

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan pasar saat ini ditandai dengan persaingan yang ketat karena relatif banyak barang yang sejenis yang ditawarkan untuk memenuhi suatu kebutuhan sehingga merupakan “*buyers market*” (jumlah pembeli lebih dominan daripada jumlah penjual). Hal inilah yang mendorong produsen untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai agar ia dapat menghadapi situasi persaingan tersebut. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh suatu perusahaan bukan hanya pengembangan produk yang baik, saluran distribusi yang luas, dan promosi yang gencar, melainkan yang penting juga adalah penetapan harga yang menarik dan membuatnya terjangkau oleh konsumen.²

Fenomena ini yang sering terjadi di dalam usaha toko bangunan, dimana konsumen membeli barang dengan jumlah besar dan mengharapkan ada potongan harga dari pembelian tersebut. Banyak pedagang yang ingin mengambil keuntungan dari pembelian barang dengan jumlah besar dari konsumen, namun jika pembeliannya berupa semen dengan jumlah yang besar pedagang memberikan potongan harga supaya konsumen jika membeli barang dengan jumlah yang besar agar tetap membeli barang di toko tersebut.

² Rustam Efendi, *Produksi Dalam Islam* (Yogyakarta: Magistra Insania Press, 1003), hlm

Dimana harga pada produk bangunan ini mempengaruhi volume dalam penjualan. Harga menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi pemasaran suatu produk.

Harga merupakan salah satu factor penting yang mempengaruhi pemasaran suatu produk. Tinggi rendahnya harga selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mereka mencari suatu produk, sehingga harga yang ditawarkan menjadi bahan pertimbangan khusus, sebelum mereka memutuskan untuk membeli barang maupun menggunakan suatu jasa. Dari kebiasaan para konsumen, strategi penetapan harga sangat berpengaruh terhadap penjualan maupun pemasaran produk yang ditawarkan.³

Kesalahan dalam penentuan harga dapat menimbulkan berbagai konflik dan konsekuensi yang dampaknya berjangkauan jauh. Tindakan penetapan harga yang melanggar etika dapat menyebabkan para pedagang tidak disukai oleh para pembeli, para pembeli bisa menjauhi para pedagang tersebut bahkan para pembeli dapat melakukan suatu reaksi yang dapat menjatuhkan nama baik pedagang.⁴

Penetapan harga barang menjadi suatu strategi kunci dalam berbagai perusahaan sebagai konsekuensi dari deregulasi, persaingan global yang kian sengit, rendahnya pertumbuhan di banyak pasar, dan peluang bagi perusahaan untuk memantapkan posisinya di pasar. Harga mempengaruhi kinerja keuangan dan juga sangat mempengaruhi persepsi pembeli dan penentuan posisi merek. Harga menjadi suatu ukuran tentang mutu produk

³ Ismail Nawawi, *Islam dan Bisnis*, (Surabaya: VIV Press, 2011), hlm. 751.

⁴ Muhammad Birusman Nuryadin, *Harga Dalam Perspektif Islam*, Mazahib, Vol. IV, No. 1 (Juni, 2007), hlm. 86.

bila pembeli mengalami kesulitan dalam mengevaluasi produk-produk yang kompleks.⁵

Tabel 1.1
Lampiran keuangan Toko Bangunan Irisant Jaya Tahun 2018 - 2020

Bulan	2018	2019	2020
Januari	Rp. 40.465.000 jt	Rp. 35.996.500 jt	Rp. 30.350.000 jt
Februari	Rp. 28.750.000 jt	Rp. 38.816.900 jt	Rp. 21.005.750 jt
Maret	Rp. 38.352.000 jt	Rp. 35.393.100 jt	Rp. 32.873.500 jt
April	Rp. 37.851.500 jt	Rp. 32.928.550 jt	Rp. 33.769.000 jt
Mei	Rp. 20.995.450 jt	Rp. 40.806.450 jt	Rp. 34.355.000 jt
Juni	Rp. 33.253.300 jt	Rp. 28.299.050 jt	Rp. 39.505.000 jt
Juli	Rp. 40.797.650 jt	Rp. 37.992.750 jt	Rp. 27.462.100 jt
Agustus	Rp. 40.150.700 jt	Rp. 35.473.200 jt	Rp. 26.198.000 jt
September	Rp. 36.005.450 jt	Rp. 33.304.150 jt	Rp. 30.287.500 jt
Oktober	Rp. 37.675.900 jt	Rp. 29.869.400 jt	Rp. 35.613.900 jt
November	Rp. 36.906.050 jt	Rp. 30.591.700 jt	Rp. 22.050.000 jt

Sumber: Lampiran Keuangan Toko Irisant Jaya 2020

⁵ David W. Cravens, *Pemasaran Strategis Edisi Ke Empat jilid 2* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 1998),

Tabel 1.1**Lampiran Keuangan Toko Bangunan Irisant Jaya Tahun 2018-2020**

Desember	Rp. 40.847.500 jt	Rp. 33.571.000 jt	Rp. 21.456.500 jt
Jumlah	Rp. 432.050.500 jt	Rp. 378.042.750 jt	Rp. 343.469.525 jt

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa penjualan di Irisant Jaya selalu mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Penjualan pada tahun 2017 mengalami penurunan sebesar Rp. 54.007.750,- dari tahun 2016. Dan pada tahun 2018, penurunan penjualan kembali terjadi sebesar Rp. 34.753.225,- dari tahun 2017. Apabila harga turun karena kurangnya permintaan suatu barang, jika banyaknya permintaan maka harga tersebut mengalami kenaikan.

Alasan memilih Toko Bangunan Irisant Jaya untuk diteliti karena peneliti ingin mengetahui bagaimana owner/ pemilik toko menetapkan harga pada suatu barang dan pembeli akan mencari toko material bahan bangunan dengan harga yang sesuai dan terjangkau untuk memenuhi kebutuhannya, maka perlu usaha toko bahan bangunan perlu memberikan harga yang tepat dan bisa dijangkau oleh konsumen.

Tabel 1.2**Data penjualan barang Toko Bangunan Irisant Jaya per 3 Bulan 2019**

No.	Barang	Bulan			Jumlah
		April	Mei	Juni	
1	Semen @ Rp. 51.000	100	93	80	Rp. 13.923.000

Tabel 1.2
Data penjualan barang Toko Bangunan Irisant Jaya per 3 Bulan 2020

2	Papan @ Rp. 10.000	97	120	150	Rp. 3.670.000
3	Cat @ Rp. 150.000	50	40	30	Rp. 18.000.000
4	Besi @ Rp. 58.000	80	98	150	Rp. 19.024.000
5	Sekop @ Rp. 50.000	30	40	50	Rp. 6.000.000
6	Pipa @ Rp. 40.000	60	40	50	Rp. 6.000.000
Hasil dari 3 Bulan					Rp. 66.617.000

Sumber: Data Penjualan Toko Bangunan Irisant Jaya tahun 2020

Topik penelitian ini diharapkan bahwa perilaku produsen harus proaktif, kreatif dan inovatif dalam menemukan berbagai barang dan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen. Sikap proaktif yang berorientasi kedepan dalam artian: memikirkan jangka pendek dan panjang dalam melihat sebuah peluang atau kebutuhan dari konsumen. Hal ini agar terciptanya hubungan yang baik antara perilaku produsen dengan konsumen. Selain itu agar dapat menerapkan perilaku produsen terhadap penetapan harga sesuai dengan ajaran Islam.

Kondisi bahan-bahan bangunan dari tahun ke tahun terus meningkat, hal ini dikarenakan banyaknya pembangunan yang terjadi. Semakin banyaknya pembangunan memaksa perusahaan untuk terus menerus memperbaiki kualitas layanan dan kualitas produk dalam memenuhi kebutuhan konsumen,

sehingga ketika adanya konsumen yang datang dan memesan barang, perusahaan dapat selalu memenuhi dan menyediakan barang yang dibutuhkan oleh konsumen.

Penelitian ini memiliki keunikan di mana sebelum hari raya Idul Fitri banyaknya konsumen kebiasaan masyarakat setempat yaitu merenovasi rumah dengan membeli bahan – bahan di Toko Bangunan Irisant Jaya, cara mengatasi masalah ini dengan menyediakan bahan bangunan lebih agar konsumen yang ingin membeli bahan bangunan tersebut tidak kehabisan stock bahan yang ingin dicari. Contohnya seperti semen, papan, cat, besi pondasi, sekop, pipa air dan perkakas lainnya.

Tabel 1.3

Data stock barang Hari Raya Idul Fitri Toko Bangunan Irisant Jaya 2019

No.	Barang	Stock Hari Raya Idul Fitri	Terjual		
			April	Mei	Juni
1.	Semen	300	100	93	80
2.	Papan	400	97	120	150
3.	Cat	200	50	40	30
4.	Besi	400	80	98	150
5.	Sekop	200	30	40	50
6.	Pipa	250	60	40	50

Sumber: Data Stock Toko Bangunan Irisant Jaya 2019

Penelitian ini baru dikarenakan membahas tentang perilaku produsen pada penetapan harga, dimana penelitian ini memiliki titik fokus pada pembahasan penetapan harga di toko bangunan. Dengan penelitian ini diharapkan agar bisa memahami bagaimana penetapan harga dengan perilaku produsen berdasarkan Islam. Secara Islam kegiatan produsen bersifat alturistik sehingga produsen tidak hanya mengejar keuntungan maksimum saja. Produsen harus mengejar tujuan yang lebih luas sebagaimana tujuan ajaran Islam yaitu *Falah* didunia dan akhirat.

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana perilaku produsen dalam menetapkan harga. Penelitian ini berjudul, **“Perilaku Produsen Pada Penetapan Harga Jual, (Studi Kasus Toko Bangunan Irisant Jaya, Pulosari)”**.

B. Rumusan Masalah

Dapat dirumuskan masalah yaitu:

1. Bagaimana perilaku produsen yang dilakukan pada toko bangunan Irisant Jaya?
2. Bagaimana metode penetapan harga toko bangunan Irisant Jaya perspektif Islam?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mendeskripsikan perilaku produsen yang diterapkan pada toko bangunan Irisant Jaya.
2. Untuk mendeskripsikan keberhasilan dari penetapan harga pada toko bangunan Irisant Jaya.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini ditulis dalam enam bab. Setiap bab memiliki sub babnya masing-masing. Secara sistematis, penelitian ini diuraikan sebagai berikut :

1. Manfaat Teoretis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi pengembangan ilmu dan pengetahuan yang berhubungan dengan perilaku produsen khususnya dalam meningkatkan penetapan harga.

2. Manfaat praktis

a. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini dapat menambah kepustakaan IAIN Tulungagung untuk dijadikan referensi dan juga dimanfaatkan oleh mahasiswa, khususnya pada jurusan Ekonomi Syariah.

b. Bagi peneliti yang akan datang

Dengan pengkajian yang sistematis, dapat menjadi masukan bagi perilaku produsen agar lebih fokus terhadap peningkatan penetapan harga.

E. Penegasan Istilah

Adapun istilah-istilah yang akan dijelaskan oleh penulis dalam judul sebagai berikut:

1. Definisi Konseptual

a. Produsen

Kegiatan produsen pada dasarnya menegakkan sikap seorang pengusaha dalam memproduksi barang dan jasa. Sementara itu produksi sendiri adalah menciptakan manfaatnya. Produsen adalah suatu lembaga perusahaan perorangan yang berperan dalam menaikkan nilai guna suatu barang atau jasa sehingga menghasilkan barang konsumsi untuk memenuhi kebutuhan.⁶

b. Perilaku produsen

Perilaku produsen diartikan suatu kegiatan berupa proses mencari, mengalokasikan, dan mengolah sumber daya menjadi *output* dalam rangka meningkatkan dan memberi masalah bagi semua umat manusia.⁷ Perilaku produsen masyarakat pada dasarnya merupakan perilaku rasional di dalam mengalokasikan sumber daya dengan tujuan untuk menghasilkan barang dan jasa, sehingga mampu memenuhi kebutuhan masyarakat. Perilaku rasional masyarakat di dalam

⁶ M Nur Rianto Al-Arif, *dasar-dasar ekonomi islam*, (Solo: Perpustakaan Nasional RI, 2011).

⁷ Nur Riyanto Al Arif, *Teori Mikro Ekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 152.

mengolah sumber daya dapat dikelompokkan menjadi keputusan produksi.⁸

c. Penetapan harga

Penetapan harga merupakan suatu masalah ketika perusahaan harus menentukan harga untuk pertama kali. Hal ini terjadi ketika perusahaan mengembangkan atau memperoleh suatu produk baru, ketika ia memperkenalkan produk lamanya ke saluran distribusi baru atau ke daerah geografis baru, dan ketika ia melakukan tender memasuki suatu tawaran kontrak kerja yang baru.

Perusahaan haruslah mempertimbangkan banyak faktor dalam menyusun kebijakan menetapkan harganya. Enam langkah prosedur untuk menetapkan harga: (a) memilih sasaran harga, (b) menentukan permintaan, (c) memperkirakan biaya, (d) menganalisis penawaran dan harga para pesaing, (e) memilih suatu metode harga, dan (f) memilih harga akhir.⁹

2. Definisi Operasional

Pada prakteknya yang terkandung dalam penelitian yang berjudul perilaku produsen pada penetapan harga di toko bangunan irisant jaya, dengan adanya sistem pengurangan harga pembelian yang jumlah banyak diharapkan pelanggan datang lagi untuk membeli bahan bangunan.

⁸ Nunung Kusnadi , *Perilaku Ekonomi Rumah tangga Dalam Pasar Persaingan Tidak Sempurna Di Beberapa Provinsi di Indonesia, Disertai Doktor* , Bogor: Institut Pertanian Bogor, 2005, hlm.34.

⁹ Abdullah, Thamrin dan Francis, Tantri.. *Manajemen Pemasaran*. (Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2012).

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Merujuk pada semua yang dituliskan di atas dan metode yang digunakan serta dalam rangka memudahkan penulisan skripsi, maka penulisan penelitian ini disusun dengan suatu sistem yang diatur sedemikian rupa dalam suatu sistematika penelitian sebagian berikut:

BAB I : Pendahuluan terdiri dari (a) latar belakang masalah, (b) rumusan masalah, (c) tujuan penelitian, (d) manfaat penelitian, (e) penegasan istilah, dan (f) sistematika penulisan skripsi.

BAB II : Kajian pustaka, kajian terdiri dari: (a) kajian fokus pertama, (b) kajian fokus kedua dan seterusnya, (c) hasil penelitian terdahulu, (d) kerangka berpikir teoritis/paradigma.

BAB III : Metode penelitian, terdiri dari: (a) pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, (b) lokasi penelitian, (c) kehadiran peneliti, (d) data dan sumber data, (e) teknik pengumpulan data, (f) teknik analisis data, (g) pengecekan keabsahan temuan, dan (h) tahap-tahap penelitian.

BAB IV : Hasil penelitian, terdiri dari: (a) paparan data, (b) implikasi penelitian, dan (c) pembahasan temuan penelitian.

BAB V : Pembahasan.

BAB VI : Penutup, terdiri dari: (a) kesimpulan, (b) implikasi penelitian, dan (c) saran atau rekomendasi. Bagian akhir, terdiri dari: daftar rujukan, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan, daftar riwayat hidup.