

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tahun 2020 merupakan tahun yang sangat berat bagi sebagian besar negara di dunia. Pasalnya dunia digemparkan dengan penyakit jenis baru yaitu Covid 19. Pandemi virus Covid 19 atau *Coronavirus Disiase* 2019 merupakan penyakit yang awalnya ditemukan di Wuhan, Provinsi Hubei, China, dimana pandemi ini merupakan wabah penyakit pernapasan yang disebabkan oleh jenis virus corona baru.

Dari negara-negara yang sudah terpapar lebih dahulu oleh virus ini, per tanggal 2 Maret 2020 Indonesia baru masuk ke dalam list negara yang terjangkit virus Covid 19. (Halodoc, 2 Maret 2020)

Seperti data yang telah dikumpulkan oleh Universitas Johns Hopkins bahwa virus corona jenis baru ini tidak hanya menyebabkan sakit pernapasan tapi juga bisa berujung kepada kematian. Penyakit Corona virus telah menyebar ke 185 negara dan wilayah - telah menginfeksi lebih dari 2,7 juta orang dan membunuh lebih dari 190.000 orang secara global (CNBC, 25 April 2020)

Untuk membendung penyebaran virus lebih lanjut, pihak berwenang di seluruh dunia menerapkan langkah-langkah untuk mengunci negara dan kota pada tingkat yang berbeda-beda. Itu termasuk menutup perbatasan, menutup sekolah dan tempat kerja, dan membatasi pertemuan besar.

Kepala ekonom IMF (*International Monetary Fund*), Gita Gopinath mengatakan Pembatasan-pembatasan itu, yang oleh Dana Moneter Internasional disebut sebagai "*Great Lockdown*," membuat banyak kegiatan ekonomi global terhenti, merugikan bisnis dan menyebabkan orang kehilangan pekerjaan. (CNBC, 25 April 2020)

Salah satu sector bisnis yang terkena dampak Covid 19 adalah Industri otomotif. Berdasarkan data penjualan mobil global yang dirilis Statista.com, penjualan mobil tercatat turun tahun lalu, dari 78,9 juta unit pada 2018 menjadi 75 juta unit pada 2019. Hal tersebut seiring melemahnya

pertumbuhan ekonomi global. Sedangkan tahun ini, produsen otomotif global memprediksikan penurunan lebih lanjut penjualan menjadi hanya 60,5 juta unit. (KataData, 29 April 2020)

Sedangkan penjualan mobil di Indonesia selama awal bulan 2020 turun puluhan persen karena warga memilih untuk tidak membeli barang mewah tersebut. Ketua I Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo), Jongkie D Sugiarto memastikan bahwa Permintaan *leasing* atau kredit untuk mobil bekas meningkat. Kita bisa berasumsi bahwa daya beli masyarakat kita turun, sangat turun. Sehingga yang dibeli adalah mobil bekas yang harganya tentunya lebih murah dari mobil baru (CNBC Indonesia, Senin 10 Agustus 2020)

Kondisi penurunan penjualan mobil, pastinya berdampak juga kepada perusahaan yang menyuplai bahan baku untuk pembuatan dari mobil itu sendiri. Baik sebagai produk pelengkap maupun hanya sebagai *component part* dari mobil itu sendiri.

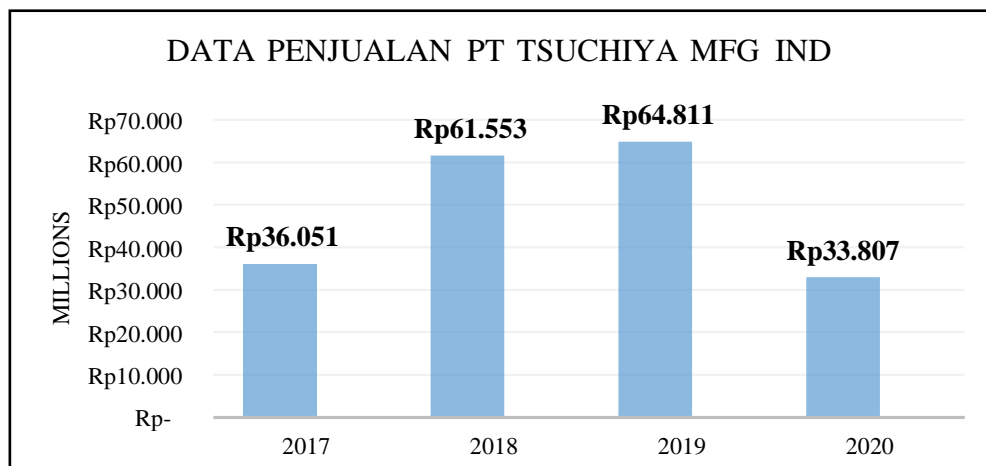
PT Tsuchiya Manufacturing Indonesia adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang *component part* elektronik dan part otomotif. Perusahaan ini merupakan anak perusahaan dari Tsuchiya Grup. Untuk di Indonesia sendiri ada 2 anak perusahaan yaitu PT Tsuchiya Indonesia yang berlokasi di Jakarta dan PT Tsuchiya Manufacturing Indonesia yang berlokasi di kawasan industri MM2100 Cikarang Barat, Bekasi yang menjadi pabrik produksi *component part*nya.

Pada perusahaan asalnya di Jepang, Tsuchiya Grup hanya bergerak dibidang perusahaan *component part* atau *consumable* khusus printing otomotif. Namun khusus perusahaan manufacturnya di Indonesia, PT Tsuchiya Manufacturing Indonesia memproduksi 2 jenis *component part* besar, yaitu *part printing* dan *part injection* dimana keduanya sama-sama memproduksi barang untuk kebutuhan perusahaan otomotif.

PT Tsuchiya Manufacturing Indonesia sudah ada dari tahun 2014 dan baru mulai beroperasi pada tahun 2015 khusus untuk produksi *part printing*nya dan baru mulai menerima permintaan produk pada tahun 2016.

Part printing yang diproduksi diantaranya seperti *printing speedometer*, *printinig label* khusus untuk di jok mobil dan *printing sticker* yang biasa dipakai untuk mempercantik penampilan body luar mobil.

Tahun 2016 merupakan tahun permulaan untuk perusahaan ini. Karna masih banyak produk yang diproduksi dengan status produk masa percobaan. Begitu pula dengan hasil penjualannya, masih merangkak dan baru mulai terlihat angka penjualannya ditahun 2017 yaitu baru sebesar Rp 36,051 milyar, dan terus mengalami kenaikan ditahun-tahun berikutnya.



Gambar 1.1 Penjualan produk part printing PT.Tsuchiya 2017-2020

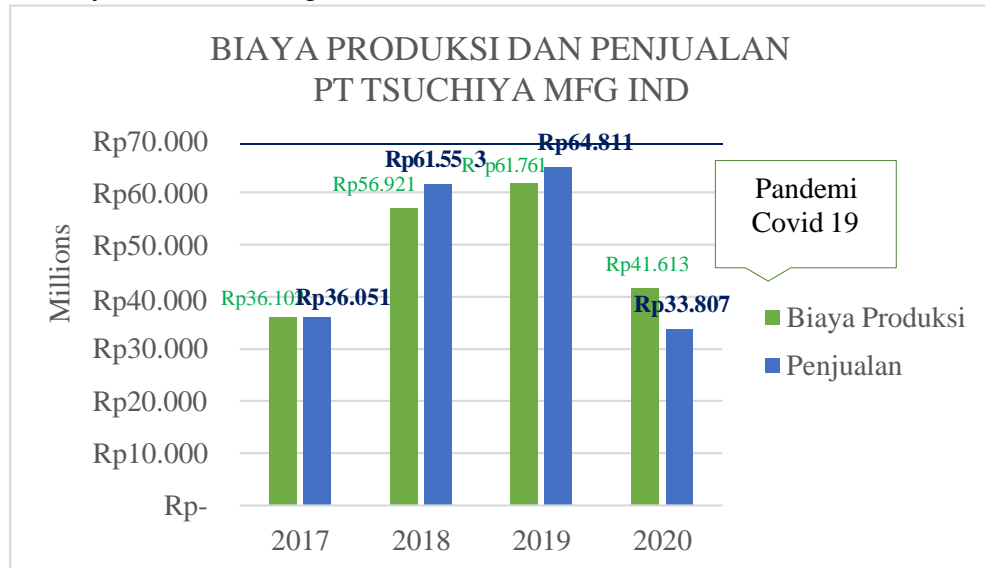
Sumber : Olah data dari jumlah penjualan PT. Tsuchiya tahun 2017-2020

Dari gambar diagram tersebut, menunjukkan angka penjualan dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2020. Di tahun 2018 pencapaian kenaikan penjualan sangat baik, dan cukup stabil di tahun berikutnya yaitu tahun 2019. Namun di tahun 2020 terjadi penurunan mencapai 47,84%, penurunan penjualan bahkan lebih rendah dibanding penjualan-penjualan awal perusahaan di tahun 2017, penurunan ini terjadi seiring dengan terjadinya masa pandemic Covid-19 tahun 2020 yang menyerang hampir seluruh daerah di dunia.

Situasi seperti ini membuat pemilik perusahaan harus mencari strategi bagaimana cara mempertahankan laba perusahaan tetap ada dengan menjaga volume penjualannya. Pada umumnya, para pengusaha mempunyai tujuan mendapatkan laba tertentu (mungkin maksimal), dan mempertahankan atau

bahkan berusaha meningkatkannya untuk jangka waktu yang lama (Swasta, 2015: 80)

Adapun data yang menunjukkan sebuah perubahan akibat penurunan penjualan pada masa Covid 19 adalah biaya produksi perusahaan PT. Tsuchiya Manufacturing Indonesia.



Gambar 1. Pencapaian penjualan produk dan biaya produksi part printing PT.Tsuchiya Manufacturing Indonesia 2017-2020

Sumber : Olah data dari jumlah penjualan dan jumlah biaya produksi PT. Tsuchiya tahun 2017-2020

Dari diagram tersebut menunjukkan biaya produksi di masa covid 19 mengalami penurunan dibandingkan tahun sebelumnya mencapai 32,62%. Namun dari diagram tersebut menggambarkan nilai biaya produksi yang dikeluarkan di tahun 2020 lebih besar jika disandingkan dengan nilai penjualannya.

Selain itu, penjualan yang turun akibat covid 19 berdampak juga terhadap masalah saluran distribusi. Akibat dari pemberlakuan *lockdown* yang dilakukan hampir diseluruh daerah di Indonesia maupun dunia, membuat banyak perusahaan mobil tutup produksi sementara.

PT. Tsuchiya Manufacturing Indonesia merupakan perusahaan yang hampir seluruh produknya dipasarkan melalui perantara atau saluran distribusi. Dari 39 jumlah customer yang dimiliki perusahaan, yang

melakukan pengiriman produk langsung dengan mengatasnamakan PT. Tsuchiya Manufacturing Indonesia hanyalah 2 customer, sisanya produk dipasarkan dengan mengatas namakan perantara saluran distribusi.

Peningkatan volume penjualan dari suatu perusahaan ditunjang dengan menggunakan saluran distribusi yang efektif dan efisien, sehingga mendukung lancarnya penyaluran produk arus barang dari produsen ke konsumen pada waktu, tempat, dan pesanan yang tepat (Hendra Kasman,2015:12)

Kondisi seperti di masa Pandemic Covid 19 ini selaras dengan penjabaran garis besar mengenai salah satu peranan harga menurut Tjiptono dan Diana, (2019: 258) dalam bukunya yang berjudul Pemasaran yaitu berkurangnya daya beli di sejumlah kawasan dunia berdampak pada semakin tingginya sensitivitas harga, yang pada gilirannya memperkuat peranan harga sebagai instrument pendorong penjualan dan pangsa pasar.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh Agusri (2019: 16) dengan judul “Pengaruh Harga terhadap Volume Penjualan pada Mebel Sinar Barokah Tanjung Karang” menyatakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap volume penjualan pada Mebel Sinar Barokah, hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} adalah sebesar 4,525 lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,721.

Maka berdasarkan fenomena yang terjadi, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian yang lebih lanjut mengenai “Pengaruh biaya produksi, saluran distribusi dan harga terhadap volume penjualan produk part printing PT Tsuchiya Manufacturing Indonesia”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belanag di atas, maka rumusan masalah dalam proposal ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah biaya produksi berpengaruh terhadap volume penjualan?
2. Apakah saluran distribusi berpengaruh terhadap volume penjualan?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap volume penjualan?
4. Apakah biaya produksi, harga dan saluran distribusi berpengaruh terhadap volume penjualan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam proposal ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh biaya produksi terhadap volume penjualan PT Tsuchiya Manufacturing Indonesia
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan PT Tsuchiya Manufacturing Indonesia
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga terhadap volume penjualan PT Tsuchiya Manufacturing Indonesia

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini adalah :

1.4.1. Manfaat teoritis

1. Dapat menambah ilmu pengetahuan khususnya ilmu biaya produksi, saluran distribusi dan harga
2. Dapat memberikan kontribusi mengenai pentingnya biaya produksi, saluran distribusi dan harga

1.4.2. Manfaat praktis

1. Bagi Penulis, dengan melakukan kajian ilmiah maka wawasan peneliti akan lebih luas.
2. Bagi perusahaan, memberikan gambaran yang lebih kongkrit mengenai aplikasi biaya produksi, harga dan saluran distribusi dalam perusahaan dan juga memberikan informasi yang didapat dari hasil penelitian sehingga bermanfaat bagi perusahaan
3. Bagi Universitas diharapkan dapat berguna untuk menambah daftar pustaka di perpustakaan dan sebagai studi perbandingan bagi mahasiswa yang akan datang, khususnya mengenai biaya produksi, harga dan saluran distribusi
4. Bagi Pembaca, hasil penelitian diharapkan bisa dijadikan dasar pengetahuan bagi pembaca tentang biaya produksi, harga dan saluran distribusi di perusahaan manufaktur otomotif.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menyajikan pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang landasan teori yang mencakup pengertian tentang biaya produksi, saluran distribusi, harga, volume penjualan dan penelitian terdahulu yang relevan dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai jenis penelitian, jadwal dan lokasi penelitian, kerangka konsep penelitian, populasi dan responden penelitian, metode pengumpulan data, dan analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini mencakup pokok-pokok Bahasa hasil penelitian yang terdiri dari deskripsi data serta hasil analisis dari uji hipotesis.

BAB V : PENUTUP

Bab ini mencakup simpulan, saran dan hasil penelitian.