

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Globalisasi ekonomi tidak dapat dihindari, seperti yang terjadi beberapa dekade terakhir. Kehadiran Indonesia dalam peta perekonomian memerlukan kemampuan untuk berkembang sebagai kekuatan ekonomi baru. Perkembangan ekonomi yang pesat menuntut para pelaku ekonomi untuk siap dan mampu mengikuti perkembangan ekonomi akibat globalisasi perekonomian. Perkembangan globalisasi ekonomi juga membuat dunia usaha tidak dapat berkembang dengan cepat sekalipun. Tidak dapat dipungkiri bahwa perubahan dalam usaha sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor baik internal maupun eksternal.

Indonesia aktif di segala bidang. Hal ini ditunjukkan dengan pesatnya perkembangan perdagangan besar yang ditandai dengan peningkatan produksi komersial, baik besar maupun kecil, sehingga menimbulkan persaingan antar pemain di daerah tersebut. Untuk menghadapi persaingan dan tantangan tersebut, maka perusahaan yang menghasilkan produk dan jasa harus menggunakan strategi pemasaran yang tepat agar perusahaan dapat menghadapi persaingan dalam usahanya dengan mencapai tujuan pemasaran dan keuntungan perusahaan.

Perkembangan dunia usaha pada masa lalu, masa kini, bahkan masa depan tidak terlepas dari peran para pelaku usaha dan wirausaha dalam menjalankan

perusahaanya. Pesatnya perkembangan dunia usaha yang mengakibatkan tingginya permintaan pasar dan barang yang diperlukan, mendorong para pelaku ekonomi untuk terus berinovasi memenuhi kebutuhan konsumen agar konsumen tidak lari.

Biaya menjadi dasar penetapan harga karena tingkat harga yang tidak menutupi biaya akan mengakibatkan kerugian. Sebaliknya, jika tingkat harga melebihi seluruh biaya, termasuk biaya produksi, baik biaya operasional maupun non operasional akan menghasilkan keuntungan. Berapapun harga yang ditetapkan, pasti harus diperhitungkan biayanya. Penetapan harga biasanya dilakukan dengan beberapa perubahan untuk menguji pasar, jika pasar menerima penawaran tersebut berarti harga tersebut sudah sesuai. Tetapi jika mereka menolak, maka harga tersebut perlu diubah.

Harga sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dalam hal ini penilaian harga dikatakan mahal, murah atau rata-rata. Beberapa konsumen mempunyai pendapat yang berbeda-beda karena tergantung pada lingkungannya masing-masing. Keputusan penetapan harga memainkan peran kunci, yaitu harga membantu pembeli mengambil keputusan untuk mencapai keuntungan yang diharapkan dan konsumen tidak lupa membandingkan harga dengan berbagai cara.

Pelaksanaan kegiatan pemasaran tentunya tidak terlepas dari faktor promosi, penetapan harga produk, dan saluran distribusi. Setiap produk yang dihasilkan harus ditentukan bagaimana sampai ke tangan konsumen dalam

jumlah dan waktu yang tepat serta harga yang sesuai merupakan salah satu upaya bagi perusahaan dalam melaksanakan pemasaran secara efektif.

Pemasaran yang efisien akan mempengaruhi faktor lain, misalnya harga produk lebih terjangkau sehingga persaingan akan lebih mudah dihadapi. Apabila perusahaan salah memilih saluran distribusi akan mengakibatkan produk yang di pasarkan tidak mencapai sasaran sehingga tidak dapat mencapai penjualan menurun. Apabila keadaan tersebut dibiarkan berlarut-larut, maka perusahaan akan mengalami kerugian.

Persaingan yang semakin ketat antara kompetitor, adanya kompetitor lain di daerah yang sama selain Toko Bangunan Mulya 2, seperti Toko Bangunan Padasuka dan Toko Bangunan AMJ. Sehingga terjadinya daya saing harga dan harus melakukan pemasaran yang tepat untuk meningkatkan persaingan.

**Tabel 1. 1**

**Perbandingan Harga**

| No | Nama Barang         | Harga      |          |
|----|---------------------|------------|----------|
|    |                     | Toko Mulya | Toko AMJ |
| 1  | Semen SCG           | 65.000     | 60.000   |
| 2  | Paku                | 17.000     | 16.000   |
| 3  | Pasir               | 330.000    | 300.000  |
| 4  | Seplit / Batu Belah | 450.000    | 450.000  |
| 5  | Poster Beton        | 12.000     | 12.000   |
| 6  | Bata Merah          | 650        | 700      |

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik toko bahwa toko ini memasarkan produknya masih secara konvensional dimana penawaran produk kepada pelanggan dilakukan secara langsung dengan menggunakan cara

normal yang biasa dilakukan sebelumnya, karena keterbatasan strategi yang digunakan membuat jangkauan pasar sedikit sehingga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk membeli pada toko kita.

Perilaku konsumen akan mempengaruhi proses pengambilan keputusan dalam pembelian mereka. Pengambilan keputusan merupakan salah satu aktivitas yang dilakukan oleh setiap individu, setiap saat, dan di mana saja, termasuk keputusan yang berkaitan dengan kegiatan pribadi. Mempengaruhi pengambilan keputusan pembeli dengan efektif akan berdampak pada pengambilan keputusan yang kita dapatkan. Keputusan pembeli, baik individu maupun organisasi, adalah tindakan yang dilakukan secara sadar, logis, dan terencana. Keputusan pembeli merupakan langkah untuk mengatasi masalah.

Keputusan pembelian yang dilakukan oleh pembeli dimulai jauh sebelum terjadi proses pembelian dan memiliki dampak yang berkelanjutan setelah pembelian dilakukan. Pemasar harus melakukan penelitian terhadap pelanggan untuk mengetahui jenis permasalahan atau keinginan dan kebutuhan yang muncul, faktor-faktor apa yang memicu kebutuhan tersebut dan bagaimana kebutuhan tersebut mengarah pada produk atau layanan tertentu.

Toko bangunan atau yang disebut toko material adalah tempat yang menyediakan produk untuk membeli semua bahan yang diperlukan seperti kayu, baja, pasir, cat, seng, triplek, paku, semen, batu bata, dan lain-lain, dengan perkembangan yang terus menerus, toko yang menjual bahan bangunan akan selalu menjadi penting. Namun kebangkitan industri konstruksi

saat ini membuat kegiatan di industri konstruksi kini menghadapi persaingan yang semakin ketat, terutama dari persaingan komersial.

Toko Bangunan Mulya 2 Sumedang merupakan sebuah perusahaan penyedia produk yang bergerak di bidang ritel bahan bangunan dengan menyediakan kebutuhan untuk membangun dan merenovasi rumah mulai dari bahan bangunan dasar, perkayuan hingga perlengkapan rumah tangga. Toko Bangunan Mulya 2 Sumedang ini berlokasi di Pasanggrahan, Padasuka, Sumedang Utara.

Usaha-usaha dari Toko Bangunan Mulya 2 Sumedang tersebut berjalan dengan lancar, namun banyak nya pesaing sehingga harus membuat perbaikan dan peningkatan di bidang pemasaran. Dalam mengadakan perbaikan dan peningkatan kegiatan di bidang pemasaran, harus dilaksanakan secara terencana atau dengan kata lain perusahaan harus menentukan kebijakan pemasaran yang tepat.

Toko Bangunan Mulya 2 Sumedang menyadari bahwa persaingan dalam bidang ritel bahan bangunan saat ini semakin ketat sehingga memerlukan strategi yang tepat dan efektif untuk menghadapinya. Salah satu upaya untuk mengimbangi persaingan adalah penetapan harga.

Sampai saat ini, Toko Bangunan Mulya 2 Sumedang belum menetapkan metode apa pun untuk mengklasifikasikan kebijakan harga. Hal ini berdasarkan hasil survei peneliti yang menunjukkan sampai saat ini belum ada metode khusus yang digunakan untuk mengendalikan penetapan harga cat

tembok pada Toko Bangunan Mulya 2 Sumedang, hal ini juga sering kali mengganggu penjualan yang diterapkan.

Cat tembok tersedia dalam berbagai jenis, merek, dan kemasan masing – masing dengan kelebihan dan kekurangannya. Banyak faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih jenis cat tembok yang diinginkan. Oleh karena itu peneliti ingin mempertimbangkan klasifikasi antara jenis cat yang satu dengan jenis cat lainnya, cat mana yang paling mahal dan cat mana yang memiliki harga paling murah untuk dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan hasil penjajakan yang dilakukan pada Toko Bangunan Mulya 2 Sumedang terdapat penurunan omset pada periode 2023 sebagai berikut:

**Tabel 1. 2**

**Data Omset Toko Bangunan Mulya 2 Sumedang 2023**

| <b>No</b> | <b>Bulan</b> | <b>Target</b> | <b>Omset</b>  | <b>Persentase</b> |
|-----------|--------------|---------------|---------------|-------------------|
| 1         | Januari      | Rp 60.000.000 | Rp 50.482.000 | 84%               |
| 2         | Februari     | Rp 60.000.000 | Rp 49.400.000 | 82%               |
| 3         | Maret        | Rp 60.000.000 | Rp 46.600.000 | 78%               |
| 4         | April        | Rp 60.000.000 | Rp 46.000.000 | 77%               |
| 5         | Mei          | Rp 60.000.000 | Rp 43.000.000 | 72%               |
| 6         | Juni         | Rp 60.000.000 | Rp 47.650.000 | 79%               |
| 7         | Juli         | Rp 60.000.000 | Rp 46.000.000 | 77%               |
| 8         | Agustus      | Rp 60.000.000 | Rp 35.000.000 | 58%               |
| 9         | September    | Rp 60.000.000 | Rp 42.200.000 | 70%               |

*Sumber : Toko Bangunan Mulya 2 Sumedang 2023*

Berdasarkan tabel 1.1 pada bulan Januari hingga September 2023 menunjukkan bahwa adanya ketidakstabilan kenaikan penurunan omset di Toko Bangunan Mulya 2 Sumedang setiap bulannya yang cukup signifikan.

Adapun permasalahan yang dihadapi adalah tentang keputusan pembelian, yaitu:

#### 1. Pilihan merek

Pembeli harus memutuskan merek mana yang akan dibeli, karena setiap merek mempunyai perbedaannya masing – masing. Dalam hal ini perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih merek. Contohnya: Pembeli yang ingin membeli produk cat tetapi pembeli bingung terhadap merek apa yang akan dibeli karena banyaknya pilihan merek cat yang tersedia di Toko Bangunan Mulya 2 Sumedang.

Permasalahan tersebut disebabkan karena penetapan harga, yaitu:

#### 1. Keterjangkauan harga

Harga yang ditetapkan sesuai dengan target pasar yang dipilih. Contohnya: Harga yang ditetapkan untuk produk cat memiliki harga yang cukup mahal sehingga pembeli memilih produk dengan harga terjangkau yang disesuaikan dengan anggaran pembeli.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk mengambil judul:

### **“PENGARUH PENETAPAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO BANGUNAN MULYA 2 SUMEDANG”**

#### **1.2 Perumusan Masalah**

- a. Bagaimana gambaran umum Toko Bangunan Mulya 2 Sumedang?
- b. Bagaimana pelaksanaan penetapan harga pada Toko Bangunan Mulya 2 Sumedang?

- c. Bagaimana kondisi keputusan pembelian pada Toko Bangunan Mulya 2 Sumedang?
- d. Berapa besar pengaruh penetapan harga terhadap keputusan pembelian di Toko Bangunan Mulya 2 Sumedang?
- e. Bagaimana hambatan yang dihadapi dan usaha apa yang dilakukan di Toko Bangunan Mulya 2 Sumedang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mengetahui gambaran umum Toko Bangunan Mulya 2 Sumedang.
- b. Mengetahui pelaksanaan penetapan harga yang dilakukan Toko Bangunan Mulya 2 Sumedang.
- c. Mengetahui kondisi keputusan pembelian yang dilakukan Toko Bangunan Mulya 2 Sumedang.
- d. Mengetahui berapa besar pengaruh penetapan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Bangunan Mulya 2 Sumedang.
- e. Mengetahui hambatan apa yang dihadapi dan usaha apa yang dilakukan untuk mengatasi hambatan tersebut.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian terdiri dari kegunaan teoritis dan kegunaan praktis. Melalui penelitian yang dilakukan diharapkan dapat bermanfaat yaitu sebagai berikut:

a. Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengalaman serta bahan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu penelitian dalam menerapkan teori-teori yang peneliti peroleh selama perkuliahan di Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung.

b. Kegunaan Praktis

1) Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta wawasan mengenai penerapan ilmu serta teori-teori yang telah diperoleh selama masa perkuliahan dalam praktek dunia usaha dan untuk melengkapi salah satu syarat dalam menempuh sidang sarjana jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung.

2) Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Toko Bangunan Mulya 2 Sumedang dalam menyelesaikan permasalahan yang berkaitan dengan penetapan harga untuk keputusan pembelian.

3) Bagi Pihak Lain

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi para pembaca dalam menambah wawasan bagi ilmu pengetahuan serta pelengkapan data dan referensi untuk penelitian selanjutnya.

## **1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian**

### **a. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti melakukan penelitiannya dengan cara menangkap peristiwa yang terjadi dari objek yang diteliti. Lokasi penelitian ini dilakukan di Toko Bangunan Mulya 2 Sumedang yang berlokasi di Pasanggrahan, Padasuka, Kec. Sumedang Utara, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat 45621

### **b. Lamanya Penelitian**

Lamanya penelitian untuk mengumpulkan data, mengolah data, sampai memperoleh data dilaksanakan selama:

