT. Mulia Glass Float.

1.6 Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman dibidang ekonomi khususnya Manajemen Pemasaran secara umum dan yang berkaitan dengan harga jual dan potongan harga (diskon), serta melalui ilmu dan teori yang diperoleh semasa perkuliahan untuk membandingkannya dengan dunia usaha dan berkesempatan untuk melatih kemampuan analisis dan berfikir sistematis.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan oleh perusahaan atau instansi dalam menerapkan harga jual dan potongan harga (diskon) kepada para distributornya sehingga permasalahan yang selama ini menjadi kendala dapat diketahui, dipahami, diantisipasi dan dipecahkan, kemudian diambil langkah-langkah strategis yang mendukung.

