

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan dunia usaha saat ini menimbulkan persaingan yang ketat dalam menjalankan dunia usahanya, untuk itu dalam menghadapi persaingan suatu perusahaan perlu melakukan kegiatan yang dapat membantu dalam meningkatkan penjualan produk yang dihasilkan perusahaan itu sendiri. Dengan adanya persaingan yang semakin ketat, konsumen dapat mempunyai banyak pilihan untuk produk-produk yang dibutuhkan sesuai dengan keinginan. Oleh karena itu diperlukan kerja sama yang baik dari setiap anggota perusahaan untuk mendukung tercapainya tujuan perusahaan untuk mendapatkan laba, meningkatkan volume penjualan, mempertahankan kelangsungan hidup serta perkembangan perusahaan.

Volume Penjualan menurut Freddy Rangkuti (2009: 207) adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk. Volume penjualan merupakan suatu yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton atau liter. (akses tanggal 22 Maret 2015).

Memasarkan produk kepada konsumen merupakan salah satu kegiatan yang harus dilakukan perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan. Untuk memasarkan produk, perusahaan harus mampu menetapkan harga dengan baik, sehingga produk yang dipasarkan dapat bersaing dengan produk lainnya. Penetapan harga merupakan langkah penting yang harus dilakukan agar target penjualan yang telah ditetapkan sebelumnya dapat tercapai. Produk yang dirancang dengan kualitas terbaik dapat dijual dengan harga tinggi, sehingga mampu menghasilkan laba yang diinginkan dan meningkatkan volume penjualan suatu perusahaan.

Menurut Kotler (2009:67), harga adalah salah satu elemen pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Ketiga variabel ini menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran), namun berbeda dengan harga yang merupakan satu-satunya faktor yang dapat menghasilkan pendapatan (laba) bagi perusahaan.

Harga menjadi salah satu faktor keputusan pembelian masyarakat disamping kualitas dalam memenuhi kebutuhan pokok hidup bahkan keinginan masyarakat itu sendiri. Kebutuhan pokok masyarakat sekarang yang telah diketahui adalah kebutuhan sandang, pangan, pendidikan dan kesehatan, kebutuhan pokok tersebut haruslah dipenuhi guna mempertahankan kelangsungan hidup manusia dan apabila tidak dipenuhi dapat menimbulkan dampak yang negatif. Namun kebutuhan akan berteduh sudah menjadi kebutuhan pokok masyarakat atau kebutuhan yang harus dipenuhi oleh setiap masyarakat. Masyarakat membutuhkan tempat berteduh untuk beristirahat dan berlindung dari cuaca alam atau hal-hal yang tidak diinginkan, dalam hal ini tempat berteduh tersebut adalah rumah. Rumah adalah salah satu kebutuhan pokok masyarakat yang tidak dapat dipungkiri dan harus dipenuhi selain kebutuhan sandang, pangan, pendidikan, dan kesehatan. Pembangunan perumahan untuk kelompok masyarakat menengah dan menengah ke atas cenderung dilakukan oleh para pengembang swasta, yang lebih menekankan pada *profit oriented*. PT Bagus Utama Karya Palembang adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang *Developer dan Contractor*, perusahaan yang kegiatan bisnisnya adalah melakukan pembangunan kompleks-kompleks perumahan yang nantinya akan diperjualbelikan kepada masyarakat. PT Bagus Utama Karya Palembang terletak di jalan Kolonel H. Burlian km 9,5 kompleks kelapa gading center blok 4c4d. Suatu perusahaan harus dapat memilih strategi dan kebijakan yang akan dilakukan dalam mendukung kegiatan pemasaran yang salah satunya dapat dilakukan dengan menetapkan harga dengan tepat dapat mencapai tujuan perusahaan yang telah ditentukan sebelumnya dan memperoleh target dan keuntungan yang maksimal.

Target penjualan merupakan suatu acuan yang telah ditetapkan oleh suatu perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Target penjualan ini sewaktu-waktu dapat berubah melihat perkembangan apakah target penjualan tersebut sudah tercapai atau terealisasi sesuai keinginan. Sedangkan realisasi adalah suatu capaian dari hasil semua penjualan produk perusahaan dalam jangka waktu tertentu dalam hal ini adalah capaian dari PT Bagus Utama Karya Palembang.

Adapun target dan realisasi penjualan PT Bagus Utama Karya Palembang untuk Perumahan Golden Estate adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Target Penjualan dan Realisasi Penjualan Golden Estate**  
**Pada PT Bagus Utama Karya Palembang**

<b>Tahun</b>	<b>Target Penjualan</b>	<b>Realisasi Penjualan</b>
<b>2012</b>	<b>6.173.000.000</b>	<b>4.011.000.000</b>
<b>2013</b>	<b>11.166.000.000</b>	<b>7.165.000.000</b>
<b>2014</b>	<b>16.448.000.000</b>	<b>11.811.000.000</b>

Sumber: PT Bagus Utama Karya Palembang, Tahun 2015

Berdasarkan penjelasan di atas dapat dilihat bahwa realisasi penjualan tidak tercapai terhadap target penjualan yang telah ditetapkan oleh PT Bagus Utama Karya Palembang, maka penulis tertarik untuk membahas hal tersebut dalam laporan akhir dengan judul **“Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Golden Estate Pada PT Bagus Utama Karya Palembang”**.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Setelah melihat keadaan yang terjadi, maka penulis dapat menyimpulkan permasalahan yang dihadapi perusahaan adalah **“Seberapa Besar Pengaruh Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Golden Estate pada PT Bagus Utama Karya Palembang”**.

## **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Pada pembahasan laporan akhir, supaya lebih terarah dan yang akan dibahas tidak menyimpang dari permasalahan yang ada, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan pada:

1. Kebijakan Penetapan Harga
2. Faktor-Faktor yang Menentukan Penetapan Harga

## **1.4 Tujuan dan Manfaat**

### **1.4.1 Tujuan**

1. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap usaha meningkatkan volume penjualan Perumahan Golden Estate pada PT Bagus Utama Karya Palembang.
2. Untuk mengetahui usaha-usaha yang dilakukan dalam meningkatkan volume penjualan melalui penetapan harga Golden Estate pada PT Bagus Utama Karya Palembang.

### **1.4.2 Manfaat**

1. Sebagai sarana dalam praktek penetapan harga terhadap mata kuliah Manajemen Pemasaran yang telah dipelajari dan dapat membantu memecahkan masalah yang ada pada PT Bagus Utama Karya Palembang serta memberikan solusi sebagai jalan keluar dari permasalahan tersebut.
2. Sebagai masukan bagi PT Bagus Utama Karya Palembang dalam meningkatkan volume penjualan Perumahan melalui penetapan harga

## **1.5 METODOLOGI PENELITIAN**

### **1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Pada pembahasan laporan akhir ini, supaya permasalahan yang akan dibahas tidak menyimpang dari permasalahan dan lebih terarah, maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian pada konsumen PT Bagus Utama Karya Palembang dan faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga Perumahan Golden Estate PT Bagus Utama Karya Palembang.

### **1.5.2 Jenis dan Sumber Data**

Menurut Yusi, dan Umiyati (2012: 6), jenis data yang digunakan terbagi dua, yaitu:

1. Data Primer

Data Primer, yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya.

Penulis dalam hal ini menggunakan teknik observasi dan wawancara pada PT Bagus Utama Karya Palembang. Adapun data yang diperlukan adalah perkembangan harga dan volume penjualan dari tahun 2012 sampai tahun 2014.

2. Data Sekunder

Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi.

Data atau informasi yang berasal dari berbagai referensi yang telah penulis kumpulkan seperti: buku-buku pemasaran dan daftar harga yang diberikan perusahaan.

### 1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Metode yang dipakai penulis untuk mendapatkan data yang diperlukan adalah sebagai berikut:

1. Riset Lapangan (*Field Research*)

Yaitu teknik pengumpulan data informasi dengan cara melakukan penelitian langsung ke lapangan atau perusahaan. Penulis dalam hal ini menerapkan metode sebagai berikut:

- a. Wawancara

Menurut Setiawan, (2012: 84), wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (panduan wawancara).

Penulis dalam hal ini melakukan tanya jawab kepada karyawan PT Bagus Utama Karya Palembang.

b. Kuesioner

Menurut Sugiyono, (2008: 199), Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Penulis dalam hal ini menyebarkan kuesioner kepada konsumen Perumahan Golden Estate PT Bagus Utama Karya Palembang.

c. Dokumentasi

Menurut Setiawan, (2012: 98) Metode Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya.

Penulis dalam hal ini mengumpulkan data-data dari brosur-brosur harga Perumahan PT Bagus Utama Karya Palembang dan dari Perusahaan pengembang lain.

2. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara membaca buku-buku dan informasi-informasi yang dibutuhkan dengan masalah yang akan dibahas.

#### **1.5.4 Analisis Data**

Dalam hal ini terdapat 2 variabel, yaitu variabel X dan Y. Dimana variabel X adalah penetapan harga dan variabel Y adalah keputusan pembelian.

1. Teknik Analisis Kualitatif

Merupakan teknik penganalisaan yang tidak dapat diukur dalam skala numeric (Yusi, 2012: 5).

Penulis memperoleh berbagai data kemudian menganalisisnya menggunakan literatur buku yang ada kaitannya dengan permasalahan yang ada.

## 2. Teknik Analisis Kuantitatif

Merupakan teknik penganalisaan yang dapat diukur dalam suatu skala numerik (angka) (Yusi, 2012: 4). Data tersebut akan diolah dengan menggunakan *IBM SPSS Statistic 20*. Dengan melakukan pengujian di bawah ini:

### a. Uji Validitas

Validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Uji validitas digunakan untuk menguji kevalidan kuesioner dan dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner

### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dan variabel atau konstruk.

### c. Uji t

Uji t (parsial) adalah uji yang digunakan untuk menguji kemampuan koefisien parsial, jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak, sehingga variabel independen menerangkan berikutnya. Sebaliknya jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel independen tidak dapat menjelaskan variabel berikutnya, atau tidak ada pengaruh diantara variabel yang diuji.

### d. Analisa Regresi Sederhana

Regresi sederhana adalah suatu pola hubungan yang mempengaruhi fungsi, di mana hanya terdapat satu variabel yang menentukan atau variabel yang mempengaruhi. Menurut Hasan (2002: 219) Untuk dua variabel, hubungan linearnya dapat dinyatakan dalam bentuk persamaan linear, yaitu:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

$Y, X$  = variabel

$a, b$  = bilangan konstan (konstanta)

Dimana,

$X$  = Variabel Harga (Variabel Bebas)

$Y$  = Variabel Keputusan Pembelian (Variabel yang diramalkan atau dipengaruhi).

Hubungan antara dua variabel pada persamaan linear jika digambarkan secara grafis (*scatter diagram*), semua nilai  $Y$  dan  $X$  akan berada pada suatu garis lurus. Dalam ilmu ekonomi, garis itu disebut garis regresi.