

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Perkembangan dunia usaha saat ini menimbulkan persaingan yang semakin ketat. Dengan adanya persaingan yang semakin ketat, konsumen dapat mempunyai banyak pilihan untuk menentukan produk-produk yang dibutuhkan sesuai dengan keinginan mereka. Untuk itu dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, perusahaan-perusahaan yang menghasilkan produk barang maupun jasa harus menggunakan strategi pemasaran yang tepat untuk membantu meningkatkan penjualan produk yang dihasilkan perusahaan itu sendiri. Karena itulah 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. Menurut Ismaya dalam Pratiwi (2010:22), mendefinisikan volume penjualan merupakan penjualan yang berhasil dicapai atau ingin dicapai oleh suatu perusahaan dalam jangka waktu tertentu.

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. Harga merupakan hal penting yang harus dilakukan agar target penjualan yang telah ditetapkan sebelumnya dapat tercapai. Produk yang dirancang dan dipasarkan dengan baik dapat dijual dengan harga tinggi sehingga mampu menghasilkan laba yang besar dan meningkatkan volume penjualan suatu perusahaan.

Menurut Kotler (2009:67), harga adalah salah satu elemen pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Elemen lain tersebut terdiri dari produk, promosi, dan distribusi. Ketiga variabel ini menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran), namun berbeda dengan harga

yang merupakan satu-satunya faktor yang dapat menghasilkan pendapatan (laba) bagi perusahaan.

Pada umumnya rumah adalah salah satu kebutuhan pokok masyarakat yang tidak bisa dipungkiri dan harus dipenuhi selain kebutuhan sandang, pangan, pendidikan dan kesehatan. Pembangunan perumahan untuk kelompok masyarakat menengah dan ke atas cenderung dilakukan oleh para pengembang swasta, yang lebih menekankan pada *profit oriented*. PT Sumber Gaya Azhar adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang *Developer, General Contractors, dan Supplier*. PT Sumber Gaya Azhar terletak di jalan Demang Lebar Daun No. 51 (Rumah Limas) Palembang. PT Sumber Gaya Azhar sendiri telah berdiri kurang lebih 20 tahun dan telah menghasilkan beberapa perumahan di kota Palembang. 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 agar dapat mencapai tujuan perusahaan yang telah ditentukan sebelumnya.

PT Sumber Gaya Azhar bukanlah satu-satunya perusahaan *developer* di kota Palembang, tetapi masih banyak perusahaan *developer* lain seperti PT Satria Graha Nusa, PT Duma Bersaudara Palembang, PT Tirta Basandi, PT Perdana Adi Citra, PT Silampari dan masih banyak perusahaan *developer* lainnya. Dalam menghadapi persaingan yang ketat ini, PT Sumber Gaya Azhar harus mampu menarik minat beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Taman Bukit Azhar, Villa Sungai Buah dan Villa Azhar 2 merupakan beberapa produk perumahan yang ditawarkan oleh PT Sumber Gaya Azhar. Taman Bukit Azhar berada di jalan Letjen Alamsyah Ratu Perwira Negara, Villa Sungai Buah berada di jalan Gotong Royong depan SMPN 42 Palembang, dan Villa Azhar 2 berada di jalan Soekarno Hatta tepatnya di jalan M. Alwie Palembang. Taman Bukit Azhar menawarkan rumah dengan type 48 dan 72, Villa Sungai Buah menawarkan rumah dengan type 36, 45 dan 54, sedangkan Villa Azhar 2 menawarkan rumah dengan type 45, 54, 72, 100 dan 125. Selain Taman Bukit Azhar, Villa Sungai Buah dan

Villa Azhar 2, PT Sumber Gaya Azhar juga menawarkan Villa Azhar 1, Tanah Mas Azhar, Demang Azhar, dan masih banyak yang lainnya. Adapun harga yang ditawarkan PT Sumber Gaya Azhar untuk perumahan Taman Bukit Azhar, Villa Sungai Buah dan Villa Azhar 2 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1
Daftar Harga Penjualan Taman Bukit Azhar
pada PT Sumber Gaya Azhar Palembang

Type Rumah	2011	2012	2013	2014
48/126 m2	325.500.000	473.700.000	473.700.000	528.700.000
72/170 m2	464.500.000	603.100.000	603.100.000	690.000.000

Sumber: *PT Sumber Gaya Azhar, 2015*

Tabel 1.2
Daftar Harga Penjualan Villa Sungai Buah
pada PT Sumber Gaya Azhar Palembang

Type Rumah	2011	2012	2013	2014
36/120 m2	174.000.000	303.000.000	303.000.000	348.000.000
45/120 m2	196.500.000	336.750.000	336.750.000	384.000.000
54/120 m2	219.000.000	370.500.000	370.500.000	420.000.000

Sumber: *PT Sumber Gaya Azhar, 2015*

Tabel 1.3
Daftar Harga Penjualan Villa Azhar 2
pada PT Sumber Gaya Azhar Palembang

Type Rumah	2011	2012	2013
45/150 m2	451.000.000	451.000.000	507.500.000
54/150 m2	487.500.000	487.500.000	546.000.000
72/150 m2	565.000.000	565.000.000	628.000.000
100/150 m2	690.000.000	690.000.000	760.000.000
125/150 m2	799.250.000	799.250.000	875.500.000

Sumber: *PT Sumber Gaya Azhar, 2015*

Harga jual produk yang ditetapkan PT Sumber Gaya Azhar berdasarkan kebijakan biaya-biaya yang telah dikeluarkan perusahaan dalam kegiatan produksi produk, seperti fasilitas-fasilitas yang diberikan, legalitas lokasi yang dipilih, dan biaya-biaya lainnya.

PT Sumber Gaya Azhar mempunyai target penjualan dan volume penjualan dalam unit yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.4
Target Penjualan dan Realisasi Penjualan
Taman Bukit Azhar pada PT Sumber Gaya Azhar (Unit)

Type Rumah	2011		2012		2013		2014	
	Target Penjualan	Realisasi Penjualan	Target Penjualan	Realisasi Penjualan	Target Penjualan	Realisasi Penjualan	Target Penjualan	Realisasi Penjualan
48/126 m2	4	3	5	3	5	4	6	4
72/170 m2	4	3	5	3	6	3	5	1

Sumber: *PT Sumber Gaya Azhar, 2015*

Dilihat dari tabel 1.4 diatas, target penjualan dan volume penjualan per unit dari tahun 2011-2014 belum tercapai dan dapat dilihat target penjualan dan volume penjualan dalam juta rupiah pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.5
Target Penjualan dan Realisasi Penjualan
Taman Bukit Azhar pada PT Sumber Gaya Azhar (Juta Rupiah)

Type Rumah	2011		2012		2013		2014	
	Target Penjualan	Realisasi Penjualan	Target Penjualan	Realisasi Penjualan	Target Penjualan	Realisasi Penjualan	Target Penjualan	Realisasi Penjualan
48/126 m2	1.302	976	2.368,5	1.421,1	2.368,5	1.894,8	3.172,2	2.114,8
72/170 m2	1.858	1.393,5	3.015,5	1.809,3	3.618,6	1.809,3	3.450	690

Sumber: PT Sumber Gaya Azhar, 2015

Tabel 1.6
Target Penjualan dan Realisasi Penjualan
Villa Sungai Buah pada PT Sumber Gaya Azhar (Unit)

Type Rumah	2011		2012		2013		2014	
	Target Penjualan	Realisasi Penjualan	Target Penjualan	Realisasi Penjualan	Target Penjualan	Realisasi Penjualan	Target Penjualan	Realisasi Penjualan
36/120 m2	4	3	5	3	5	4	6	3
45/120 m2	4	3	5	3	6	3	6	4
54/120 m2	3	2	4	2	5	3	5	3

Sumber: PT Sumber Gaya Azhar, 2015

Dilihat dari tabel 1.6 diatas, target penjualan dan volume penjualan per unit dari tahun 2011-2014 belum tercapai dan dapat dilihat target penjualan dan volume penjualan dalam juta rupiah pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.7
Target Penjualan dan Realisasi Penjualan
Villa Sungai Buah pada PT Sumber Gaya Azhar (Juta Rupiah)

Type Rumah	2011		2012		2013		2014	
	Target Penjualan	Realisasi Penjualan	Target Penjualan	Realisasi Penjualan	Target Penjualan	Realisasi Penjualan	Target Penjualan	Realisasi Penjualan
36/120 m ²	696	522	1.515	909	1.515	1.212	2.088	1.044
45/120 m ²	786	589,5	1.683,75	1.010,25	2.020,5	1.010,25	2.304	1.536
54/120 m ²	657	438	1.482	741	1.852,5	1.111,5	2.100	1.260

Sumber: PT Sumber Gaya Azhar, 2015

Tabel 1.8
Target Penjualan dan Realisasi Penjualan
Villa Azhar 2 pada PT Sumber Gaya Azhar (Unit)

Type Rumah	2011		2012		2013	
	Target Penjualan	Realisasi Penjualan	Target Penjualan	Realisasi Penjualan	Target Penjualan	Realisasi Penjualan
45/150 m ²	4	2	5	3	5	3
54/150 m ²	4	2	4	3	3	3
72/150 m ²	3	1	3	2	3	2
100/150 m ²	2	1	1	-	1	1
125/150 m ²	2	1	1	-	1	1

Sumber: PT Sumber Gaya Azhar, 2015

Dari penjelasan diatas, volume penjualan per unit yang ditargetkan dari tahun 2012 sampai 2013 belum tercapai, akan tetapi pada tahun 2014 volume penjualan sudah mencapai target yang diinginkan karena Villa Azhar 2 sendiri juga mempunyai kapasitas atau unit perumahan yang dibangun tergolong tidak banyak dan disini juga hanya rumah type 45 dan type 72 yang belum mencapai target penjualan. Dan untuk volume penjualan dalam juta rupiah dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.9
Target Penjualan dan Realisasi Penjualan
Villa Azhar 2 pada PT Sumber Gaya Azhar (Juta Rupiah)

Type Rumah	2012		2013		2014	
	Target Penjualan	Realisasi Penjualan	Target Penjualan	Realisasi Penjualan	Target Penjualan	Realisasi Penjualan
45/150 m2	1.804	902	2.255	1.353	2.537,5	1.522,5
54/150 m2	1.950	975	1.950	1.462,5	1.638	1.638
72/150 m2	1.695	565	1.695	1.130	1.884	1.256
100/150 m2	1.380	690	690	-	690	690
125/150 m2	1.598,5	799,25	799,25	-	799,25	799,25

Sumber: PT Sumber Gaya Azhar, 2015

Tabel 2.1
Total Target Penjualan dan Realisasi Penjualan
Taman Bukit Azhar pada PT Sumber Gaya Azhar

Tahun	Target Penjualan	Realisasi Penjualan	Persentase Pencapaian
2011	3.160.000.000	2.369.500.000	75%
2012	5.384.000.000	3.230.400.000	60%
2013	5.987.100.000	3.704.100.000	62%
2014	6.622.200.000	2.804.800.000	42%

Sumber: PT Sumber Gaya Azhar, 2015

Tabel 2.2
Total Target Penjualan dan Realisasi Penjualan
Villa Sungai Buah pada PT Sumber Gaya Azhar

Tahun	Target Penjualan	Realisasi Penjualan	Persentase Pencapaian
2011	2.139.000.000	1.549.500.000	72 %
2012	4.680.750.000	2.660.250.000	57 %
2013	5.388.000.000	3.333.750.000	62 %
2014	6.492.000.000	3.840.000.000	59 %

Sumber: PT Sumber Gaya Azhar, 2015

Tabel 2.3
Total Target Penjualan dan Realisasi Penjualan
Villa Azhar 2 pada PT Sumber Gaya Azhar

Tahun	Target Penjualan	Realisasi Penjualan	Persentase Pencapaian
2012	8.427.500.000	3.931.250.000	47%
2013	7.389.250.000	3.945.500.000	53%
2014	7.548.750.000	5.905.750.000	78%

Sumber: PT Sumber Gaya Azhar, 2015

Maka berdasarkan penjelasan diatas, penulis tertarik untuk membahas hal tersebut ke dalam laporan akhir dengan judul

“PENGARUH HARGA TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN PADA PT SUMBER GAYA AZHAR PALEMBANG”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah yang akan penulis kemukakan yaitu “Bagaimana Pengaruh Harga terhadap Peningkatan Volume Penjualan pada PT Sumber Gaya Azhar Palembang”.

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Untuk mempermudah penulis agar tidak terjadi penyimpangan dalam membahas permasalahan yang ada, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasannya yaitu pada pengaruh harga terhadap peningkatan volume penjualan pada PT Sumber Gaya Azhar Palembang.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan dan manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Tujuan Penelitian

Untuk menganalisis bagaimana pengaruh harga terhadap usaha meningkatkan volume penjualan pada PT Sumber Gaya Azhar Palembang.

1.4.2 Manfaat Penelitian

1. Penulis dapat memperoleh pengetahuan mengenai harga secara nyata.
2. Sebagai sarana dalam mempraktekkan dan menerapkan mata kuliah Manajemen Pemasaran yang telah dipelajari dan sebagai masukan bagi PT Sumber Gaya Azhar agar dapat meningkatkan volume penjualan melalui harga.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Untuk mempermudah penulis agar tidak terjadi penyimpangan dalam membahas permasalahan yang ada, maka penulis membatasi ruang lingkup penelitiannya yaitu pada pengaruh harga terhadap peningkatan volume penjualan pada PT Sumber Gaya Azhar Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Menurut Yusi, Syahirman dan Umiyati (2010:6-7), 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, dalam hal ini dengan menggunakan teknik observasi dan wawancara langsung pada PT Sumber Gaya Azhar Palembang. Adapun data yang diperlukan adalah data 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 oleh perusahaan. Data atau informasi yang berasal dari berbagai referensi yang penulis kumpulkan seperti: buku-buku tentang pemasaran, brosur harga yang diberikan oleh perusahaan.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Metode yang dipakai untuk mengumpulkan data yang diperlukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

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

2. Riset Lapangan (*Field Research*)

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

a. Hasil Wawancara

Penulis melakukan wawancara dengan pihak yang terkait yaitu dengan manajer pemasaran PT Sumber Gaya Azhar dan karyawan lain yang dapat memberikan keterangan-keterangan atau informasi tentang data-data yang diperlukan.

b. Dokumentasi

Yaitu teknik pengumpulan data berupa catatan dan buku yang dilakukan oleh penulis

1.5.4 Analisa Data

Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel, yaitu variabel X dan variabel Y. Dimana variabel X adalah harga dan variabel Y adalah volume penjualan.

1. Teknik Analisis Kualitatif

Merupakan teknik penganalisaan terhadap data-data yang bersifat paparan dari berbagai data yang penulis peroleh kemudian menganalisisnya dengan berpedoman pada literatur buku yang ada kaitannya dengan permasalahan yang ada. (Yusi, Syahirman dan Umiyati, 2009:102)

2. Teknik Analisis Kuantitatif

Merupakan teknik analisis data yang diukur dalam suatu skala numeric (angka) dengan melakukan perhitungan-perhitungan sehingga dapat diambil suatu kesimpulan yang akurat. (Yusi, Syahirman dan Umiyati, 2009:102)

a. Koefisien Korelasi

Metode ini digunakan untuk mengukur kuat tidaknya hubungan antara pengaruh harga terhadap volume penjualan atau antara variabel X dan Y.

Adapun rumus korelasi menurut Hasan (2008:235), yaitu:

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \cdot \sqrt{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Dimana :

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Tahun

X = Variabel Independen (Harga)

Y = Variabel Dependen (Volume Penjualan)

Nilai (r) dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$-1 \leq r \leq 1$$

- i. Bila $r = 0$ atau mendekati 0, maka dikatakan bahwa dua variabel itu tidak berkorelasi atau berhubungan.
- ii. Bila $r = 1$ atau mendekati 1, maka dikatakan bahwa dua variabel itu mempunyai hubungan yang kuat dan positif.
- iii. Bila $r = -1$ atau mendekati -1, maka dikatakan bahwa dua variabel itu mempunyai hubungan yang kuat dan negatif.

b. Koefisien Determinasi

Metode ini digunakan untuk mengetahui penyebab perubahan pada variabel Y disebabkan oleh variabel X . Koefisien determinasi ini menjelaskan besarnya pengaruh nilai suatu variabel (variabel X) terhadap naik atau turunnya variabel lain (variabel Y). Adapun rumus koefisien determinasi menurut Yusi dan Idris (2010 : 101), yaitu:

$$KP = R^2 \times 100\%$$

Dimana:

KP = Koefisien Penentu/Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

Dan disini penulis akan meramalkan volume penjualan pada empat tahun mendatang dengan menggunakan metode *last square*. Adapun rumus yang digunakan menurut Maryati (2001:132), yaitu:

$$Y = a + bX$$

Untuk mengetahui dua variabel yang tidak diketahui yaitu variabel a dan b pada persamaan diatas, maka dibutuhkan dua persamaan pembantu yaitu:

$$a = \frac{\sum Y}{n} \quad b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

Dimana:

Y = Nilai ramalan

X = Variabel waktu (tren)

a = Nilai tetap atau nilai konstanta

b = Tingkat kecenderungan dari tren