

Kebijakan Harga dan Kebijakan Distribusi dalam Meningkatkan Daya Saing Industri Urea

JAM
14, 2

Diterima, Januari 2015
Direvisi, Maret 2015
September 2015
Maret 2016
Disetujui, April 2016

Subhan
Ujang Sumarwan
Arief Daryanto
Kirbrandoko

Sekolah Pascasarjana, Institut Pertanian Bogor

Abstract: Urea is a chemical compound which is composed from the elements of carbon, hydrogen, oxygen and nitrogen. Approximately 90% of the urea used as chemical fertilizers in the form of prills as a supplier of nitrogen element (macro nutrient) needed by the plants. Fertilizer includes in the manufacturing industry that provides a major contribution to Gross Domestic Product (PDB) after the agriculture, Forestry, Fisheries, and mining sector (BPS, 2012). In the group of non oil and gas, fertilizer industry group is rank 1 of 9 industry groups which have the opportunity to generate foreign exchange. The problems faced by the fertilizer industry in Indonesia are: (1) the availability of raw materials for producing urea namely natural gas, (2) the factory has been an old age and the old technology so that inefficient, (3) very low domestic sales policy causes the loss of opportunities for manufacturers to get the maximum margin. This study aims to analyze the factors influencing the income and profit in increasing the competitiveness of urea industry. The research to determine the relationship of competitiveness and the factors that affect competitiveness is analyzed with multiple linear regression with the method of Ordinary Least Squared (OLS). As the independent variable it is the price policy (domestic price and export price) and the distribution policy (production volume and export volume) and the dependent variable are the competitiveness and the results of sales as the intervening variable. The data use in this research is secondary data coming from the annual report of PT Pupuk Indonesia (Persero) and Urea Outlook from Fertecon Analysis. The results showed that the price policy (domestic price and export price) and the distribution policy (production volume and export volume) are significantly influences toward the income and the profit that will increase and strengthen the company's competitiveness. For the domestic price variables did not significantly affect the results of sales (income) so that the policy of domestic price regulation is the same as the export price that will increase the income and the competitiveness of company. While the production volume and the export volume influence the results of sales so that it strengthens the competitiveness of company.

Keywords: price policy, distribution policy, competitiveness, income, profit, and strategy to compete

Abstrak: Urea adalah senyawa kimia yang disusun dari unsur-unsur karbon, hidrogen, oksigen dan nitrogen. Sekitar 90% dari urea digunakan sebagai pupuk kimia dalam bentuk prill sebagai pemasok unsur nitrogen (hara makro) yang dibutuhkan oleh tanaman. Pupuk termasuk dalam sektor industri pengolahan yang memberikan kontribusi utama terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) setelah sektor Pertanian, Kehutanan, Perikanan, dan sektor Pertambangan (BPS, 2012). Dalam kelompok industri pengolahan non migas, kelompok industri pupuk menempati



Jurnal Aplikasi
Manajemen (JAM)
Vol 14 No 2, 2016
Terindeks dalam
Google Scholar

Alamat Korespondensi:
Subhan, Pascasarjana Mana-
ajemen dan Bisnis IPB Bogor,
DOI: <http://dx.doi.org/10.18202/jam23026332.14.2.01>

urutan ke 1 dari 9 kelompok industri yang memiliki peluang untuk menghasilkan devisa negara. Masalah yang dihadapi oleh industri pupuk di Indonesia adalah: (1) ketersediaan bahan baku untuk memproduksi urea yaitu gas alam, (2) usia pabrik telah tua dan teknologi lama sehingga tidak efisien, (3) kebijakan penjualan domestik sangat rendah menyebabkan hilangnya kesempatan bagi produsen untuk mendapatkan margin maksimal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi pendapatan dan keuntungan dalam meningkatkan daya saing industri urea. Penelitian untuk mengetahui hubungan daya saing dan faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing dianalisis dengan regresi linier berganda dengan metode *Ordinary Least Squared (OLS)*. Sebagai variabel independen adalah kebijakan harga (harga dan ekspor harga domestik) dan kebijakan distribusi (volume produksi dan volume ekspor) dan variabel dependen adalah daya saing dan hasil penjualan sebagai variabel antara. Data yang digunakan dalam analisis adalah data sekunder yang berasal dari laporan tahunan PT Pupuk Indonesia (Persero) dan Urea Outlook dari Analisis Fertecon. Hasil penelitian membuktikan bahwa kebijakan harga (harga dan ekspor harga domestik) dan kebijakan distribusi (volume produksi dan volume ekspor) secara signifikan mempengaruhi terhadap pendapatan dan laba yang akan meningkatkan dan memperkuat daya saing perusahaan. Untuk variabel harga domestik tidak signifikan berpengaruh terhadap hasil penjualan (pendapatan) sehingga kebijakan regulasi harga dalam negeri yang sama dengan harga ekspor yang akan meningkatkan pendapatan dan daya saing perusahaan. Sementara volume produksi dan volume ekspor banyak mempengaruhi hasil penjualan sehingga memperkuat daya saing perusahaan.

Kata Kunci: kebijakan harga, kebijakan distribusi, daya saing, pendapatan, keuntungan, dan strategi bersaing

Industri pupuk termasuk dalam sektor industri pengolahan yang memberikan kontribusi utama terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) setelah sektor Pertanian, Kehutanan dan Perikanan dan sektor Pertambangan (BPS, 2012). Dalam industri pengolahan, industri migas menyumbang 13% dan industri non migas 87%.

Dalam kelompok industri pengolahan non migas, kelompok industri pupuk menempati urutan ke 1 dari 9 kelompok industri yang memiliki peluang untuk menghasilkan devisa negara.

Produksi urea dunia tahun 2012 sebesar 162.070.000 ton yang diproduksi oleh negara-negara Asia sebesar 100.275.000 ton (621,87%), Middle East sebesar 18.230.000 ton (11,25%), CIS sebesar 12.421.000 ton (7,66%), Eropa sebesar 10.524.000 ton (6,49%), USA dan Amerika Latin sebesar 15.333.000 ton (9,46%), Afrika sebesar 4.791.000 ton (2,96%) dan Australia sebesar 496.000 ton (0,31%) (Fertecon, 2013). Negara produsen utama urea di dunia adalah China dengan produksi sebesar 61.389.000 ton, Indonesia 6.851.000 ton, Rusia 6.489.000 ton, Qatar 4.555.000, Egypt 4.352.000 ton, Iran 4.275.000 ton, Canada 3.836.000 ton, Ukraine 3.771.000 ton, Saudi Arabia 3.387.000 ton, Oman 3.111.000 ton, Venezuela 1.255.000 ton, Malaysia 1.055.000 ton dan Kuwait 942.000 ton. Sedangkan konsumsi urea China sebesar 54.370.000 ton, Indonesia sebesar 5.961.000 ton, Rusia sebesar

1.573.000 ton, Qatar sebesar 339.000 ton, Egypt sebesar 2.110.000 ton, Iran sebesar 1.570.000 ton, Canada sebesar 3.156.000 ton, Ukraine sebesar 350.000 ton, Saudi Arabia sebesar 345.000 ton, Oman sebesar 15.000 ton, Venezuela sebesar 442.000 ton, Malaysia sebesar 444.000 ton dan Kuwait sebesar 10.000 ton.

Komoditas urea yang dihasilkan oleh industri pupuk pada tahun 2012 memberi kontribusi terhadap penerimaan devisa negara sebesar USD 375 juta dengan volume ekspor sebesar 1.027.000 ton (Pupuk Indonesia, 2013) dengan negara tujuan India, Bangladesh, Korea Selatan, Philippine, Thailand, Australia dan New Zealand, USA, Brazil dan Meksiko (Fertecon, 2013).

Harga urea dipasar Internasional berfluktuasi mengikuti hukum ekonomi. Dengan meningkatnya pasokan dari selesainya beberapa pabrik baru di China dan Vietnam serta harga bahan baku gas di Timur Tengah dan negara-negara bekas Uni Soviet (Elenor, 2002) maka harga urea di pasar internasional cenderung turun (Pupuk Sriwidjaja, 2009).

Harga merupakan komponen yang berkaitan langsung terhadap laba perusahaan. Tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi kuantitas barang yang dijual. Selain itu secara tidak langsung harga juga mempengaruhi biaya, karena kuantitas yang terjual berpengaruh pada biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan efisiensi produksi. Oleh karena itu penetapan

harga mempengaruhi pendapatan total dan biaya total, maka keputusan dan strategi penetapan harga memegang peranan penting dalam setiap perusahaan (Tjiptono, 2008). Kotler dan Armstrong (2010) berpendapat bahwa ada dua faktor utama yang perlu dipertimbangkan dalam menetapkan harga, yakni faktor internal perusahaan dan faktor lingkungan eksternal. Faktor internal perusahaan mencakup tujuan pemasaran perusahaan, strategi bauran pemasaran, biaya, dan organisasi. Sedangkan faktor lingkungan eksternal meliputi sifat pasar dan permintaan, persaingan, dan unsur-unsur lingkungan lainnya. Sejalan dengan teori Kotler dan Armstrong tersebut, Boyd, Jr. dan Walker, Jr. (1982) mengajukan suatu model pengambilan keputusan secara bertahap untuk penetapan harga dengan mempertimbangkan berbagai faktor internal perusahaan dan lingkungan eksternal.

Kebijakan penetapan harga jual akan berpengaruh terhadap hasil penjualan dan laba yang mengidentifikasi daya saing industri urea nasional. Apabila harga pupuk urea ekspor lebih tinggi dari harga di negara lain maka daya saing pupuk urea Indonesia di pasar luar negeri melemah (Wil, 2008). Apabila tidak ada upaya untuk memperkuat daya saing industri urea maka industri tersebut akan kehilangan daya saing dan tidak mampu bertahan dalam usahanya dan Indonesia merupakan pasar sasaran bagi pupuk urea dari negara lain. Selain strategi penetapan harga setiap perusahaan barang dan jasa tidak akan terlepas dari masalah penyaluran barang yang dihasilkan atau barang yang akan di jual ke masyarakat. Para produsen berhak menentukan kebijaksanaan distribusi yang akan dipilih dan disesuaikan dengan jenis barang serta luasnya armada penjualan yang akan digunakan. Kunci keberhasilan suatu perusahaan pada umumnya ditandai oleh keahliannya dibidang distribusi produknya.

Dari paparan di atas menggambarkan bahwa kontribusi industri pupuk terhadap PDB cukup besar dengan prospek pertumbuhan dimasa mendatang yang besar karena didukung produksi yang stabil dan tersedia pasar ekspor yang potensial serta sehingga faktor penetapan harga untuk meningkatkan pendapatan perusahaan sangat menentukan.

Permasalahan yang dihadapi industri pupuk di Indonesia yang sangat mendasar pertama adalah ketersediaan bahan baku untuk memproduksi urea yaitu gas alam. Masalah kedua yang dihadapi oleh industri pupuk adalah umur pabrik sudah tua dan teknologi masih menggunakan teknologi lama sehingga konsumsi bahan baku gas tinggi dan tidak efisien.

Masalah lain adalah kebijakan harga jual untuk dalam negeri sangat rendah akan menyebabkan *opportunity loss* bagi produsen untuk mendapatkan margin yang maksimal. Dalam memenuhi kebutuhan dalam negeri produsen hanya diberikan margin 10 % dari biaya produksi, sedangkan harga ekspor dapat memberikan margin sebesar 30–40%. Harga jual urea subsidi untuk mencapai HET adalah sebesar USD 344/ton sedangkan harga jual ekspor USD 446/ton. Masalah ini menyebabkan produsen urea tidak dapat maksimal mendapatkan dana keuntungan penjualan produknya sehingga pembangunan pabrik baru sangat terbatas

Daya saing suatu industri atau suatu Negara merujuk kepada kemampuan produktivitas suatu industri atau Negara tersebut (Kotabe, 2000). Apabila suatu perusahaan memiliki daya saing yang tangguh maka akan tercipta keunggulan bersaing perusahaan diantara para pesaingnya, sehingga perusahaan tersebut dapat bertahan pada suatu jangka tertentu dengan mendapatkan laba yang memadai. Beberapa unsur penting yang dapat meningkatkan daya saing perusahaan antara lain bersumber dari keahlian sumberdaya manusia, tingkat kecanggihan teknologi dan sumber dana atau modal (Kotler, 1997). Laba perusahaan yang mencukupi dapat digunakan untuk membangun ketiga unsur tersebut sehingga dapat diartikan bahwa laba perusahaan yang memadai menjadi sumber untuk memperkuat daya saing (Kotler and Armstrong, 2008). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa laba perusahaan merupakan daya saing industri, karena dengan laba yang diperoleh akan dapat menciptakan suatu keunggulan dalam menghadapi persaingan.

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah tersebut diatas, maka tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis faktor-

faktor yang mempengaruhi laba industri urea dalam meningkatkan daya saing industri urea nasional.

TINJAUAN PUSTAKA

Gambaran umum industri pupuk urea

Industri urea nasional direpresentasikan oleh PT Pupuk Indonesia (Persero) yang merupakan Holding Company dari perusahaan pupuk milik Negara. Saat ini PT Pupuk Indonesia mengelola empat belas pabrik pupuk urea dengan kapasitas produksi 7.284.000 ton. PT Pupuk Indonesia (Persero) juga diberi tugas oleh Pemerintah melaksanakan distribusi dan penyaluran pupuk bersubsidi kepada petani sebagai bentuk pelaksanaan *Public Service Obligation* (PSO) untuk mendukung program pangan nasional. Pemenuhan kebutuhan pupuk di dalam negeri adalah prioritas utama sehingga ekspor pupuk menempati prioritas kedua setelah kebutuhan dalam negeri terpenuhi.

Dari hasil analisis SWOT dapat digambarkan Posisi PT Pupuk Indonesia (Persero) berada pada kuadran dua yaitu posisi stability strategy dan analisis BCG Matriks bahwa posisi Industri urea Indonesia berada pada kuadran I (*Question Mark*). Pada posisi ini ditandai dengan *market share* rendah tetapi *demand* tinggi, ini berarti perusahaan dimungkinkan untuk meningkatkan pemasarannya. Pada kuadran ini dibutuhkan uang kas perusahaan yang tinggi untuk melakukan *intensive strategy*. Agar posisi dapat bergeser ke arah kuadran 2 (*star*), strategi yang selayaknya dilakukan oleh PT Pupuk Indonesia (Persero) adalah melakukan upaya-upaya strategi yaitu: penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan teknologi

Penetapan Harga

Menurut Fertilizer Economic Market Analysis & Consultancy (2013) banyak pabrik urea yang selesai pembangunannya tahun 2014/2015 dan kapasitas produksi urea dunia akan tumbuh 10% dari tahun 2012. Untuk urea dari pabrik yang ada di Indonesia produksinya dipengaruhi secara signifikan oleh kapasitas produksi dan harga pupuk dipasar domestik dan harga gas (Rachbini, 2006; Parthasaraty, 1994). Hansen

(2001) mendefinisikan harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan. Menurut Mulyadi (2005) pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar sehingga harga jual sama dengan biaya produksi ditambah mark-up. Pada tingkat harga tertentu bila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat maka nilainya akan meningkat (Secapramana, 2000; Stremersch, 2002). Penetapan harga merupakan keputusan paling penting dan kompleks yang harus ditetapkan oleh perusahaan dan menurut Kotler (2003) harga merupakan unsur penting di dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) yang menghasilkan pendapatan.

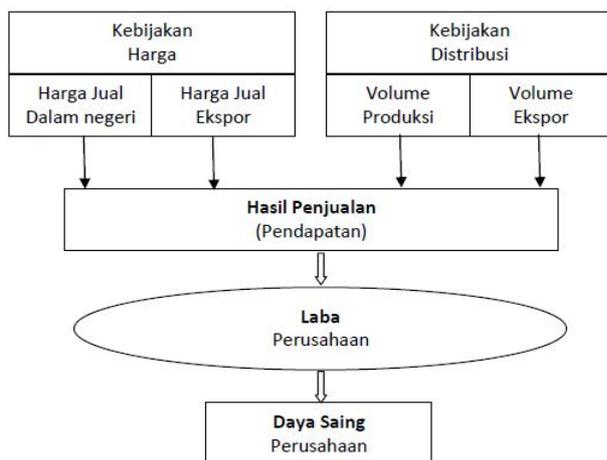
Dalam penetapan yang harus diperhatikan antara lain perubahan kondisi eksternal, tindakan pesaing dan peluang untuk memperoleh keunggulan bersaing (Cravens & Piercy, 2003). Menurut Chen dan Chen (1999) faktor eksternal lainnya yaitu persaingan global telah membuat perusahaan harus menggunakan pendekatan yang berorientasi kepada permintaan pasar (*market based pricing*). Pendekatan harga berbasis pasar di mulai dari pelanggan, pesaing dan *positioning* perusahaan (Sumarwan 2009). Secapramana (2001) melakukan penelitian tentang Strategi Penetapan Harga dengan menggunakan salah satu model dari Boyd, & Walker (1982), menyarankan diperhitungkannya faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah tujuan perusahaan, strategi bauran pemasaran, biaya, dan organisasi. Faktor eksternal mencakup sifat pasar dan permintaan, persaingan, dan faktor lingkungan lainnya. Penelitian yang berkaitan dengan kebijakan harga juga dilakukan oleh Zaribaf (2008) yang meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi harga dan jenis harga dan membuat model dalam penetapan harga ekspor. Penelitian ini menunjukkan pentingnya kebijakan penetapan harga khususnya produk yang punya potensi untuk ekspor.

Selanjutnya *Price Waterhouse Coopers* (PWC) pada tahun 2003 melakukan Performance Audit 1998–2002 pada PT Pupuk Sriwidjaja (Holding) disampaikan bahwa akibat perbedaan harga antara harga dalam negeri dan harga internasional dalam

kurun waktu 1998 sampai dengan 2002 PT Pupuk Sriwidjaja (Holding) mengalami kehilangan kesempatan mendapatkan keuntungan. Hasil penelitian Allen dan Hamilton (2000) dalam *Urea Strategy PT. Pupuk Sriwidjaja (Holding)*, untuk menanggapi pengembangan pasar harus dengan organisasi, proses, harga yang responsive dan cukup fleksibel, saluran distribusi harus berubah. Di samping itu, harga harus menyesuaikan dengan harga pasar internasional. Studi yang dilakukan oleh Purwantini dan Rusdiansyah (2011) menyimpulkan bahwa Penentuan kebijakan dalam menetapkan harga berpengaruh terhadap ekspektasi pendapatan.

Kerangka Pemikiran Konseptual

Dari hasil penelitian sebelumnya tentang persaingan dan daya saing, terdapat beberapa variable yang mempengaruhinya. Variabel-variabel tersebut akan diukur dan dianalisis untuk diperbandingkan. Variabel dependen adalah laba dan sebagai variabel independen adalah penetapan harga jual dalam negeri, harga jual ekspor, volume produksi dan volume ekspor. Dalam model penelitian ini terdapat variabel *intervening* yaitu hasil penjualan yang mempengaruhi variabel dependen (laba) dan laba dari hasil penjualan dianggap sebagai daya saing sebagaimana pada gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Konseptual Penelitian

METODO PENELITIAN

Disain Penelitian dan Analisis Data

Penelitian ini merupakan gabungan antara penelitian deskriptif dan *explanatory*. Jenis penelitian ini

merupakan eksplanatori terapan dengan sifat penelitian gabungan dari verifikatif dan deskriptif (Sekaran 2000; Zikmund, 1997). Penelitian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing perusahaan dianalisis dengan menggunakan regresi linier berganda. Terdapat dua jenis variabel yang digunakan yaitu variabel terikat (Y dan Z) dan variabel bebas (X). Variabel Y menunjukkan pendapatan dan laba. Variabel X yang terdiri dari empat variabel meliputi X1 menunjukkan Harga jual dalam negeri, X2 adalah Harga jual ekspor, X3 adalah volume Produksi, X4 adalah Volume Ekspor. Data yang digunakan dalam analisis adalah data sekunder yang berasal dari laporan tahunan PT Pupuk Indonesia (Persero), Badan Pusat Statistik Indonesia dan Urea Outlook dari Fertecon Analysis.

Hasil penjualan (Y) merupakan fungsi dari kebijakan harga dan distribusi dengan notasi fungsi:

$$Y = f(X1, X2, X3, X4)$$

Laba (Z) merupakan fungsi hasil penjualan (Y) dengan notasi fungsi:

$$Z = f(Y)$$

Model dalam bentuk persamaan:

$$Y = f(X1, X2, X3, X4)$$

$$Y = \beta_0 + \beta_1 * X_1 + \beta_2 * X_2 + \beta_3 * X_3 + \beta_4 * X_4 \tag{3.1}$$

$$Z = f(Y)$$

$$Z = \alpha_0 + \alpha_1 * Y \rightarrow \alpha_0 = 0 \tag{3.2}$$

Keterangan variabel:

- Z = Laba perusahaan industri pupuk urea
- Y = Hasil penjualan perusahaan industri pupuk urea
- X1 = Harga pupuk urea di dalam negeri
- X2 = Harga pupuk urea untuk ekspor
- X3 = Jumlah Produksi
- X4 = Jumlah ekspor pupuk urea
- α_0 dan β_0 = Konstanta (*intercept*)
- $\alpha_1, \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$ = Koefisien (muatan faktor)

Dalam pengolahan data variabel dependen Z diregresikan dengan variable *intervening* Y, sedangkan variable Y diregresikan dengan variable bebas X1, X2, X3 dan X4. Proses regresi pembentukan persamaan dengan metode *pooled data regression model* (Juanda, 2009). Untuk pengujian hubungan antar variabel menggunakan uji statistika dan ekonometrika

(Granger, 1986).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Unsur penting yang dapat daya saing perusahaan bersumber dari (1) sumber dana dan modal, (2) kualitas sumber daya manusia dan (3) teknologi yang digunakan. Dengan laba perusahaan yang cukup dapat digunakan untuk membangun ketiga unsure tersebut dan dapat memperkuat daya saing. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil penjualan dan laba perusahaan diasumsikan dapat mewakili daya saing industry pupuk nasional. Laba yang diinvestasikan kembali dapat digunakan untuk memelihara atau mengganti fasilitas pabrik, meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan membeli teknologi sehingga daya saing menjadi lebih kuat.

Pengaruh variabel X1, X2, X3, dan X4 terhadap Y (Pendapatan)

Hasil uji analisis regresi linier berganda menunjukkan adanya hubungan linier antara variabel prediktor (harga dalam negeri, harga ekspor, volume produksi, volume ekspor) dengan variabel dependen pendapatan. Dapat disimpulkan bahwa harga dalam negeri, harga ekspor, volume produksi, volume ekspor memiliki pengaruh terhadap pendapatan. Coefisien dari model pendapatan menunjukkan bahwa terjadi korelasi antar variabel Harga dalam negeri dan Volume produksi, sedangkan untuk variabel Harga ekspor dan Volume ekspor tidak terjadi korelasi antar variabel independennya.

Hasil penelitian membuktikan bahwa Harga jual dalam negeri, Harga jual ekspor, Volume produksi dan Volume ekspor signifikan berpengaruh terhadap Pendapatan. Namun, apabila dilihat dari pengujian secara parsial terhadap masing-masing variabel tersebut bahwa Harga jual dalam negeri tidak signifikan mempengaruhi hasil penjualan (pendapatan) menunjukkan bahwa harga jual dalam negeri selalu lebih rendah dari harga ekspor. Hasil regresi pada model Laba dengan mengeluarkan variabel Harga jual dalam negeri dari model menunjukkan bahwa variabel Harga ekspor signifikan mempengaruhi laba. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dengan menetapkan harga jual dalam negeri sama dengan harga ekspor akan mempengaruhi laba atau daya saing perusahaan.

Terdapat hubungan yang tinggi antara variabel

dependen (Pendapatan/Y) dengan variabel prediktor (Harga dalam negeri, Harga ekspor, Volume produksi, dan Volume ekspor) dan tidak terjadi autokorelasi pada model regresi.

Pengaruh variabel X1, X2, X3, dan X4 terhadap Y (Laba)

Hasil uji analisis regresi linier berganda menunjukkan tidak adanya hubungan linier antara variabel prediktor (harga dalam negeri, harga ekspor, volume produksi, volume ekspor) dengan variabel dependen laba. Dapat disimpulkan bahwa harga dalam negeri, harga ekspor, volume produksi, volume ekspor tidak memiliki pengaruh terhadap laba. Coefisien dari model laba menunjukkan bahwa terjadi korelasi antar variabel Harga dalam negeri dan Volume produksi, sedangkan untuk variabel Harga ekspor dan Volume ekspor tidak terjadi korelasi antar variabel independennya.

Pengaruh Pendapatan (Y) terhadap Laba (Z)

Hasil uji analisis regresi linier berganda sebagaimana tabel 13 menunjukkan adanya hubungan linier antara variabel prediktor (Pendapatan/Y) dengan variabel dependen (Laba/Z). Dapat disimpulkan bahwa variabel Pendapatan memiliki pengaruh terhadap laba. Koefisien determinan yang didapat dari nilai *adjusted R square* untuk laba sebesar 0.633 berarti 63.3% laba dijelaskan oleh Pendapatan sedangkan untuk sisanya sebesar 36.7% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kenaikan pendapatan akan mempengaruhi laba atau dengan kenaikan Pendapatan setiap Rp Juta per tahun akan meningkatkan Laba perusahaan sebesar Rp Juta dalam satu tahun.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari temuan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa industri urea akan dapat meningkatkan daya saingnya apabila memperoleh laba yang cukup untuk digunakan pengembangan inovasi dan teknologi serta pengembangan pasarnya melalui kegiatan promosi produk yang semuanya memerlukan biaya yang cukup besar. Untuk meningkatkan daya saing diperlukan

dana yang cukup yang berasal dari pendapatan dan laba. Kebijakan penetapan harga dalam negeri sama dengan harga ekspor dan kebijakan peningkatan volume produksi dan volume ekspor akan meningkatkan pendapatan dan laba.

Dari penelitian ini terbukti bahwa Kebijakan harga jual urea dalam negeri (X1) tidak signifikan mempengaruhi hasil penjualan (Y) menunjukkan bahwa penetapan harga jual dalam negeri selalu lebih rendah dibandingkan dengan harga jual ekspor. Sedangkan Kebijakan harga jual ekspor signifikan mempengaruhi laba (Y). Akibat kebijakan harga jual dalam negeri yang rendah industri urea kehilangan kesempatan mendapatkan laba. Dengan kebijakan harga jual dalam negeri sama dengan harga Ekspor akan meningkatkan pendapatan dan laba industri urea sehingga meningkatkan daya saing industri urea nasional.

Disparitas harga jual dalam negeri dengan harga ekspor dapat menimbulkan terjadinya kelangkaan pupuk di pasar dalam negeri pada saat diperlukan. Dengan kebijakan harga jual dalam negeri sama dengan harga jual ekspor maka pasar dalam negeri dan pasar ekspor mempunyai daya tarik yang sama sehingga kelangkaan pupuk dalam negeri tidak terjadi.

Kebijakan distribusi (volume produksi dan volume ekspor) signifikan mempengaruhi hasil penjualan (Y), menunjukkan bahwa kebijakan distribusi yaitu meningkatkan volume produksi dan volume ekspor dapat memperkuat daya saing industri urea nasional.

Hasil penjualan (Y) signifikan mempengaruhi laba (Z) dengan kontribusi hasil penjualan mempengaruhi laba 63,3% dan 36,7% berasal dari pengaruh variabel lain. Laba perusahaan akan mempengaruhi daya saing industri urea nasional.

DAFTAR RUJUKAN

- Allen, B., Hamilton, G. 2000. *Urea Strategy PT.Pupuk Sriwidjaja (Holding)*. Jakarta (ID): Laporan Hasil Studi Konsultan Pemasaran PT Pupuk Sriwidjaja.
- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2012. *Statistik Indonesia Tahun 2011*. Jakarta (ID). Jakarta: BPS.
- Boyd, H.W., Jr, Orville, C.W. Jr. 1992. *Marketing Management: A Strategic Approach*. Illinois (US): Richard D. Irwin, Inc.
- Chen, K., Duan, Y. 1999. *Competitiveness of Agri-food Exports Against ompetitors in Asia: 1980-97*. Canada (CA): Project Report, Department of rural Economy, University of Alberta, Edmond.
- Cravens, Percy, NF. 2003. *Strategic Marketing*. London (GB): Seventh Edition, Mc-Grow Hill Irwin.
- Day, G.S. 1999. *Market Driven Strategy: Process for Creating Value*. Phoenix (US): Free Press a Division of Simon & Schuster, Inc.
- Elenor, V.S. 2002. Urea Price Up on Depleting Inventories and Rising Natural Gas Price. *Journal Chemical Market Report*. 262 (Jul 15):19–20.
- Fertecon. 2013. *Urea Outlook and Ammonia Outlook 2012. Nitrogen Report Magazine London*. Quarter 4(1).
- Hansen, M. 2001. *Manajemen Biaya, Buku II*. Terjemahan Benyamin Molan. Jakarta (ID): Penerbit Salemba Empat.
- Holdershaw, G., Garland. 1997. The Widespread Use of Odd Pricing in the Retail Sector. *Marketing Bulletin*. 1(8): 53–58, Research Note 1.
- Juanda, B. 2009. *Ekonometrika. Permodelan dan Pendugaan*. Bogor (ID). IPB Press.
- Kotabe, M., Helsen, K. 2000. *Global Marketing Management*. Fourth Edition. New York (US): John Wiley & Sons Inc.
- Kotler, P., Armstrong, G. 2008. *Principle of Marketing*. New Jersey (US): 12th Edition. Pearson Prentice- Hall. Inc.
- Kotler, P. 1997. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. New Jersey (US): Prentice-Hall, Inc.
- Mulyadi. 2005. *Sistem Manajemen Strategik Berbasis Balance Scorecard*. Yogyakarta (ID): UPP AMP YPKN. Yogyakarta.
- Parthasaraty, N.S. 1994. *Demand Forecasting for Fertilizer Marketing*. Rome (IT): Food and Agriculture Organization of the United Nations. Rome.
- Price Water House Coopers. 2003. *PT Pupuk Sriwidjaja Performance Audit Report*. Jakarta (ID). Laporan Hasil Audit.
- Pupuk Indonesia (Persero). 2013. *Laporan Tahunan Tahun 2012*. Jakarta (ID). Annual Repot PT Pupuk Indonesia (Persero) Tahun 2013.
- Pupuk Sriwidjaja (Persero). 2009. *Sinergy for Creating Values*. Jakarta (ID). PT Pupuk Sriwidjaja (Persero).
- Purwantini, S., dan Rusdiansyah, A. 2011. *Pengembangan Model Kompetisi penetapan Harga secara Dinamis Berbasis Waktu dan Persediaan Kursi untuk Penerbangan Paralel pada Low Cost Carrier dengan Mempertimbangkan Harga Tiket Kompetitor* [Tesis] Surabaya (ID): Teknik Industri, Institut Teknologi Sepuluh November (ITS).
- Rachbini, W. 2006. Dampak Liberalisasi Perdagangan Pupuk terhadap Kinerja Perdagangan Pupuk dan

- sektor Pertanian di Indonesia [Disertasi]. Bogor (ID): Sekolah Pasca Sarjana, Institut Pertanian Bogor.
- Secapramana, V. 2000. Model dalam Strategi Penetapan Harga. Surabaya (ID): *Unitas* 9(1).
- Sekaran, U. 2000. *Research Methods for Business*. John Wiley & Sons, Inc.
- Stremersch, T. 2002. Strategic Bundling of Products and Prices: A New Synthesis for Marketing. *Journal of Marketing*. 23(66):55–72.
- Sumarwan. 2011. *Perilaku Konsumen. Teori dan Pene- rapannya dalam Pemasara*. Jakarta (ID): Penerbit Ghalia, Jakarta Indonesia.
- Tjiptono, F. 2008. *Pemasaran Strategic*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Widadie, F., dan Sutanto, A. 2012. Model Ekonomi Perberasan: Analisis Integrasi Pasar dan Simulasi Kebijakan Harga. *SEPA* 8(2): 51-182. ISSN: 1829-9946.
- Wil, J.J., Wild, K.L., Han, J.C.Y. 2008. *International Business the Challenges of Globalitation*. New Jersey (US). Pearson Prentice Hall.
- Zaribaf. 2008. Pricing Challenges in Global Marketing: a Model for Export Pricing. *International Journal of Management Perspectives*. 2(1): 24-30. ISSN: 1307-1629.
- Zikmund, W.G. 1997. *Business Research Methods*, Fifth Edition, New York (US). The Dryden Press, USA.