

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap daerah memiliki kemampuan masing-masing. Sungai yang mengalir melalui bentang alam ini juga menawarkan peluang pemanfaatan, salah satunya penambangan batu yang sering dimanfaatkan untuk pembangunan infrastruktur. Baik bangunan pribadi, swasta dan pemerintah. Karang sungai dan pasir adalah contoh nyata dari penambangan batu. Di Kabupaten Blitar, Provinsi Jawa Timur, semua bahan galian tersebut dieksplorasi dan dikelola oleh pihak swasta. Tata kelola sektor swasta pasti menghasilkan pendapatan bagi daerah, baik yang terkait langsung dengan daerah maupun pemerintah daerah. Untuk hal-hal yang berkaitan secara langsung dengan lokasi, seperti desa. Tetapi lokasi galian ini lumayan jauh dengan pemukiman masyarakat atau desa. Pengelola seringkali memberi kesempatan kepada masyarakat sekitar untuk mencari nafkah dengan bekerja sebagai "pengumpul batu" di tambang galian tersebut. Pengelolaan bahan tambang di kawasan ini telah berlangsung selama beberapa tahun. Ketersediaan dan potensi bahan tambang ini sangat menjanjikan. Hingga saat ini, ketersediaan batu *andesit* masih tersedia di area penambangan ini, meski sudah sekian lama diambil. Seperti potensi sumber daya alam lainnya, Blitar memiliki banyak potensi pertambangan, seperti pasir, besi, *trails*, *bentonit*, *kaolin*, *feldspar*, *zeloit*,

ballclay, batu kapur, *andesit* dan *piropihiliyt*. Pihak swasta menggunakan tenaga mekanik berupa alat berat, seperti ekskavator, untuk memeriksa material tambang batu *andesit* dari dalam sungai. Ekskavator sering digunakan untuk pengerukan dari sungai, sehingga digunakan alat berat jenis ini. Selain itu dalam pengambilan batu *andesit* ini juga menggunakan tenaga manusia. Semua pekerjaan yang menggunakan mesin, terutama alat berat, mempekerjakan operator dan operator diambil langsung dari desa tempat tambang berada, karena banyak warga yang memiliki keterampilan sebagai operator. Selain itu, untuk jasa angkutan truk, pastikan menggunakan truk berupa truk yang semuanya berasal dari masyarakat sekitar yang ekonominya lebih cocok untuk memiliki truk tersebut.

Tujuan perusahaan dalam meningkatkan hasil penjualan yang telah tercapai harus memakai metode atau teknik yang digunakan sebagai pedoman, khususnya dalam bidang pemasaran. Strategi pemasaran merupakan pendekatan yang paling tepat dalam upaya meningkatkan penjualan, cara yang paling efektif untuk menetapkan harga bisa melalui saluran promosi dan distribusi untuk penyediaan barang dan jasa yang bisa memberikan kepuasan kepada konsumen. Dari beberapa strategi pemasaran tersebut, dalam hal ini *pricing* dan *promotion* periklanan merupakan bagian penting dan memiliki dampak yang semakin meningkatkan hasil penjualan. Peningkatan volume penjualan tidak hanya bergantung pada promosi yang dilakukan oleh perusahaan, tetapi juga tergantung pada penetapan harga. Oleh karena itu, perusahaan harus

memuaskan konsumen dengan mengikuti perkembangan dan melihat kondisi pasar saat ini. Promosi dalam bentuk penetapan harga dan periklanan yang direalisasikan oleh perusahaan diharapkan dapat meningkatkan penjualan. Agar perusahaan dapat memanfaatkan iklan dan penetapan harga dengan efektif, langkah pertama yang perlu diambil adalah melakukan perencanaan yang cermat sebelum melaksanakan kegiatan tersebut. Dalam proses perencanaan ini, semua faktor yang terkait dengan penetapan harga perlu dipertimbangkan dengan seksama sehingga apa yang dilaksanakan dapat berhasil dengan baik. Tentunya, ini harus disesuaikan dengan tujuan periklanan agar mampu memikat calon konsumen, yang pada nantinya akan memunculkan minat mereka untuk melakukan pembelian produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Penetapan harga yang ditetapkan memiliki signifikansi yang besar dalam suatu tawaran harga, karena dapat mempengaruhi penerimaan atau penolakan terhadap tawaran tersebut. Dalam tender suatu proyek pertama kali yang dilihat dari harga yang ditawarkan, apakah harga yang ditawarkan sudah masuk dalam rencana anggaran proyek tersebut, jika harga yang ditawarkan masuk dalam anggaran ada kemungkinan dapat memenangkan proyek tersebut. Jadi, penetapan harga yang telah ditetapkan harus memenuhi persyaratan dalam tender suatu proyek. Secara umum, penetapan harga memiliki tujuan mencari keuntungan agar perusahaan dapat beroperasi. Di tengah persaingan yang semakin ketat, mencapai keuntungan maksimal menjadi semakin sulit dalam praktiknya.

Oleh karena itu, manajemen bisa mengarahkan tujuan penetapan harga ke aspek lain, seperti orientasi pada volume untuk strategi mengatasi persaingan, tujuan stabilisasi harga berdasarkan strategi menghadapi kompetisi, atau bahkan tujuan berfokus pada citra melalui program diferensiasi produk atau layanan segmen pasar khusus. Tidak seperti tujuan orientasi pada volume dan stabilisasi, perusahaan menambah fokus pada tugas-tugasnya, karena harus mampu mengevaluasi langkah-langkah yang diambil oleh pesaingnya.

Proses keputusan pembelian adalah langkah untuk memutuskan apakah akan melakukan pembelian atau tidak, termasuk dalamnya adalah menentukan barang atau jasa yang akan dibeli. Keputusan ini dipengaruhi oleh pengalaman dan aktivitas sebelumnya. Konsumen membeli barang dan jasa dengan tujuan memenuhi berbagai keinginan dan kebutuhan. Barang dan jasa itu sendiri tidaklah sepenting kebutuhan dan keinginan manusia yang terpenuhinya. Yang dibeli konsumen bukanlah barangnya sendiri, tetapi kemampuan barang tersebut untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Perbedaan mendasar antara kebutuhan dan keinginan terletak pada sifatnya. Kebutuhan adalah sesuatu yang menjadi keharusan bagi manusia, sedangkan keinginan lebih terkait dengan hasrat untuk memiliki sesuatu, baik dalam waktu dekat maupun di masa yang akan datang. Saat memutuskan merk yang akan dipilih, konsumen akan mempertimbangkan informasi dan faktor-faktor tertentu. Dari sini, keputusan dapat diambil untuk memilih merk tertentu yang sesuai dengan

preferensi mereka. Keputusan tentang penjualnya konsumen menentukan keputusan produk tersebut akan dibeli di mana yang biasanya dilakukan berdasarkan kepercayaan terhadap penjualnya. Keputusan tentang jumlah pembelanjaan, konsumen memutuskan untuk seberapa banyak produk tersebut akan dibeli berdasarkan kebutuhan dan keinginannya. Keputusan tentang waktu pembelian Konsumen memutuskan kapan ia harus melakukan pembelian. Cara pembayaran Keputusan yang diambil konsumen tentang cara pembayaran yaitu apakah tunai atau cicilan.

Pecah Batu merupakan salah satu usaha pengilangan batu tenaga mesin yang berumur 7 tahun terhitung sejak pendiriannya di tahun 2015 lalu. Pecah Batu ini mengolah dan menjual hasil pertambangan berupa batuan andesit yang diolah menjadi batu split. Pecah Batu memproduksi dan menjual batuan split yang berukuran 0-5 mm, 5-10 mm, 10-20 mm, 20-30 mm dan pasir. Pecah Batu ini memiliki 6 karyawan yang memiliki bagian masing-masing. Pecah Batu terletak di Dusun Pacuh, Desa Penataran, Kecamatan Nglegok, Kabupaten Blitar. Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang telah penulis uraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait pengaruh penetapan harga terhadap keputusan pembelian konsumen. Sehingga penulis ingin melakukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pecah Batu Blitar)”**.

B. Permasalahan

Pecah Batu mematok harga murah, sehingga persaingan yang

terjadi di pasar akan tumpang tindih dan lama kelamaan kondisi pasar akan terdistorsi. Pelaku usaha yang menentukan harga di bawah harga pasar yang berlaku, seharusnya ada kesepakatan penetapan harga antar pelaku usaha agar sesuai dengan harga yang berlangsung di pasar untuk melindungi kepentingan umum dan membatasi adanya persaingan. Masalah yang terjadi pada Pecah Batu yang sudah dijelaskan dapat memicu Pecah Batu untuk dapat menerapkan strategi yang tepat dalam mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian, perlu diidentifikasi faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan faktor mana yang paling dominan yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Tabel 1.1

Data Penjualan Pecah Batu

No	Tahun	Jumlah Barang
1	2017	6.519 m ³
2	2018	5.125 m ³
3	2019	4.223 m ³
4	2020	4.899 m ³
5	2021	5.005 m ³

Sumber : Pecah Batu, 2022

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat di tahun 2017 penjualan pada Pecah Batu mengalami jumlah peningkatan penjualan yang sangat drastis dikarenakan harga yang ditetapkan lebih rendah. Kemudian di tahun 2018 mengalami sedikit penurunan penjualan di karenakan ada kerusakan dengan mesin pemecah batu sehingga proses penggilingan batu menjadi terhambat dan di tahun 2019 sampai dengan 2020 mengalami jumlah

penurunan penjualan yang sangat signifikan karena harga yang ditetapkan lebih tinggi sehingga barang yang terjual lebih menurun dan pada saat itu adanya pandemi Covid-19 telah menyebabkan kerugian yang sangat banyak. Namun, pada tahun 2021, meskipun kenaikan penjualan tidak signifikan, jumlah barang yang terjual mengalami sedikit peningkatan dikarenakan penetapan harga yang lebih baik atau bahkan strategi pemasaran yang lebih efektif pada tahun tersebut dan dapat lebih menarik konsumen sehingga mendorong mereka untuk membeli lebih banyak ke Pecah Batu.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian permasalahan yang telah disampaikan, maka peneliti merumuskan masalah bagaimana Penetapan Harga Pecah Batu mempengaruhi keputusan pembelian?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka tujuan penelitian adalah untuk menganalisis Penetapan Harga Pecah Batu terhadap keputusan pembelian.

E. Kegunaan Penelitian

Berikut ini adalah beberapa hal positif yang diharapkan akan diperoleh melalui pelaksanaan penelitian ini:

1. Bagi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar:

Sebagai tambahan informasi bacaan bagi seluruh kalangan mengenai Ilmu Manajemen Pemasaran khususnya dibidang lokasi dan penetapan

harga terhadap keputusan pembelian.

2. Bagi Pihak Manajemen Pecah Batu Blitar:

Kesimpulan dan saran dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan dan masukan bagi pihak manajemen atau pengelola untuk mengembangkan lokasi dari Pecah Batu serta untuk memilih penetapan harga yang baik dan lebih optimal yang akan berdampak pada peningkatan keputusan pembelian.

3. Bagi Peneliti Berikutnya:

Bisa digunakan sebagai materi dan acuan dalam melakukan penelitian yang memiliki topik serupa.