

PERANAAN HARGA DAN BIAYA DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PT PERMATA NIAGA CABANG PEMATANGSIANTAR

Oleh:
Devi
S1 Manajemen
Darwin Lie, Marisi Butarbutar, Fitria Halim

Abstrak

Adapun rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana peranan harga dan biaya distribusi terhadap volume penjualan pada PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar. Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan. Data yang digunakan adalah data kualitatif dan data kuantitatif, dan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode observasi, metode wawancara dan metode dokumentasi. Kemudian teknik analisis data menggunakan metode deskriptif dan komparatif

Hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut: 1. Penetapan harga jual cenderung naik setiap semester. Biaya distribusi dan volume penjualan setiap semester mengalami peningkatan dan penurunan. 2. Harga yang cenderung naik setiap semester mengakibatkan penjualan menurun pada awal bulan terjadinya perubahan harga dan biaya distribusi yang naik mengakibatkan penjualan meningkat dan biaya distribusi yang turun mengakibatkan penjualan menurun. 3. Hipotesis harga dan biaya distribusi berperan dalam meningkatkan volume penjualan pada PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar diterima.

Kata kunci: Harga, Biaya Distribusi, dan Volume Penjualan.

Abstract

The formulation of this research problem is how the role of price and distributions cost to sales volume at PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar. The method used in this paper is literature research and field research. The data used are qualitative data and quantitative data, and data collection techniques used are observation method, interview method and documentation method. Then the technique of data analysis using descriptive analysis and comparative analysis

The results can be summarized as follows: 1. Determination of Selling price tends to rise every semester. Distribution costs and sales volume each semester increased and decreased. 2. Prices that tend to rise each semester resulted in decreased sales at the beginning of the month of price changes and rising distribution costs resulting in increased sales and decreased distribution costs resulting in declining sales. 3. Price hypothesis and distribution cost plays a role in increasing sales volume at PT Permata Niaga Branch Pematangsiantar accepted.

As for suggestion of this research is: 1. To streamline the pricing strategy the company does not need to always increase the price of the product by increasing the number of costs in each semester but the cost can be increased in each year in amount not too much different than the year before. 2. For the smoothness of distribution activities the company can increase the cost of distribution considering the cost of distribution can increase sales volume. 3. Distribution costs can be increased in tandem with increasing sales volume, for example by expanding the distribution marketing area.

Keywords: Price, Distribution Cost, and Sales Volume.

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar merupakan distributor tunggal di Kota Pematangsiantar dalam penyaluran produk dari PT Ceres seperti coklat merek Silverqueen, Delfi, Chunky, Top, Ceres, Lagie, Wafer Selamat dan Biscuit. PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar selalu berupaya untuk meningkatkan dan mempertahankan tingkat volume penjualan dari produk-produk PT Ceres. Salah satu faktor

yang mempengaruhi volume penjualan PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar adalah harga. Harga produk yang akan dijual tidak boleh terlalu jauh berbeda dengan harga produk pesaing. Dalam mendistribusikan produk PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar melakukan kegiatan distribusi dan dalam kegiatan ini perlu mengeluarkan biaya distribusi.

Adapun data volume penjualan, harga dan biaya distribusi pada PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar dari tahun 2014

sampai tahun 2017 dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1
Data Kenaikan Harga, Biaya Distribusi dan Volume Penjualan Tahun 2014 - 2017 (Periode Januari-Desember)

Periode	Kenaikan Harga per karton	Biaya Distribusi	Volume Penjualan
Semester I 2014	Rp. 12.018	Rp. 132.026.203	Rp. 9.191.007.015
Semester II 2014	Rp. 12.271	Rp. 120.754.480	Rp. 8.397.611.135
Semester I 2015	Rp. 12.650	Rp. 124.211.144	Rp. 8.739.833.532
Semester II 2015	Rp. 13.030	Rp. 117.068.135	Rp. 8.212.537.133
Semester I 2016	Rp. 13.536	Rp. 124.247.023	Rp. 8.529.752.038
Semester II 2016	Rp. 13.915	Rp. 105.380.486	Rp. 6.776.934.731
Semester I 2017	Rp. 14.674	Rp. 164.499.709	Rp. 10.829.763.565

Sumber: PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar (2017).

Dari tabel 1 di atas dapat dilihat bahwa volume penjualan tertinggi pada PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar terjadi pada semester I tahun 2017 sebesar Rp. 10.829.763.565, hal ini dikarenakan adanya program-program untuk hari perayaan seperti pada tahun baru, tahun baru imlek dan hari *valentine*, hal ini terjadi karena banyaknya permintaan konsumen terhadap produk coklat seperti coklat Silverqueen *all variant* untuk hari *Valentine* dan untuk coklat seperti coklat Ceres dan Flamboyan yang banyak digunakan sebagai bahan untuk membuat kue pada tahun baru dan tahun baru imlek. Volume penjualan terendah terjadi pada semester II tahun 2016 sebesar Rp. 6.776.934.731, hal ini dikarenakan ketersediaan produk-produk di gudang kurang lengkap dan para *salesman* yang kurang memperhatikan permintaan pelanggan karena jarang mengunjungi tempat dagangan para pelanggan.

Harga yang ditetapkan oleh PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar masih terjangkau dan tidak terlalu jauh berbeda dengan harga produk pesaing. Harga jual produk cenderung mengalami kenaikan setiap semester. Dengan terjadinya kenaikan harga jual produk setiap semester mengakibatkan permintaan pelanggan terhadap produk berkurang pada setiap awal bulan perubahan harga jual produk. Metode penetapan harga yang digunakan oleh PT Permata Niaga adalah metode *cost plus pricing*. Dalam metode ini, perusahaan menetapkan harga untuk satu karton produk dengan jumlah harga beli ditambah biaya per karton seperti biaya insentif, biaya listrik dan

telepon serta pajak 10% ditambah dengan suatu jumlah laba yang diinginkan.

Biaya distribusi PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar tertinggi terjadi pada semester I tahun 2017 sebesar Rp. 164.499.709, karena tingkat permintaan pelanggan yang meningkat menyebabkan biaya langsung penjualan, biaya pergudangan dan penyimpanan meningkat. Sedangkan biaya distribusi terendah terjadi pada semester II tahun 2016 sebesar Rp. 105.380.486, hal ini dikarenakan tingkat permintaan pelanggan yang berkurang dan *salesman* yang jarang mengunjungi tempat dagangan para pelanggan, sehingga biaya transportasi, dan biaya distribusi umum menurun.

2. Rumusan Masalah

- Bagaimana gambaran harga, biaya distribusi dan volume penjualan pada PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar.
- Bagaimana peranan harga dan biaya distribusi terhadap volume penjualan pada PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar.

3. Tujuan Penelitian

- Untuk mengetahui gambaran harga, biaya distribusi dan volume penjualan pada PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar.
- Untuk mengetahui peranan harga dan biaya distribusi terhadap volume penjualan pada PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar.

4. Metode Penelitian

Objek penelitian adalah PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar yang berada di Jalan Asahan, Komplek Megaland, Blok CC no.1, kecamatan Siantar Timur, kelurahan Siopat Suhu, Kota Pematangsiantar, Sumatera Utara, Telepon (0622) 434606.

Desain penelitian adalah penelitian kepustakaan (*Library Research*) dan penelitian lapangan (*Field Research*). Teknik pengumpulan data berupa wawancara, dokumentasi dan observasi. Jenis data adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Hasil data yang diperoleh dari lapangan akan dianalisis secara deskriptif, komparatif dan induktif baik bersifat kualitatif dan kuantitatif.

B. LANDASAN TEORI

1. Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Kevin (2009:5), manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Menurut Kotler dan Gary (2008:18), manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi

dan pengendalian dari program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan. Menurut Boyd, et al (2000:18), pengertian manajemen pemasaran adalah proses menganalisa, merencanakan, mengkoordinasikan dan mengendalikan program-program yang mencakup pengkonsepkan, penetapan harga, operasi dan distribusi dari produk, jasa, dan gagasan yang dirancang untuk menciptakan dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran merupakan kegiatan analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan target pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan perusahaan.

2. Harga

Menurut Kotler dan Gary (2008:345), harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa. Menurut Tjiptono (2008:148), harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk. Menurut Saladin (2010:95), harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa. Berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk memperoleh suatu produk atau jasa.

Menurut Swastha dan Irawan (2002:154), metode penentuan harga jual yaitu *Cost Plus Pricing Method* dan *Mark Up Pricing Method*.

3. Biaya Distribusi

Menurut Mulyadi (2005:488), biaya distribusi adalah biaya untuk memenuhi pesanan (*order-filling cost*) dimana semua biaya yang dikeluarkan untuk mengusahakan agar produk samapi ke tangan pembeli dan biaya-biaya yang mengumpulkan uang dari pembeli. Menurut Keegan (2009:213), klasifikasi umum biaya distribusi adalah biaya langsung penjualan (*Direct Selling Expense*), biaya promosi penjualan dan advertensi (*Advertising and Sales Promotion Expense*), biaya transportasi (*Transportation Expense*), biaya pergudangan dan penyimpanan (*Warehousing and Storage Expense*), biaya distribusi umum (*General Distribution Expense*). Menurut Simamora (2000:321), biaya distribusi

digolongkan menjadi dua, yaitu *order getting cost* dan *order filling cost*.

Berdasarkan beberapa pengertian menurut para ahli seperti yang telah disebutkan diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa biaya distribusi adalah semua biaya yang dikeluarkan sehubungan dengan kegiatan-kegiatan untuk menggerakkan hati calon konsumen agar melakukan transaksi pembelian, dimana barang dalam keadaan siap jual, menyerahkan barang ke tangan konsumen, dan berakhir dengan penerimaan tunai penjualan barang tersebut.

4. Volume Penjualan

Menurut Swastha dan Irawan (2002: 141), volume penjualan merupakan penjualan bersih dari laporan laba perusahaan. Penjualan bersih diperoleh melalui hasil penjualan seluruh produk (produk lini) selama jangka waktu tertentu dan hasil penjualan yang dicapai dari pangsa pasar (*market share*) yang merupakan penjualan potensial yang dapat terdiri dari kelompok pembeli selama jangka waktu tertentu. Menurut Kartajaya (2010:15), volume penjualan adalah beberapa jumlah barang yang diproduksi atau barang yang terjual dari suatu produk tertentu di dalam waktu tertentu. Menurut Abdullah (2004:32), volume penjualan adalah jumlah penjualan yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan dalam suatu jangka waktu tertentu.

Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa volume penjualan merupakan penjualan bersih dari laporan laba perusahaan atau hasil total keseluruhan dari penjualan produk atau barang selama waktu yang ditetapkan dalam suatu usaha.

C. PEMBAHASAN

1. Analisis

a. Peranan Harga dan Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar

PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar selalu berupaya untuk meningkatkan dan mempertahankan tingkat volume penjualan dari produk-produk PT Ceres. Salah satu cara yang dilakukan dalam meningkatkan volume penjualan adalah menetapkan harga yang terjangkau dan tidak terlalu jauh berbeda dengan harga produk pesaing. Perusahaan menetapkan harga produk berdasarkan metode *cost plus pricing*, dimana harga beli produk di tambahkan jumlah biaya-biaya yang dikeluarkan dan laba yang diinginkan oleh perusahaan. Selain itu dalam meningkatkan volume penjualan PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar berusaha mendistribusikan produk dengan efektif, dengan begitu dalam kegiatan distribusi perusahaan perlu mengeluarkan

biaya-biaya dalam menyampaikan produk ke tangan pelanggan.

Adapun rekapitulasi kenaikan harga dan biaya distribusi pada PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar tahun 2014-2017 adalah sebagai berikut:

1) Trend Untuk Harga

Harga menggambarkan besarnya nominal suatu mata uang yang dapat memperoleh sebuah produk yang harus dikeluarkan oleh seorang pelanggan dan seharusnya harga dapat terjangkau oleh pelanggan. Harga yang ditetapkan oleh PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar masih terjangkau dan tidak terlalu jauh berbeda dengan harga produk pesaing. Harga jual produk cenderung mengalami kenaikan setiap semester.

Dengan terjadinya kenaikan harga jual produk setiap semester mengakibatkan permintaan pelanggan terhadap produk berkurang pada setiap awal bulan perubahan harga jual produk. Metode penetapan harga yang digunakan oleh PT Permata Niaga adalah metode *cost plus pricing*. Dalam metode ini, perusahaan menetapkan harga untuk satu karton produk dengan jumlah biaya per karton seperti biaya insentif, biaya listrik dan telepon serta pajak 10% ditambah dengan suatu jumlah laba yang diinginkan.

Adapun data kenaikan harga produk PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar relatif dari tahun 2014 sampai tahun 2017 dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2

Rekapitulasi Kenaikan Harga PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar Tahun 2014 – 2017 (Periode Januari - Desember)

Periode	Kenaikan Harga (Y)	X	XY	X ²
Semester I 2014	12.018	-3	-36.054	9
Semester II 2014	12.271	-2	-24.542	4
Semester I 2015	12.650	-1	-12.650	1
Semester II 2015	13.030	0	0	0
Semester I 2016	13.536	1	13.536	1
Semester II 2016	13.915	2	27.830	4
Semester I 2017	14.674	3	44.022	9
Total	92.094	0	12.142	28

Sumber: Pengolahan data tabel 8 (2017)

Dari tabel 2 di atas dapat dijelaskan hal-hal sebagai berikut:

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

$$= \frac{12.142}{28}$$

$$= 433,64$$

$$a = \frac{\sum Y}{n}$$

$$= \frac{92.094}{7}$$

$$= 13.156,28$$

Maka *trend* yang didapat adalah sebagai berikut: $Y' = 13.156,28 + 433,64X$

Dari hasil perhitungan di atas dapat dijelaskan bahwa harga diramalkan akan mengalami kenaikan tiap semesternya pada PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar, dimana ketika X dinaikkan satu satuan diramalkan menaikkan harga sebesar 433,64.

2) Trend Untuk Biaya Distribusi

Saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang yang diproduksi kepada konsumen atau pemakai industri. PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pendistribusian. Dimana PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar mendistribusikan produk-produknya kepada pedagang grosir dan retail serta *supermarket* yang berada di dalam maupun di luar kota, guna memperkenalkan produk kepada masyarakat luas serta menjamin ketersediaan produk di pasar sehingga konsumen tidak kesulitan untuk menemukan produk coklat dari PT Ceres yang mereka inginkan.

Dalam kegiatan pendistribusian ini perusahaan perlu mengeluarkan biaya-biaya yang terdiri dari biaya langsung penjualan, biaya transportasi, biaya pergudangan dan penyimpanan, dan biaya distribusi umum. Adapun biaya langsung penjualan yang dimaksud adalah biaya yang berhubungan dengan *salesman*, kantor cabang dan supervisi penjualan dalam memperoleh *orderan* seperti biaya gaji, insentif, tunjangan kehadiran/kerajinan serta biaya sewa rak, biaya *sales promotion* lepas, dan biaya pajangan produk di *market*. Biaya transportasi adalah semua biaya pengangkutan barang sampai ke tangan konsumen termasuk juga biaya untuk mengelola dan memelihara fasilitas-fasilitas transportasi seperti biaya minyak (BBM), biaya *service* transportasi, dan biaya parkir.

Adapun data biaya distribusi yang dikeluarkan oleh PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar relatif dari tahun 2014 sampai tahun 2017 dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3
Rekapitulasi Biaya Distribusi PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar Tahun 2014 – 2017 (Periode Januari-Desember)

Periode	Volume Penjualan (Y)	X	XY	X ²
Semester I 2014	9.191.007,015	-3	-27.573.021,045	9
Semester II 2014	8.397.611,135	-2	-16.795.222,270	4
Semester I 2015	8.739.833,532	-1	-8.739.833,532	1
Semester II 2015	8.212.537,133	0	0	0
Semester I 2016	8.529.752,038	1	8.529.752,038	1
Semester II 2016	6.776.934,731	2	13.553.869,462	4
Semester I 2017	10.829.763,565	3	32.489.290,695	9
Total	60.677.439,149	0	1.464.835,348	28

Sumber: Pengolahan data tabel 6 (2017)
 Dari tabel 3 di atas dapat dijelaskan hal-hal sebagai berikut:

$$b = \frac{XY}{(X)^2} = \frac{66.708.409}{28} = 2.382.443,18$$

$$a = \frac{Y}{n} = \frac{888.187.180}{7} = 126.883.882,86$$

Maka *trend* yang didapat adalah sebagai berikut: $Y' = 126.883.882,86 + 2.382.443,18X$

Dari hasil perhitungan di atas dapat dijelaskan bahwa jumlah biaya distribusi diramalkan akan mengalami kenaikan tiap semesternya pada PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar, dimana ketika X dinaikkan satu satuan diramalkan meningkatkan biaya distribusi sebesar 2.382.443,18. Kenaikan biaya ini diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan.

3. Trend Untuk Volume Penjualan

Volume penjualan merupakan jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan penjualan barang. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, semakin besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan. PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar selalu berupaya untuk meningkatkan dan mempertahankan tingkat volume penjualan dari produk-produk PT Ceres. Segala kegiatan usaha yang dilakukan perusahaan diharapkan dapat memenuhi kebutuhan atau permintaan dari pelanggan.

Adapun data-data volume penjualan pada PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar dari tahun 2014 sampai

tahun 2017 dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4
Rekapitulasi Volume Penjualan Pada PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar Tahun 2014 – 2017 (Periode Januari-Desember)

Periode	Volume Penjualan (Y)	X	XY	X ²
Semester I 2014	9.191.007,015	-3	-27.573.021,045	9
Semester II 2014	8.397.611,135	-2	-16.795.222,270	4
Semester I 2015	8.739.833,532	-1	-8.739.833,532	1
Semester II 2015	8.212.537,133	0	0	0
Semester I 2016	8.529.752,038	1	8.529.752,038	1
Semester II 2016	6.776.934,731	2	13.553.869,462	4
Semester I 2017	10.829.763,565	3	32.489.290,695	9
Total	60.677.439,149	0	1.464.835,348	28

Sumber: Pengolahan data tabel 7 (2017)
 Dari tabel 4 di atas dapat dijelaskan hal-hal sebagai berikut:

$$b = \frac{XY}{(X)^2} = \frac{1.464.835.348}{28} = 52.315.548,14$$

$$a = \frac{Y}{n} = \frac{60.677.439.149}{7} = 8.668.205.592,71$$

Maka *trend* yang didapat adalah sebagai berikut: $Y' = 8.668.205.592,71 + 52.315.548,14X$

Dari hasil perhitungan di atas dapat dijelaskan bahwa volume penjualan diramalkan akan mengalami peningkatan tiap semester pada PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar, dimana ketika X dinaikkan satu satuan diramalkan meningkatkan volume penjualan sebesar 52.315.548,14.

Berdasarkan hasil perhitungan dapat dijelaskan bahwa harga dan biaya distribusi berperan dalam meningkatkan volume penjualan. Penetapan harga jual PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar cenderung naik setiap semester yang mengakibatkan penjualan menurun pada awal bulan terjadinya perubahan harga. Penetapan harga jual tidak boleh terlalu tinggi maupun terlalu rendah, karena apabila harga yang ditetapkan terlalu rendah tidak dapat menutupi biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan sehingga dapat merugikan perusahaan.

Biaya distribusi PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar selalu mengalami kenaikan dan penurunan. Berdasarkan perhitungan biaya distribusi yang naik

mengakibatkan penjualan meningkat seperti yang terjadi pada semester I 2017, yaitu biaya distribusi Rp.164.499.709 dan volume penjualan Rp. 10.829.763.565. Biaya distribusi yang turun mengakibatkan penjualan menurun, seperti yang terjadi pada semester II 2016, yaitu biaya distribusi Rp. 105.380.486 dan volume penjualan sebesar Rp. 6.776.934.731.

Berdasarkan analisis di atas, dapat dinyatakan bahwa hipotesis harga dan biaya distribusi berperan dalam meningkatkan volume penjualan pada PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar diterima.

2. Evaluasi

a. Harga Pada PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar

Harga dianggap sebagai salah satu faktor yang menentukan bagi perusahaan setiap perusahaan hendaknya mempertimbangkan secara matang setiap keputusan dalam menentukan harga. PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar menetapkan harga produk menggunakan metode *cost plus pricing* yang meliputi harga beli produk di tambahkan jumlah biaya-biaya yang dikeluarkan dan laba yang diinginkan oleh perusahaan. Harga yang ditetapkan oleh PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar selalu mengalami kenaikan setiap semesternya, sehingga volume penjualan akan mengalami penurunan pada awal bulan, kemudian volume penjualan akan stabil kembali pada bulan berikutnya setelah terbiasa.

Untuk itu, manajemen PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar dalam menentukan harga produk masih perlu diperhatikan karena apabila harga yang ditetapkan terlalu tinggi akan mempengaruhi penjualan produk sehingga pelanggan akan beralih kepada produk-produk pesaing yang harganya lebih murah. Adapun cara untuk mengatasi masalah ini adalah perusahaan tidak perlu selalu meningkatkan harga produk dengan menambah jumlah biaya insentif, biaya listrik dan telepon dalam setiap semester tetapi biaya dapat dinaikkan pada setiap tahun dalam jumlah yang tidak terlalu jauh berbeda dibandingkan tahun lalunya. Dengan demikian penetapan harga yang tepat diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan pada PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar.

b. Biaya Distribusi Pada PT. Permata Niaga Cabang Pematangsiantar

Kegiatan distribusi merupakan penyaluran barang hasil produksi ke konsumen. PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar mendistribusikan produk-produknya kepada pedagang grosir dan retail, serta *supermarket* dan *minimarket*, guna memperkenalkan produk kepada masyarakat luas serta menjamin ketersediaan produk di pasar sehingga konsumen tidak kesulitan untuk menemukan

produk coklat dari PT Ceres yang mereka inginkan. Dalam kegiatan distribusi memerlukan biaya-biaya yang disebut biaya distribusi. Biaya distribusi dikeluarkan bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan. Adapun biaya-biaya distribusi yang perlu dikeluarkan yaitu biaya langsung penjualan, biaya transportasi, biaya pergudangan dan penyimpanan, dan biaya distribusi umum. Biaya distribusi yang terjadi pada PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar selalu mengalami kenaikan dan penurunan. Biaya distribusi yang tertinggi yaitu pada semester I 2017. Kemudian biaya distribusi terendah yaitu pada semester II 2016. Penurunan biaya distribusi ini terjadi karena tingkat permintaan pelanggan yang berkurang dan *salesman* yang jarang mengunjungi tempat dagangan para pelanggan, sehingga biaya yang dikeluarkan juga menurun.

Dengan terjadinya kenaikan dan penurunan biaya distribusi ini, diharapkan pihak manajemen PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar dapat mengevaluasi secara berkala biaya distribusi perusahaan. Adapun cara untuk mengatasi masalah ini adalah perusahaan sebaiknya meningkatkan kunjungan *salesman* ke tempat dagangan para pelanggan, meskipun biaya distribusi akan meningkat, namun hal ini dapat mempengaruhi peningkatan volume penjualan. Biaya distribusi dapat ditingkatkan beriringan dengan meningkatnya volume penjualan, misalnya dengan memperluas daerah pemasaran distribusi.

c. Volume Penjualan Pada PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar

Volume penjualan merupakan total hasil yang dicapai perusahaan dari penjualan produk. Berdasarkan hasil analisis, bahwa volume penjualan PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar semester II 2016 mengalami penurunan penjualan. Hal ini disebabkan manajemen perusahaan berusaha untuk mengurangi biaya-biaya seperti biaya bahan bakar minyak (BBM) dan parkir yang di keluarkan yang mengakibatkan para *salesman* kurang memperhatikan permintaan pelanggan karena jarang mengunjungi tempat dagangan para pelanggan dan faktor lain yaitu ketersediaan produk-produk di gudang kurang lengkap. Hal tersebut menyebabkan pelanggan merasa kecewa. Dengan begitu, akan menjadi alasan yang kuat bagi pelanggan tersebut untuk beralih kepada produk-produk coklat pesaing yang akhirnya mengakibatkan menurunnya volume penjualan.

Adapun cara untuk mengatasi masalah ini adalah perusahaan sebaiknya selalu memantau ketersediaan produk di dalam gudang PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar oleh kepala gudang, sehingga produk yang dibutuhkan oleh

pelanggan selalu tersedia setiap saat. Selain itu, PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar juga sebaiknya memperluas jaringan pasar dan memberikan pengarahan pada para *salesman* untuk lebih memperhatikan kondisi di pasar, sehingga dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan ke depannya.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

- a. PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar menetapkan harga produk menggunakan metode *cost plus pricing* yang meliputi harga beli produk ditambahkan jumlah biaya-biaya yang dikeluarkan seperti insentif, biaya listrik dan telepon dan pajak 10% ditambah laba yang diinginkan oleh perusahaan.
- b. PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar merupakan distributor tunggal dari PT Ceres di kota Pematangsiantar. Dimana PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar mendistribusikan produk-produknya kepada pedagang grosir dan retail, serta *supermarket* dan *minimarket*. Perusahaan melakukan kegiatan distribusi yang juga mengeluarkan biaya-biaya yang terdiri dari biaya langsung penjualan, biaya transportasi, biaya pergudangan dan penyimpanan, dan biaya distribusi umum.
- c. Volume penjualan PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar selalu mengalami peningkatan dan penurunan. Penurunan volume penjualan terjadi dikarenakan tingkat permintaan pelanggan berkurang. Selain itu faktor lainnya yaitu manajemen perusahaan berusaha untuk mengurangi biaya-biaya seperti biaya bahan bakar minyak (BBM), parkir dan timbangan yang dikeluarkan dan ketersediaan produk-produk di gudang kurang lengkap sehingga mempengaruhi volume penjualan.
- d. Berdasarkan hasil analisis melalui *trend* untuk harga diperoleh $Y' = 13.156,28 + 433,64X$, maka dapat diartikan bahwa harga diramalkan akan mengalami kenaikan tiap semesternya pada PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar, dimana ketika X dinaikkan satu satuan diramalkan menaikkan harga sebesar 433,64.
- e. Berdasarkan hasil analisis melalui *trend* untuk biaya distribusi diperoleh $Y' = 126.883.882,86 + 2.382.443,18X$, maka dapat diartikan bahwa jumlah biaya distribusi diramalkan akan mengalami kenaikan tiap semesternya pada PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar, dimana ketika X dinaikkan satu satuan diramalkan meningkatkan biaya distribusi sebesar 2.382.443,18.

- f. Berdasarkan hasil analisis melalui *trend* untuk volume penjualan diperoleh $Y' = 8.668.205.592,71 + 52.315.548,14X$, maka dapat diartikan bahwa volume penjualan diramalkan akan mengalami peningkatan tiap semester pada PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar, dimana ketika X dinaikkan satu satuan diramalkan meningkatkan volume penjualan sebesar 52.315.548,14.
- g. Berdasarkan hasil perhitungan dapat dijelaskan bahwa harga dan biaya distribusi berperan dalam meningkatkan volume penjualan. Hal ini dapat di lihat dari penetapan harga jual PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar cenderung naik setiap semester yang mengakibatkan penjualan menurun pada awal bulan ketika terjadinya perubahan harga. Biaya distribusi PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar selalu mengalami kenaikan dan penurunan berdasarkan perhitungan biaya distribusi yang naik mengakibatkan penjualan meningkat dan biaya distribusi yang turun mengakibatkan penjualan menurun.

2. Saran

- a. Untuk mengefektifkan strategi penetapan harga sebaiknya PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar tidak perlu selalu meningkatkan harga produk dengan menambah jumlah biaya insentif, biaya listrik dan telepon dalam setiap semester tetapi biaya dapat dinaikkan pada setiap tahun dalam jumlah yang tidak terlalu jauh berbeda dibandingkan tahun sebelum. Dengan demikian penetapan harga yang tepat diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan pada PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar.
- b. Demi kelancaran kegiatan distribusi sebaiknya PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar meningkatkan biaya distribusi mengingat biaya distribusi dapat meningkatkan volume penjualan. Biaya distribusi dapat ditingkatkan beriringan dengan meningkatnya volume penjualan, misalnya dengan memperluas daerah pemasaran distribusi.
- c. Untuk mempertahankan dan terus meningkatkan volume penjualan PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar, maka perusahaan sebaiknya selalu memantau ketersediaan produk di dalam gudang PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar oleh kepala gudang, sehingga produk yang dibutuhkan oleh pelanggan selalu tersedia setiap saat. Selain itu, PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar juga sebaiknya memperluas jaringan pasar dan memberikan pengarahan pada para

salesman untuk lebih memperhatikan kondisi di pasar, sehingga dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan ke depannya.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Faisal. MM. 2004. **Dasar-dasar Manajemen Keuangan**. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Boyd, et. al. 2000. **Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global**. Edisi II. Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Kartajaya, Hermawan. 2010. **Brand Operation The Official MIM Academy course book**. Jakarta: Esensi Erlangga Group.
- Kasmin dan Jafkar. 2007. **Studi Kelayakan Bisnis**. Edisi dua. Jakarta: Prenada Media Group.
- Keegan, Warren J. 2009. **Manajemen Pemasaran Global**. Edisi keenam. Jilid 1. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. **Prinsip-prinsip Pemasaran**. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. **Manajemen Pemasaran**. Edisi tiga belas. Jilid 1. Jakarta. Indeks.
- Mulyadi, 2005. **Akuntansi Biaya**. Edisi Kelima. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Saladin, Djaslim. 2010. **Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian**. Bandung: Linda karya.
- Simamora, Henry. 2000. **Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis**. Jilid II Jakarta: Salemba Empat.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2002. **Manajemen Pemasaran Modern**. Jakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandy. 2008. **Service Management Mewujudkan Layanan Prima**. Yogyakarta: CV Andi Offset.