

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul**

Pada dasarnya harga merupakan sebuah atribut dalam pengambilan keputusan konsumen untuk membeli suatu produk. Hal ini akan menyebabkan persaingan harga dari berbagai merek yang tersedia di pasar, sehingga konsumen lebih sensitif terhadap perubahan harga cenderung akan beralih ke merek lain yang lebih murah.

Dalam manajemen pemasaran strategi dalam memasarkan produk yang dapat digunakan, yakni bauran pemasaran. Bauran pemasaran menurut Kotler dan Keller yang diterjemahkan oleh Benyamin Molan (2012:23), dapat diartikan bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah perangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengejar tujuan pemasarannya. Komponen yang terdapat di dalam bauran pemasaran meliputi: *product, price, place, promotion*.

Harga merupakan salah satu komponen yang terdapat di dalam bauran pemasaran. Harga tidak serta merta menentukan produk itu dapat bersaing ataupun tidak, tetapi harga dapat mempengaruhi produk itu dapat bersaing ataupun tidak dengan produk lainnya yang sejenis.

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 tercapai.

Beras memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia dipandang dari aspek ekonomi, tenaga kerja, lingkungan hidup, sosial, budaya dan politik. Beras merupakan makanan pokok masyarakat Indonesia. Data dari Badan Pusat Statistik menunjukkan produksi beras meningkat dari tahun 2014 produksi beras sebesar 70.846.465 menjadi 75.397.841 ton pada

tahun 2015. Tak heran jika sektor perdagangan beras menjadi salah satu sektor perdagangan yang diminati oleh para pengusaha.

Campur tangan pemerintah dalam ekonomi perberasan antara lain dilakukan melalui lembaga pangan yang bertugas melaksanakan kebijakan pemerintah di bidang perberasan baik yang menyangkut aspek pra produksi, proses produksi, serta pasca produksi. Salah satu lembaga pangan yang diberi tugas pemerintah untuk menangani masalah pasca produksi, khususnya dalam bidang harga, pemasaran dan distribusi adalah Badan Urusan Logistik (Bulog).

Bulog adalah lembaga pemerintah yang dibentuk pada tahun 1967 yang ditugaskan pemerintah untuk mengendalikan stabilitas harga dan penyediaan bahan pokok, terutama pada tingkat konsumen. Peran Bulog tersebut dikembangkan lagi dengan ditambah mengendalikan harga produsen melalui instrumen harga dasar untuk melindungi petani padi. Dalam perkembangan selanjutnya, peran Bulog tidak hanya terbatas pada beras saja tetapi juga pada pengendalian harga dan penyediaan komoditas lain seperti gula pasir, tepung terigu, kedelai dan pakan ternak, minyak goreng, telur dan daging serta juga bumbu-bumbuan, yang dilakukan secara insidental terutama saat situasi harga meningkat.

Selain itu Perum BULOG merupakan salah satu BUMN yang bertugas untuk mengelola bahan pangan, seperti beras. BULOG juga berperan dalam penyerapan beras dari petani. Perum Bulog saat ini tidak hanya menjual raskin (beras miskin), tetapi juga menjual beras kualitas premium yang ditujukan untuk bisnis komersil.

Perum BULOG Divisi Regional Sumsel dan Babel adalah salah satu Perum Bulog yang menjual beras premium dengan kualitas rendah hingga kualitas tinggi. Hal ini tentu akan mempengaruhi volume penjualan karena minat masyarakat yang berbeda serta harga yang ditawarkan berbeda pula.

Volume penjualan yang tinggi dapat meningkatkan kesempatan beras yang diserap Bulog bagian komersil semakin banyak sehingga dapat

menampung hasil panen petani, oleh karena itu perlu diadakan penelitian mengenai **“Pengaruh Elastisitas Harga Terhadap Volume Penjualan Beras Komersil di Perum BULOG Divisi Regional Sumsel dan Babel”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang pemilihan judul yang telah diuraikan di atas, maka identifikasi permasalahan yang akan dibahas penulis yaitu:

1. Bagaimana pengaruh elastisitas harga terhadap volume penjualan pada Perum BULOG Divisi Regional Sumsel dan Babel?
2. Pada tahun berapa volume penjualan meningkat berdasarkan pengaruh harga?

## **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas, agar penulisan laporan akhir ini terarah dan tidak menyimpang, maka penulis membatasi pembahasan pada pengaruh harga terhadap volume penjualan beras komersil pada Perum BULOG Divisi Regional Sumsel dan Babel.

## **1.4 Tujuan dan Manfaat**

### **1.4.1 Tujuan**

Tujuan yang hendak dicapai penulis dalam penulisan ini yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh elastisitas harga pada Perum BULOG Divisi Regional Sumsel dan Babel.
2. Untuk mengetahui pada tahun berapa volume penjualan meningkat berdasarkan pengaruh elastisitas harga pada Perum BULOG Divisi Regional Sumsel dan Babel.

### **1.4.2 Manfaat**

Adapun manfaat yang diperoleh dari penulisan proposal laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau bahan pertimbangan bagi Perum BULOG Divisi Regional Sumsel dan Babel dalam kegiatan perusahaannya.

2. Bagi Penulis

Mendapatkan bahan untuk membuat Laporan Akhir, menambah ilmu pengetahuan tentang harga, serta dapat menerapkan teori-teori tentang pemasaran yang didapat selama perkuliahan.

3. Bagi Pembaca

Laporan ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk melakukan pembuatan jenis laporan yang serupa, yaitu mengenai pengaruh harga terhadap volume penjualan beras komersil.

## **1.5 Metodologi Penelitian**

### **1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Penulis melakukan penelitian di Perum BULOG Divisi Regional Sumsel dan Babel di Jalan Perintis Kemerdekaan No. 1 Duku Ilir Timur II Palembang. Penelitian ini meliputi tentang pengaruh elastisitas harga terhadap volume penjualan beras pada Perum BULOG Divisi Regional Sumsel dan Babel. Dimana objek penelitian yang digunakan yaitu koefisien korelasi dan koefisien elastisitas penawaran.

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

Dalam penulisan laporan akhir, penulis menggunakan dua macam data berdasarkan cara memperolehnya yaitu data primer dan data sekunder. Adapun penjelasan jenis data berdasarkan cara memperolehnya tersebut, yaitu:

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2016:109) data primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya.

Data primer diperoleh dari perusahaan yaitu berupa dokumentasi dan wawancara dengan pihak-pihak terkait.

## 2. Data Sekunder

Menurut Yusi (2016:109) Data sekunder yaitu data yang di peroleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah lama bentuk publikasi.

Data sekunder yang diambil oleh penulis diperoleh dari Perum BULOG Divisi Regional Sumsel dan Babel seperti sejarah perusahaan, struktur organisasi, dan data volume penjualan dalam 4 tahun terakhir (2014-2017).

### 1.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam kegiatan pengumpulan data, penulis melakukan riset lapangan dan riset kepustakaan yaitu dengan teknik-teknik pengumpulan data sebagai:

#### 1. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca, mempelajari serta mengutip kalimat dan pendapat para ahli dari buku-buku literatur, jurnal dan artikel yang dianggap penting bagi penulis dan berhubungan dengan judul yang diambil dalam pembuatan laporan akhir ini. Selain itu juga dapat digunakan sebagai landasan teori yang digunakan sebagai pedoman dan evaluasi dalam penelitian ini.

#### 2. Riset Lapangan (*Field Research*)

##### a. Wawancara

Menurut Sugiyono dalam Esterberg (2016:384) mendefinisikan wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

Wawancara yang penulis lakukan bertujuan untuk mengetahui bagaimana kualitas produk beras yang mempengaruhi volume penjualan. Dalam hal ini wawancara langsung dilakukan di Bagian Komersial Perum BULOG Divisi Regional Sumsel dan Babel mengenai bagaimana pengaruh kualitas produk bulog terhadap volume penjualan beras di Perum BULOG Divisi Regional Sumsel dan Babel.

##### b. Dokumentasi

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

## **1.7 Analisa Data**

Rumus yang digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antara harga dan volume penjualan adalah rumus Koefisien Korelasi. Koefisien Korelasi yaitu rumus yang dilakukan untuk mengukur keeratan hubungan antara variabel (X) sebagai variabel bebas dan variabel (Y) sebagai variabel terikat.

### **1. Teknik Analisis Kualitatif**

Menurut Sugiyono dalam Creswell (2016:347) menyatakan bahwa “penelitian kualitatif berarti proses eksplorasi dan memahami makna perilaku individu dan kelompok, menggambarkan masalah sosial atau masalah kemanusiaan. Proses penelitian mencakup membuat pertanyaan penelitian dan prosedur yang masih bersifat sementara, mengumpulkan data pada seting partisipan, analisis data secara induktif, membangun data yang parsial ke dalam tema, dan selanjutnya memberikan interpretasi terhadap makna suatu data. Kegiatan akhir adalah membuat laporan ke dalam struktur yang fleksibel.

Analisis kualitatif merupakan penganalisaan terhadap data-data yang bersifat paparan mengenai data yang penulis peroleh kemudian menganalisisnya dengan berpedoman pada literatur buku yang ada kaitanya dengan permasalahan yang ada (Yusi, 2009:120).

### **2. Teknik Analisis Kuantitatif**

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

#### **a. Koefisien Korelasi**

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

Menurut Yusi (2016:150), adapun rumusnya sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum_{i=1}^n X_i Y_i - \sum_{i=1}^n X_i \sum_{i=1}^n Y_i}{\sqrt{n \sum_{i=1}^n X_i^2 - (\sum_{i=1}^n X_i)^2} \sqrt{n \sum_{i=1}^n Y_i^2 - (\sum_{i=1}^n Y_i)^2}}$$

Dengan koefisien korelasi dapat ditunjukkan kuatnya hubungan antara dua variabel. Koefisien korelasi ( $r$ ), adalah suatu ukuran relatif dari hubungan diantara dua variabel. Nilai koefisien ini bervariasi dari 0 sampai dengan +1. Koefisien korelasi 0 berarti tidak ada hubungan, dan koefisien korelasi +1 menunjukkan adanya hubungan sempurna. Bila lebih besar dari 0, maka kedua variabel itu mempunyai hubungan positif. Sebaliknya jika koefisien korelasi tersebut lebih kecil dari 0, maka kedua variabel itu mempunyai korelasi negatif.

**Tabel 1.1**  
**Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi**  
**Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

b. Koefisien Penentu

Koefisien penentu digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi yang diberikan variabel harga ( $X$ ) kepada variabel volume penjualan ( $Y$ ).

$$\text{KP} = (r)^2 \times 100\%$$

Dimana:

KP = Koefisien Penentu

r = Koefisien Korelasi

Untuk dapat memberikan interpretasi terhadap kuatnya hubungan itu, maka dapat digunakan pedoman seperti yang tertera pada tabel berikut:

**Tabel 1.2**  
**Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi**  
**Koefisien Penentu**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0 – 20 %	Sangat Rendah
21 – 40 %	Rendah
41 – 60 %	Sedang
61 – 80 %	Kuat
81 – 100 %	Sangat Kuat

c. Elastisitas Penawaran

Pindyck dan Rubinfeld mengatakan (2014:39) Elastisitas Harga Penawaran adalah persentase perubahan dalam kuantitas penawaran yang diakibatkan adanya peningkatan 1 persen pada harga. Elastisitas ini biasanya positif karena harga yang lebih tinggi memberikan insentif bagi produsen untuk meningkatkan output.

Koefisien Elastisitas Penawaran dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Es = \frac{\text{Persentasi perubahan jumlah barang yang ditawarkan}}{\text{Persentasi Perubahan Harga}}$$

Untuk tujuan penghitungan rumus tersebut perlu diubah menjadi:

$$Es = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q}$$

Keterangan:

$E_s$  : koefisien elastisitas penawaran

$\Delta P$  : perubahan harga

$\Delta Q$  : perubahan jumlah penawaran

$Q$  : jumlah penawaran awal

$P$  : harga awal