

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini negara Indonesia mengalami situasi perekonomian yang tidak menentu. Hal ini ditimbulkan oleh situasi dan kondisi di Indonesia yang terpuruk dalam masalah krisis yang berkepanjangan terutama pada bidang ekonomi. Eksistensi usaha tidak dapat dihapuskan ataupun dihindarkan dari masyarakat bangsa saat ini. Karena keberadaannya berguna dalam hal penPenjualan untuk masyarakat. Perubahan makro krisis ekonomi mengakibatkan banyak bermunculan bisnis dibidang perdagangan dan jasa sehingga persaingan tidak dapat dihindari. Persaingan yang sangat ketat khususnya untuk bisnis perdagangan sembako, banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap usaha perdagangan harus menempatkan orientasi kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama untuk memenangkan persaingan dengan memberi nilai dan kepuasan kepada pelanggan.

Kebutuhan pokok sangat diperlukan oleh semua masyarakat di Indonesia bahkan di dunia. Usaha sembako merupakan salah satu usaha yang akan terus ada dan selalu menjadi kebutuhan. Minyak goreng adalah salah satu kebutuhan pokok masyarakat Indonesia, selain untuk keperluan rumah tangga, juga banyak digunakan oleh penjual gorengan. Minyak goreng berbahan dasar dari buah sawit maupun buah kelapa. Peneliti akan lebih membahas terkait perubahan harga pada minyak goreng sawit. Minyak goreng yang digunakan bervariasi, seperti minyak goreng kemasan botol, derrigent maupun reffil (isi ulang). Beberapa merek minyak goreng rata-rata diperjual belikan meliputi merk Sunco, Filma, Sovia, Sovia, dll.

Selama 2 tahun terakhir pandemi, minyak goreng curah dan minyak goreng kemasan menunjukkan peningkatan yang signifikan. Harga minyak goreng yang sempat turun di awal tahun 2020 akibat peningkatan angka penularan *Covid-19*, menunjukkan peningkatan terus menerus hingga April 2022 lalu setelah pemberlakuan new normal di pertengahan 2020. Harga Crude Palm Oil (CPO) di

pasar internasional sebagai bahan baku utama minyak goreng di Indonesia menjadi penentu pergerakan harga minyak goreng. Berdasarkan harga CPO dumi yang dirilis oleh PT Kharisma Pemasaran Bersama Nusantara (KPBN), harga CPO turun sebesar -16,89% dibanding periode sebelumnya dari Rp 16.433/kg menjadi Rp 13.981/kg di bulan Mei 2022.

Adanya perubahan harga pada bahan pokok sembako minyak goreng akhir-akhir ini membuat bingungnya para penjual maupun konsumen dalam penentuan harga terkait peraturan perundang-undangan yang dibuat Menteri Perdagangan. Alasannya tidak jauh dari harga CPO yang terus merangkak mulai bulan September 2021 yang membuat masyarakat Indonesia terbebani. Pemerintah berusaha membuat peraturan agar menyejahterahkan masyarakat yang diatur dalam Permendag Nomor 1 tahun 2022 penimbang: yang menyatakan bahwa peraturan menteri perdagangan tentang penyediaan minyak goreng kemasan sederhana untuk kebutuhan masyarakat dalam kerangka pembiayaan oleh badan pengelola dana perkebunan kelapa sawit. Selain itu keluarnya peraturan berturut-turut dimulai saat itu dengan mengeluarkan peraturan dengan penetapan harga Rp. 14.000. Peraturan itu membuat pro kontra di masyarakat khususnya antar penjual dan pembeli. Bahwasannya masyarakat diuntungkan dengan peraturan tersebut tetapi pedagang merasa dirugikan dikarenakan harga yang di dapat selisih jauh dari harga normal yang didapatkan sebelumnya.

Dengan adanya kebijakan tersebut membuat pedagang merasa dirugikan dikarenakan wajib menjual harga sesuai Harga Eceran Tertinggi (HET) untuk semua merk minyak goreng. Dan orang yang memiliki kepentingan langsung dengan penjualan akan memainkan harga untuk kepentingan pribadi. Selain itu, seiring berjalannya waktu minyak goreng menghilang tidak tahu larinya penjualannya kemana bahkan pabrik tidak memiliki stok harga yang dianjurkan oleh pemerintah.

Strategi penjualan yang dipergunakan oleh Toko Sembako ini yang menggunakan Strategi promosi di sosial media khususnya *Facebook*. Metode ini menggunakan asset dan sumber daya masyarakat sebagai dasar untuk pembangunan. Ketidakpastian bisnis mencerminkan dinamika pasar, yaitu persepsi

tentang luas dan dampak perubahan pasar yang drastis (Hilmersson dan Jansson, 2012). Untuk mencapai tujuan itu pelaku usaha harus bersaing dengan ketat untuk merebut konsumen dari pelaku usaha sejenis lainnya dengan mengutamakan kepuasan pelanggan. Kesetiaan konsumen agar tidak hilang, maka perlu mengetahui kelebihan dan kekurangan dalam strategi bauran pemasaran eceran sebagai analisis agar dapat menghasilkan kepuasan konsumen.

Setiap pelaku usaha akan mencatat atau memperkirakan margin yang akan mereka dapatkan. Pelaku usaha akan menilai dari *Gross Profit Margin* (GPM) yang pastinya mengalami naik turun akibat peraturan yang berlaku. Tetapi dapat ditegaskan perubahan *Gross Profit Margin* (GPM) yang signifikan bukan berarti perusahaan mengalami kerugian. Menurut (Fabozzi & Drake, 2009), tujuan dan fungsi rasio margin kotor atau *Gross Profit Margin* (GPM) adalah untuk mengevaluasi efektifitas kegiatan produksi perusahaan. Investor cenderung berfokus pada GMP (penjualan dikurangi HPP) untuk mengetahui pendapatan perusahaan yang secara langsung dihasilkan dari proses manajemen produksi.

Peraturan Kementerian Perdagangan yang disahkan oleh Menteri Perdagangan membuat pro dan kontra antara pedagang dan pembeli. Peraturan Kementerian Perdagangan Nomor 1 Tahun 2022 membahas terkait penyediaan minyak goreng kemasan sederhana untuk kebutuhan masyarakat dalam kerangka pembiayaan oleh Badan Pengelolaan Dana Perkebunan Kelapa Sawit (BPDPKS). Pengecer diwajibkan melakukan penjualan minyak goreng kemasan sederhana kepada konsumen menggunakan Harga Eceran Tertinggi (HET) Rp. 14.000,00 (empat belas ribu rupiah) perliter.

Dengan adanya peraturan tersebut membuat tidak dapat terdistribusi normal. Dikarenakan banyak pengepul masih banyak memiliki stok harga tinggi. Untuk distributor sendiri juga tidak dapat mendistribusikan dengan normal karena bahan baku untuk produksi harga lebih tinggi dari harga jual yang ditetapkan. Selain itu banyak perantara yang menawarkan harga miring meskipun harga diatas HET yang membuat barang di lapangan dengan harga tinggi. Selain itu banyak yang memanfaatkan momen tersebut untuk kepentingan pribadi akhirnya tidak dapat

terdistribusi normal. Oleh karena itu meskipun ada peraturan yang menetapkan HET tetapi tidak ada subsidi pemerintah untuk mengatasi kerugian yang dialami.

Pemilik usaha yang memiliki usaha minyak goreng mengharapkan kebijakan yang dapat mengatasi permasalahan yang ada. Ketika muncul peraturan permendag semua pedagang bingung. Pada saat peraturan muncul, pemilik usaha tidak dapat menjual stok dengan ketentuan yang berlaku dikarenakan stok yang dimiliki memiliki harga beli yang cukup tinggi yang mengakibatkan kerugian. Tetapi ketika barang mulai didistribusikan barang tidak mengatasi permintaan yang ada. Para konsumen menjadi *panic buying* dan memanfaatkan momen tersebut untuk dijual dengan harga yang tinggi dikarenakan stok sedikit tetapi permintaan banyak. Sementara itu pertengahan berganti-ganti peraturan banyak perantara yang memanfaatkan untuk menguasai hasil subsidi minyak goreng. Pemilik usaha mengatur strategi agar penjualan tetap berjalan dengan menganalisa permasalahan.

Peneliti sebelumnya Pemi & Beni (2021) dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Toko Sembako Injek Belanja menggunakan *Asset Based Community Development*” meneliti tentang pengukuran terkait strategi pengembangan usaha toko sembako dengan metode *Asset Based Community Development* (ABCD) dengan melihat perubahan kondisi disaat menggunakan metode tersebut. Peneliti memediasi hubungan antara pencapaian usaha dengan hubungan masyarakat sekitar dan laba yang didapatkan dengan menggunakan metode tersebut.

Selain itu, peneliti sebelumnya Rusdi (2019) dengan judul “Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genteng UD. Berkah Jaya” yang membahas terkait strategi yang cocok dari permasalahan yang dialami, terutama masalah terkait harga.

Setiap Perusahaan pasti menginginkan laba dari usahanya. Berdasarkan permasalahan ini untuk mengetahui perkembangan strategi penjualan di dalam persaingan pemasaran yang cukup ketat. Penelitian ini akan mengetahui *Gross Profit Margin* (GPM) UD. Mulyo Agung dengan menggunakan *invoice* pembelian mulai berdasarkan harga yang didapatkan sebelum peraturan dan sesudah peraturan

yang di terapkan pemerintah. Selain itu akan membahas terkait apakah perusahaan telah mencapai atau menutupi kerugian akibat adanya permasalahan tersebut.

UD. Mulyo Agung merupakan usaha pribadi milik Bapak Harminto dan Ibu Siswati yang berfokus pada bidang penjualan sembako khususnya minyak goreng. UD. Mulyo Agung berlokasi di Ds. Suruh RT17 RW05, Kecamatan Sukodono, Kabupaten Sidoarjo. UD. Mulyo Agung melayani pembelian ecer, grosir, maupun partai dengan berbagai jenis. UD. Mulyo Agung berfokus menjual hanya minyak goreng, gula, dan mie instan. Bisnis ini selalu mengutamakan kepuasan pelanggan dengan terus meningkatkan kualitas pelayanan dan juga barang yang selalu *ready stock*. Penjualan yang dilakukan UD. Mulyo Agung dilakukan secara santai tetapi memahami kondisi pasar yang sedang berlangsung saat itu. Mengikuti *trend* dengan mengandalkan sistem harga terjangkau membuat UD. Mulyo Agung dapat menjual produk lumayan banyak. Mendapatkan laba sedikit tetapi kuantiti yang banyak menghasilkan total laba yang cukup lumayan.

Dari hasil pengamatan penulis dapat dilihat bahwa memang terdapat fenomena yang terjadi pada UD. Mulyo Agung, dimana masalah tersebut ialah terkait strategi penjualan dan perubahan harga terhadap gross profit margin (GPM) minyak goreng. Secara ekstrinsik permasalahan dalam strategi penjualan pada UD. Mulyo Agung adalah terkait masalah strategi atas penjualan minyak goreng. Yang dimana kebijakan yang telah dibuat bisa menjadi kendala dalam pelaksanaannya, terlebih lagi untuk nilai laba usaha. Yang mana dikarenakan adanya covid 19 terdapat kenaikan dan penurunan dari jumlah penjualan pada UD. Mulyo Agung.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut maka judul penelitian ini adalah “Analisi Strategi Penjualan dan Perubahan Harga Terhadap Gross Profit Margin (GPM) Pada Produk Minyak Goreng Periode 2021-2022” Studi kasus ini dilakukan pada UD. Mulyo Agung di Desa Suruh, Kecamatan Sukodono, Kabupaten Sidoarjo.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi penjualan minyak goreng mempengaruhi *Gross Profit Margin* (GPM) UD. Mulyo Agung?
2. Bagaimana strategi yang menjadi prioritas untuk implementasi pada penjualan minyak goreng di UD. Mulyo Agung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas, untuk memperoleh data serta informasi yang diperlukan dalam upaya melakukan analisis, maka adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi penjualan minyak goreng yang berpengaruh pada *Gross Profit Margin* (GPM) UD. Mulyo Agung
2. Untuk mengetahui strategi prioritas untuk diimplementasikan bagi penjualan minyak goreng di UD. Mulyo Agung

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti, penelitian ini dapat memberikan wawasan dan pemahaman tentang sembako terkait perubahan harga dan peraturan yang ditetapkan oleh Kementerian Perdagangan sesuai dengan Undang-undang yang berlaku
2. Bagi Universitas, hasil penelitian dapat digunakan sebagai referensi mahasiswa Akuntansi, penelitian selanjutnya dan tambahan referensi untuk perpustakaan Universitas Internasional Semen Indonesia.
3. Bagi Pelaku Usaha, Secara praktis yang diharapkan sebagai bahan evaluasi bagi pengusaha tahu untuk dapat mengambil keputusan dalam melakukan kegiatan usahanya agar mampu meningkatkan pendapatan usahanya.
4. Bagi Pembaca, hasil penelitian dapat memberikan wawasan dan pemahaman bahwa di dalam bisnis usaha terdapat permasalahan yang datang secara tiba-tiba

1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian dirancang agar peneliti lebih dalam melakukan penulisan, peneliti ini dibagi menjadi lima bab yang telah terperinci sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini memberikan uraian meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori-teori relevan dan digunakan dalam penelitian. Meliputi Landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan hipotesis.

BAB 3 METOLOGI PENELITIAN

Metologi penelitian merupakan metode atau pengambilan sampel yang akan diteliti. Meliputi obyek penelitian, jenis penelitian, teknik penarikan sampel, variabel penelitian dan operasional variabel, dan metode analisis data.

BAB 4 ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang pengujian hipotesis atas pengujian tersebut, serta pembahasan hasil analisis penelitian.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi suatu kesimpulan seluruh hasil peneliti dan saran-saran yang diberikan oleh peneliti untuk penelitiannya.