

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah.

Kebutuhan manusia merupakan kebutuhan yang tak terbatas. Manusia memiliki tiga jenis kebutuhan yaitu kebutuhan primer, kebutuhan sekunder dan kebutuhan teresier. Semua kebutuhan ini merupakan hal terpenting akan kelangsungan hidup manusia itu sendiri terutama kebutuhan pokok. Kebutuhan pokok sendiri terdiri seperti sandang, papan, pangan yaitu kebutuhan akan suatu hal yang penting seperti baju, makanan dan tempat tinggal. Salah satu adalah kebutuhan akan tempat tinggal, tempat tinggal atau biasa disebut rumah merupakan hal yang terpenting sebagai tempat untuk bernaung dan tempat untuk bersoalisasi dengan lingkungan.

Oleh karena itu banyak orang menginginkan tempat tinggal yang layak. Pembangunan perumahan juga merupakan bagian dari rangkaian upaya pembangunan nasional khususnya di bidang kesejahteraan rakyat yang diarahkan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat pada umumnya dan keluarga pada khususnya.

Pada perkembangan yang maju saat ini, rumah tidak hanya sebagai tempat tinggal, tetapi juga untuk menunjukkan status sosial seseorang tersebut. Hal ini menjadi dasar pemikiran bagi para pelaku usaha developer untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen. sehingga adanya kertetarikan konsumen untuk memiliki rumah yang modern dan meningkatkan status sosialnya.

Dengan demikian banyak perusahaan developer yang menawarkan hunian yang aman, mewah, dan memiliki fasilitas yang lengkap supaya memudahkan para konsumen untuk melakukan kegiatannya. Perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang developer banyak sekali bermunculan, khususnya di kota Palembang.

Perusahaan sangat menyadari tingkat persaingan pada industri perumahan sekarang sangat tinggi dan mereka harus mengantisipasi tingkat persaingan tersebut supaya dapat terus bertahan. Untuk itu para developer berlomba-lomba untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Oleh karena itu, peranan pemasar semakin penting dan merupakan ujung tombak setiap perusahaan. Adanya ilmu pemasaran, pihak manajemen perusahaan dapat menentukan strategi pemasaran mana yang paling tepat untuk memasarkan produk yang dihasilkan.

Pemasaran merupakan proses kegiatan mulai dari pemilihan pasar, penciptaan produk, penetapan harga, sistem distribusi, hingga mempromosikan produk. Kumpulan variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan yang digunakan oleh badan usaha untuk mencapai tujuan pemasaran dalam pasar sasaran yang lazim disebut dengan bauran pemasaran (*marketing mix*).

Pengusaha developer ini menggunakan strategi-strategi jitu untuk menarik minat konsumen, strategi yang digunakan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*). Menurut Kotler & Armstrong (2008:48), “Bauran pemasaran atau *marketing mix* adalah perangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan, produk, harga, distribusi, dan promosi yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan dalam pasar sasaran”. Dari salah satu strategi tersebut harga merupakan strategi yang selalu digunakan untuk mempengaruhi para konsumen. Menurut Kotler (2009) harga adalah elemen dalam bauran pemasaran yang tidak saja menentukan profitabilitas tetapi juga sebagai sinyal untuk mengkomunikasikan proporsi nilai suatu produk. Harga sangat sensitif bagi para konsumen untuk menentukan pilihannya, maka dari itu banyak pengusaha memainkan harga jualnya untuk menarik minat konsumennya.

Pada zaman sekarang tidak sedikit uang untuk membeli sebuah hunian terutama hunian yang di impikan, apa lagi di kota metropolitan seperti Palembang harga sebuah rumah sangatlah tidak murah. PT Tiga Putri Mutiara

Palembang adalah perusahaan yang bergerak di bidang *real estate* yang berbentuk hunian atau rumah yang menawarkan perumahan yang mewah, nyaman, dan fasilitas lengkap di tengah kota Palembang dengan harga yang dijangkau oleh konsumen kalangan menengah ke atas. PT Tiga Putri Mutiara Palembang yang beralamat di Jalan Sultan Muhammad Mansur Ruko Green Forest Residence No.1 Palembang. Perusahaan yang berbentuk Perseroan Terbatas berdiri sejak 2002 silam, dengan tingkat pembeli dalam setahun mencapai sekitar ≥ 40 konsumen dalam setahun dengan omzet mencapai $\geq$ Rp. 20.000.0000.000/tahun. Namun dalam kurun waktu 3 (tiga) tahun terakhir tingkat penjualan di PT Tiga Putri Mutiara Palembang mengalami penurunan yang signifikan, tercatat dalam laporan penjualan dalam tahun 2012, 2013 dan 2014:

Tabel 1.1

Pendapatan usaha PT Tiga Putri Mutiara Palembang

Tahun	Jumlah konsumen	Type rumah	Harga/unit
2012	26 orang	Type 47	Rp. 350.000.000
	13 orang	Type 70	Rp. 500.000.000
2013	22 orang	Type 47	Rp. 380.000.000
	9 orang	Type 70	Rp. 550.000.000
2014	23 orang	Type 47	Rp. 480.000.000
	1orang	Type 70	Rp. 650.000.000

Sumber: PT Tiga Putri Mutiara Palembang Tahun 2015.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga dalam menarik minat konsumen untuk memutuskan pembelian rumah di PT Tiga Putri Mutiara Palembang melalui Laporan akhir ini dengan judul: **“Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di PT Tiga Putri Mutiara Palembang”**.

1.2. Perumusan Masalah.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, masalah yang dihadapi developer adalah sebagai berikut:

1. Kurang baiknya Metode Penetapan Harga
2. Metode apakah yang ditetapkan oleh perusahaan kepada konsumen untuk meningkatkan pendapatan penjualan.

Dari rumusan masalah di atas penulis menarik kesimpulan yang menjadi masalah pokok adalah **“Bagaimanakah pengaruh penetapan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di PT Tiga Putri Mutiara Palembang”**.

1.3. Ruang Lingkup Masalah.

Di dalam penulisan Laporan Akhir ini penulis akan memberikan ruang lingkup dan batasan-batasan. Dengan demikian pembahasan laporan yang akan dilakukan lebih terarah dan tidak menyimpang. Pembahasan tersebut dibatasi pada harga dan keputusan pembelian konsumen melakukan pembelian di **PT Tiga Putri Mutiara Palembang**.

1.4. Tujuan dan Manfaat Penulisan.

1.4.1. Tujuan.

Adapun tujuan dari penulisan Laporan Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui sistem penetapan harga yang di terapkan oleh PT TIGA PUTRI MUTIARA Palembang.
2. Supaya Perusahaan (developer) dapat menetapkan harga sesuai dengan kemampuan konsumen.

1.4.2. Manfaat.

Hasil dari penulisan Laporan Akhir ini dapat bermanfaat bagi beberapa pihak antara lain:

1. Penulis.

Memperoleh pengetahuan tentang metode penetapan harga yang dilakukan perusahaan untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

2. Perusahaan.

Dapat memberikan masukan sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam memilih metode penetapan harga.

1.5. Metodologi Penulisan.

1.5.1. Ruang Lingkup Penelitian.

Dalam menyusun Laporan Akhir ini, penulis melakukan penelitian pada PT TIGA PUTRI MUTIARA Palembang, Jalan Sultan Muhammad Mansyur ruko green forest residence NO.1 PALEMBANG.

Penelitian ini memiliki 2 (dua) variabel yang terdiri dari *variabel independen* (variabel bebas) adalah variabel dapat mempengaruhi variabel lain dengan simbol (X) yaitu harga dan *variabel dependennya* (variabel terikat) adalah variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen dengan simbol (Y) yaitu keputusan pembelian konsumen PT TIGA PUTRI MUTIARA PALEMBANG.

1.5.2. Jenis dan Sumber Data.

Dalam penulisan Laporan Akhir ini, penulis melakukan pengambilan data menurut sumbernya, yaitu:

1. Sumber Primer

Menurut Sugiyono (2013:193) sumber primer adalah sumber daya yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

Data primer yang diperoleh adalah data dari hasil kuesioner yang mengajukan beberapa pertanyaan kepada konsumen yang telah melakukan pembelian rumah di PT TIGA PUTRI MUTIARA PALEMBANG.

2. Sumber Sekunder

Menurut Sugiyono (2013:193) sumber sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

Data sekunder yang diperoleh yaitu melalui buku-buku pedoman yang disusun oleh para ahli yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

1.5.3. Teknik Pengumpulan Data.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah sebagai berikut:

a. *Field research* (Riset Lapangan)

Yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengadakan kunjungan secara langsung ke lokasi perusahaan yang dijadikan objek penelitian dengan maksud agar dapat mengetahui sejauh mana penerapan teori dan prakteknya.

b. *Library research* (Riset Kepustakaan)

Yaitu penelitian dengan jalan membaca dan mempelajari buku-buku literature yang penulis jadikan sebagai landasan teori untuk pembahasan selanjutnya.

Adapun teknik yang penulis gunakan untuk mendapatkan data tersebut dengan cara:

a. Wawancara (*interview*)

Menurut Sugiyono (2010:194) Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan

untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal yang lebih mendalam.

Wawancara dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan langsung kepada pimpinan perusahaan PT TIGA PUTRI MUTIARA dan karyawan dibidang pemasaran yang berhubungan dengan masalah penetapan harga.

b. Kuesioner (angket)

Menurut Sugiyono (2013:199) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Kuesioner dibagikan kepada konsumen yang telah memutuskan pembelian di PT TIGA PUTRI MUTIARA PALEMBANG.

1.5.4. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiono (2013:115) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Populasi disini diambil dari konsumen PT Tiga Putri Mutiara yang telah melakukan pembelian di PT Tiga Putri Mutiara Selama tahun 2014 yaitu 24 Orang.

b. Sampel

Sugiyono (2013:116) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi karena terbatas dana, tenaga dan waktu.

Penulis mengambil sampel dari kosumen yang telah membeli rumah di PT TIGA PUTRI MUTIARA PALEMBANG selama 2014 yaitu sebanyak 24 Orang, maka penulis menggunakan sampel jenuh.

Menurut Sugiono (2013:122) sample jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini dilakukan bila populasi kurang dari 30 Orang.

1.5.5. Analisa Data.

Dalam punulisan Laporan Akhir ini penulis menggunakan metode analisis Kualitatif dan Kuantitatif.

A. Metode Kualitatif.

Menurut sugiyono (2013:14) metode kualitatif adalah metode penelitian berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara gabungan.

B. Metode Kuantitatif.

Menurut sugiyono (2013:13) metode penlitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandasan pada fisafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu yang dilakukan secara random dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Yang akan diolah secara manual dengan menggunakan rumus-rumus statistik.

Hasil dari pengolahan tersebut akan diperoleh informasi yang signifikan mengenai pengaruh penetapan harga dan keputusan pembelian konsumen dalam membeli suatu produk. Untuk lebih jelas dapat dilihat rumus-rumus statistik yaitu:

A. Regresi sederhana

Menurut Ridwan (2008: 244) Kegunaan uji regresi sederhana adalah untuk meramalkan memprediksi variable terikat (y) bila variabel bebas (X) diketahui. Rumus persamaan regresi sederhana:

$$Y = a + bX$$

dimana:

Y = subjek variabel terikat yang diproyeksikan.

X = variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu untuk diprediksi

A = nilai konstanta harga y jika x = 0

B = nilai arah sebagai penentu ramalan (prediksi) yang menunjukkan nilai peningkatan (positif) atau nilai penurunan (negatif) variabel Y.

B. Korelasi

Korelasi yang digunakan adalah Pearson Product Moment menurut Ridwan (2008:27) Pearson Product Moment adalah mencari hubungan variabel bebas (x) dengan variabel terikat (y) dan data berbentuk interval dan ratio.

Rumus yang digunakan

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

Keterangan:

r = nilai hubungan

$\sum$ = Total

X = Nilai variabel independent

Y = Nilai variabel dependent

N = Jumlah Responden

C. Skala Pengukuran.

Sugiono (2013:133) Skala pengukuran dengan menggunakan Skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang berupa pertanyaan ataupun pernyataan.

Tabel 1.2
Skala Pengukuran

No.	Keterangan	Bobot
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Setuju (S)	4
5	Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Sugiyono (2013:133)

Untuk melakukan pengukuran kuesioner dilakukan dengan cara rumus persentase. Menurut Sudijonoo (2008:43) menghitung persentase jumlah jawaban digunakan suatu pendekatan statistikal yang menggambarkan persentase jawaban.

Rumus persentase jawaban tersebut, yaitu:

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

P= angka persentase

F= Frekuensi yang sedang dicari persentasenya

N= Number of Cases (Jumlah persentase/banyaknya individu)