

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Berdasarkan data brin.go.id perekonomian Indonesia di tahun 2023 menurut Tim Kajian Outlook Ekonomi di Organisasi Riset Tata Kelola Pemerintahan, Ekonomi dan Kesejahteraan masyarakat mengatakan bahwa pertumbuhan ekonomi di Indonesia diproyeksikan sebesar 4,9 – 5,2%, sedangkan angka inflasi 3,25 - 3,75%. Dengan keadaan perekonomian dalam era globalisasi membuat Indonesia harus memperbaiki pertumbuhan perekonomian diantaranya dengan cara membuka usaha sendiri, mendorong perkembangan UMKM.

Persaingan bisnis UMKM menjadi semakin tajam, baik pasar domestic maupun pasar global. Serta daya beli konsumen semakin terbatas dalam memilih suatu produk dengan mempertimbangkan aspek penawaran harga untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Perusahaan dituntut agar mampu untuk menciptakan strategi bersaing yang tepat untuk bisa menjangkau harga sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Pada umumnya, pelaku usaha di Indonesia terdiri dari: perusahaan, koperasi, BUMN, korporasi, importer, pedagang, distributor/ritel, dan lain lain.

Menurut dataindonesia.id mengemukakan bahwa perkembangan UMKM khususnya toko ritel di Indonesia pada tahun 2021 mencapai 3,61 juta, jumlah itu menurun 11,85% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebanyak 4,1 juta unit bisnis ritel. Berdasarkan dari data tersebut menunjukkan bahwa terjadi kompetisi dalam penawaran harga yang ditetapkan oleh pelaku bisnis ritel.

Penetapan harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi daya beli konsumen, karena penetapan harga itu adalah sendiri hal yang penting untuk diperhatikan sebagai kesempurnaan sebuah usaha atau bisnis apapun, dikarenakan menjadi keunggulan bisnis dari para pesaing. Menurut Tjiptono (2008), pengertian penetapan harga adalah pemilihan yang dilakukan perusahaan terhadap tingkat harga umum yang berlaku untuk produk tertentu, relatif terhadap tingkat harga para pesaing.

Menurut Kotler & Armstrong (2008), terdapat lima indikator yang menjelaskan tentang variabel harga, yaitu: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat, harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan. Faktor yang dapat mempengaruhi tingkat harga yaitu diantaranya keadaan perekonomian, penawaran dan permintaan, elastisitas permintaan, persaingan, biaya, tujuan perusahaan dan pengawasan pemerintah.

Adapun penetapan harga harus memenuhi permintaan pasar konsumen sebagai serangkaian kegiatan proses pembelian yang ditemukan. Menurut Helga Drumond (2005) pengertian “keputusan pembelian adalah mengidentifikasi semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan persoalan itu dan menilai pilihan-pilihan secara sistematis dan obyektif serta sasaran-sasarannya yang menentukan keuntungan serta kerugiannya masing-masing.”

Menurut Kotler & Keller (2012), indikator pada keputusan pembelian yaitu tujuan dalam membeli sebuah produk, pemrosesan informasi untuk sampai ke pemilihan merek, kemantapan pada sebuah produk, memberikan rekomendasi kepada orang lain, dan melakukan pembelian ulang.

Permasalahan di Toko Cemara Dua Margaasih menyangkut konsumen tidak melakukan pembelian ulang karena harga yang lebih mahal daripada pesaing sebagaimana tersaji pada tabel 1.1 sebagai berikut:

Tabel 1.1  
Data Barang dan Harga

No	Barang	Satuan	Harga Toko Cemara Dua (Rp.)	Harga Toko Riski Damawi (Rp.)	Selisih Harga (Rp.)
1	Benang 500 Y TB	Lusin	24.000	21.000	3.000
2	Plastik OPP 07 DP 30x40	Pcs	340	330	10
3	Obras BNG poly warna	Pcs	7.500	5.000	2.500
4	KC PDH monas	Pack	68.000	57.000	11.000
5	JRM DB organ	Pcs	16.000	14.500	1.500
6	Perepet 4" WRNSET	Rol	213.000	205.000	8.000

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa harga pada Toko Cemara Dua diatas harga yang disajikan oleh Toko Riski Damawi, dengan selisih harga benang 500 y tb sebesar Rp. 3,000, selisih harga plastic opp 07 dp 30x40 sebesar Rp. 10, selisih harga obras bng poly warna sebesar Rp. 2.500, selisih harga kc pdh monas sebesar Rp. 11.000, selisih harga jrm db organ sebesar sebesar Rp. 1.500, dan selisih harga perepet 4" wrnset sebesar Rp. 8.000.

Barang dan harga akan saling berkaitan, karena harga akan mencerminkan kualitas barang, maka dari itu jika harga barang mahal dan tidak menyesuaikan para pesaing, maka akan mengakibatkan penjualan menjadi turun. Tujuan dalam

pembelian produk terjadinya fluktuasi persentase penjualan pada Toko Cemara Dua Margaasih, sebagaimana tersaji pada tabel 1.2 sebagai berikut:

Tabel 1.2  
Data Penjualan Toko Cemara Dua Margaasih  
(Dalam pcs)

Tahun 2022 - 2023					
No	Bulan	Data Penjualan (pcs)	Total Penjualan (Rp.)	Kenaikan/ Penurunan (Rp.)	Persentase Kenaikan/ Penurunan
1	Agustus	6.968	1.397.389.425	-	-
2	September	6.383	1.264.203.965	-133.185.460	-9,54%
3	Oktober	5.822	1.099.475.830	-164.728.135	-13,04%
4	November	5.816	1.146.151.125	46.675.295	4,24%
5	Desember	6.481	1.260.325.298	114.174.173	9,96%
6	Januari	6.306	1.251.941.090	8.384.208	-0,067%

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa Toko Cemara Dua mengalami degradasi penurunan pada bulan September 2022 sebesar 9,54%, lalu pada bulan Oktober 2022 juga mengalami penurunan yang signifikan yaitu sebesar 13,04%, lalu terjadi kenaikan pada bulan November sebesar 4,24%, dan disusul dengan bulan Desember kembali terjadi kenaikan sebesar 9,96%, dan terjadi penurunan kembali pada bulan Januari 2023 sebesar 0,067%.

Atas permasalahan tersebut, disebabkan oleh:

1. Penetapan harga, dalam hal keterjangkauan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan toko ritel lainnya, dan kurangnya kompetisi harga dengan pesaing di daerah sekitar Margaasih. Disebabkan akumulasi biaya biaya yang dikeluarkan oleh Toko Cemara Dua Margaasih tergolong tinggi.

2. Keputusan pembelian, dalam hal daya saing harga, dikarenakan Toko Cemara Dua Margaasih ingin meningkatkan laba yang diperoleh sehingga harga produk yang dijual menjadi tinggi.

Berdasarkan pernyataan diatas, disebabkan karena penyebab keterjangkauan penetapan harga yang tinggi dibandingkan toko ritel lainnya dan kurangnya kompetisi harga dengan pesaing yang mengakibatkan harga yang tidak dapat bersaing. Faktor harga merupakan faktor yang lebih dulu untuk diperhatikan, kemudian disesuaikan dengan kemampuannya sendiri. Pada akhirnya pemilik toko diharapkan bisa memposisikan diri untuk merubah harga sesuai dengan keinginan dan kebutuhan para konsumen dan harga dapat bersaing dengan toko ritel lainnya. Dengan begitu, Toko Cemara Dua akan menjadi toko ritel yang dapat menyesuaikan harga sesuai dengan keinginan dan kebutuhan para konsumen dan harga dapat bersaing dengan toko ritel lainnya.

Dengan demikian peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian dengan mengambil judul “Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Cemara 2 Margaasih”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana gambaran umum dari Toko Cemara Dua?
2. Bagaimana kondisi penetapan harga di Toko Cemara Dua?
3. Bagaimana kondisi keputusan pembelian pada Toko Cemara Dua?
4. Seberapa besar pengaruh penetapan harga terhadap keputusan pembelian?
5. Bagaimana hambatan dan upaya untuk mengatasi hambatan penetapan harga?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui gambaran umum dari Toko Cemara Dua
2. Mengetahui kondisi penetapan harga di Toko Cemara Dua
3. Mengetahui kondisi keputusan pembelian pada Toko Cemara
4. Mengetahui seberapa besar pengaruh penetapan harga terhadap keputusan pembelian
5. Mengetahui hambatan dan upaya untuk mengatasi hambatan penetapan harga

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

### **1. Bagi Peneliti**

Hasil penelitian ini memberikan manfaat bagi peneliti untuk menambah wawasan mengenai seberapa besar pengaruh penetapan harga terhadap keputusan pembelian konsumen.

## **2. Bagi Produsen**

Sebagai bahan pertimbangan bagi produsen untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumennya, dan diharapkan lebih bijak dalam menerapkan strategi harga di masa yang akan datang.

## **3. Bagi Konsumen**

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi gambaran dan pertimbangan bagi konsumen tentang hal yang perlu untuk diperhatikan sebelum membeli suatu produk. Dengan begitu konsumen diharapkan menjadi lebih cerdas dalam memutuskan pembelian suatu produk.

## **4. Bagi Akademik**

Menambah wawasan dan dapat bahan tambahan untuk dijadikan referensi mahasiswa/i.

### 1.5 Lokasi dan lamanya Penelitian

Lokasi objek yang diteliti yaitu Toko Cemara Dua yang bertempat di Margaasih. Penelitian ini dilakukan dari bulan Januari 2023.

Tabel 1.3  
Jadwal Penelitian  
Tahun 2023

No	Keterangan																								
	Tahap Persiapan		Januari				Februari				Maret				April				Mei				Juni		
1	Penjajagan		■																						
	Studi Kepustakaan		■				■																		
	Pengajuan Judul						■																		
	Seminar (Usulan Penelitian)										■														
2	Tahap Penelitian																								
	Observasi										■				■										
	Wawancara										■														
	Pengolahan Data										■				■										
	Analisis Data										■				■										
3	Tahap Penyusunan																								
	Pembuatan Laporan														■				■						
	Sidang Skripsi																		■						
	Revisi Skripsi																		■						

Sumber: Data diolah peneliti