

# **ANALISIS PERMINTAAN PRODUK LAMPU PIJAR PHILIPS DI KOTA PEKANBARU**

*Oleh Anugrah Setiawan*

*Dosen Pembimbing : Drs. Azwar Harahap, M.Si., Deny Setiawan, SE., M.Ec*

This study aims to analyze the demand generated by several variables that consumer tastes associated with the brand, packaging and labeling, quality, expectations of the public, display, and prices of goods and the prices of other goods.

This study uses the likers then selected 100 samples, the method used analyst This qualitative descriptive and analysis method.

From the results of testing that has been done, using all the independent variables have a significant effect terhadap quality with a score of 2010, a component of consumer tastes affect demand, while the price with a score of 696 and the price of other items with a score of 1404 also affected, is affecting the display of the variable with the score 664 of variable consumer preferences towards product incandescent bulbs, it can be concluded that all variables have categories mempengaruhi almost entirely after the views of the highest score by a line continuum can be concluded that most affect the demand for incandescent lamps Philips brand is quality and product label incandescent Philips.

Keywords: Brands, Packaging and labeling, quality, expectations of the future, display, price and price itself.

## **PENDAHULUAN**

Industri yang berdiri di Negara berkembang seperti Indonesia sangat banyak baik itu industri manufaktur maupun industri elektronik seperti yang ditemukan oleh Thomas alfa edison penemu lampu pertama yang diberi nama lampu Pijar pada saat itu sampai dengan sekarang. Persaingan sekarang memang menjadi sebuah perilaku ekonomi untuk keberhasilan industri dan inovasi produk dimasa yang akan datang dengan adanya persaingan dan inovasi serta teknologi yang memadai merupakan salah satu keuntungan bahkan keberhasilan bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perekonomian Negara maupun perusahaan itu sendiri.

Seiring dengan perkembangan pengetahuan dan teknologi, kebutuhan hidup manusia akan berkembang pula, tidak saja seluruh kebutuhan Pokok pada manusia seperti sandang pangan, pendidikan, kesehatan, tempat tinggal juga kebutuhan penerangan, disebuah tempat tinggal, jalan umum, serta dimana tempat yang ketika dimalam harinya manusia pasti akan membutuhkannya jika tidak mereka akan sulit untuk beraktivitas seperti biasanya.

Rumah merupakan tempat tinggal yang sangat penting bagi manusia, selain itu juga rumah tempat melakukan aktivitas tambahan bagi pelaku ekonomi, dengan demikian setiap rumah itu memerlukan penerangan seperti lampu pijar, senter, lampu kendaraan selain penerangan dirumah, juga dapat digunakan ditempat umum seperti jalan, jembatan, dan tempat ibadah serta tempat dimana lampu pijar itu dibutuhkan oleh masyarakat.

Pasar lampu pijar terus menurun berdasarkan berita (**Vivanews:2012**). Pasarnya terus mengecil, dan sumbangan penjualannya hanya berkisar 10% - 20%. Tetapi lampu pijar terus diproduksi karena pasar terutama di pedesaan masih membutuhkan. Selain itu pabrik Philips di Surabaya juga melayani ekspor ke Eropa dan Amerika. Lima tahun kedepan, lampu pijar akan digantikan dengan lampu hemat energi (**Andi:2012**). Indonesia sebagai pusat pengembangan kawasan industry secara internasional mampu mengelola indutri lampu dengan baik dibuktikan adanya peningkatan ekspor permintaan lampu Philips diluar negeri secara Makroekonomi tentunya menguntungkan bagi perekonomian, namun disisi lain dapat merugikan produk lampu nasional di Indonesia pada umumnya.

Adapun Data Permintaan lampu pijar pada PT. Warni Indah Cemerlang adalah sebagai berikut :

**Tabel 1.1 Data Permintaan Produk Philips Lampu pijar tahun 2012**

No	Tahun	Permintaan
1	2011	19.997
2	2012	14.946

**Sumber : PT. Warni Indah Cemerlang, 2013**

Tabel 1.1 menggambarkan permintaan produk lampu pijar hingga saat ini mencapai 19.997 Unit tahun 2011 sekaligus terbanyak penjualan, di tahun 2012 cenderung menurun dengan 14.946 unit sampai akhir bulan oktober. Dibandingkan dengan penjualan ditahun 2011 menurun hingga 5.051 Unit sampai dengan bulan Oktober 2012.

Terjadinya penurunan permintaan dikarenakan masyarakat banyak beralih dari lampu pijar ke lampu hemat energi, selain itu juga penggunaan lampu pijar ini banyak kalangan pihak perusahaan hotel dan bangunan toko yang memerlukan sehingga hanya beberapa kalangan yang menggunakannya.

**Tabel 1.2 Data Harga Produk Philips Lampu pijar Superlux**

No	Tahun	Harga
2	2011	Rp. 5.000,-
3	2012	Rp. 6.100,-

**Sumber : PT. Warni Indah Cemerlang, 2013**

Dari tabel 1.2 Data harga produk lampu pijar jenis superlux, dari tahun 2011 dengan harga jual Rp. 5.000,- naik menjadi Rp. 6.100,- di tahun 2012, namun dari segi permintaan yang berlaku seperti yang disebutkan di tabel sebelumnya penurunan permintaan yang terjadi juga tidak berpengaruh terhadap permintaan lampu pijar Philip di kota Pekanbaru.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Permintaan**

Permintaan dalam pengertian ekonomika didefinisikan sebagai skedul, kurva atau fungsi yang menunjukkan berbagai jumlah suatu produk yang para konsumen ingin dan mampu membeli pada berbagai tingkat harga yang mungkin selama periode waktu tertentu. **(Wijaya, 1999: 102)**

Permintaan adalah keinginan yang disertai dengan kesediaan serta kemampuan untuk membeli barang yang bersangkutan. Setiap orang boleh saja ingin kepada apa pun yang di inginkannya, tetapi jika keinginan itu tidak ditunjang dengan kesediaan membeli serta kemampuan untuk membeli, maka keinginannya itu pun hanya akan tinggal keinginan saja. Disini jelaslah bahwa keinginan memang tidak membawa pengaruh apa-apa terhadap harga, sedangkan permintaan berpengaruh **(Rosyidi, 2000:239)**.

Permintaan adalah sejumlah barang yang dibeli atau diminta pada suatu harga dan waktu tertentu. Permintaan berkaitan dengan keinginan konsumen akan suatu barang dan jasa yang ingin dipenuhi. Dan kecenderungan permintaan konsumen akan barang dan jasa tak terbatas.**(Wikipedia:2012)**.

Permintaan merupakan salah satu elemen yang menggerakkan pasar, untuk menunjukkan permintaan ini adalah kebutuhan atau keinginan sesuatu yang kompleks. **(P3EI UII :2008:312)**

### **Hukum permintaan**

Hukum permintaan menyatakan makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, makin tinggi

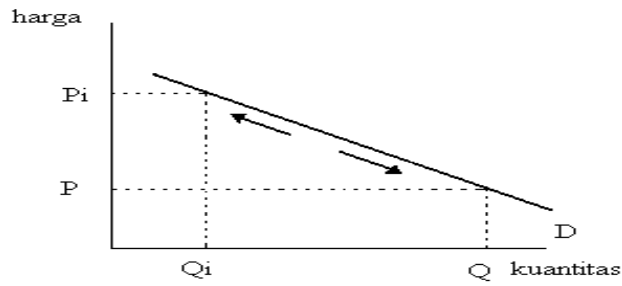
harga suatu barang maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut. Sifat hubungan seperti itu disebabkan pertama karena kenaikan harga menyebabkan pembeli mencari barang lain yang dapat digunakan sebagai pengganti terhadap barang yang mengalami kenaikan harga. Sebaliknya, apabila harga turun maka orang mengurangi pembelian terhadap barang lain yang sama jenisnya dan menambah pembelian terhadap barang yang mengalami penurunan harga. Keduakenaikan harga menyebabkan pendapatan riil pembeli berkurang. Pendapatan yang merosot tersebut memaksa para pembeli untuk mengurangi pembeliannya terhadap berbagai jenis barang, terutama pada barang yang mengalami kenaikan harga (Sukirno, 2006: 76).

### **Teori permintaan dan kurva permintaan**

Teori permintaan menerangkan sifat dari permintaan pembeli pada suatu komoditas (barang dan jasa) dan juga menerangkan antara hubungan jumlah barang yang diminta dan harga serta pembentukan kurva permintaan (Sugiarto dkk, 2005: 34). Berdasarkan ciri hubungan antara permintaan dan harga dapat dibuat grafik kurva permintaan (Sukirno, 2006: 75).

Kurva permintaan menggambarkan hubungan antara jumlah yang diminta dengan harga, *ceteris paribus*. Kurva ini memiliki slope yang negatif yang menunjukkan bahwa jumlah yang diminta naik dengan turunnya harga (Khadariah, 1994: 4).

### **Gambar 2.1 : Pergerakan Sepanjang Kurva Permintaan**

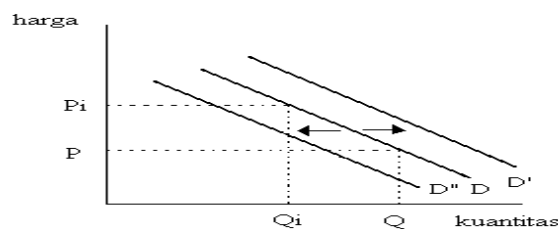


**Sumber: Sugiarto dkk (2005: 48)**

Pada kurva permintaan dapat terjadi pergerakan ataupun pergeseran yang disebabkan oleh perubahan pada faktor yang mempengaruhi permintaan. Pergerakan sepanjang kurva permintaan terjadi bila harga komoditas yang diminta berubah (naik atau turun). Penurunan harga komoditas tersebut akan menaikkan jumlah yang diminta dan kenaikan harga komoditas mengurangi jumlah yang diminta.

Pergeseran kurva permintaan kekanan atau kekiri disebabkan oleh perubahan permintaan yang ditimbulkan oleh faktor-faktor selain harga komoditas tersebut. Sebagai contoh kenaikan pendapatan memungkinkan pembeli untuk menaikkan permintaan pada setiap tingkat harga bila harga komoditas yang dibeli tidak berubah sehingga akan menggeser kurva permintaan tersebut kekanan.

**Gambar 2.2 : Pergeseran Kurva Permintaan**



**Sumber: Sugiarto dkk (2005: 48)**

Pergeseran kurva dari D ke D' berarti bahwa pada tiap harga lebih banyak jumlah yang diminta. Pergeseran kurva kekanan ini disebabkan oleh Kenaikan

pendapatan; Kenaikan dalam harga substitusi; Penurunan dalam harga komplemen; Kenaikan selera yang menguntungkan komoditi tersebut; Kenaikan jumlah penduduk; Redistribusi pendapatan yang menguntungkan kelompok yang menyenangi komoditi tersebut. Sedangkan pergeseran kurva ke kiri dari  $D$  ke  $D''$  disebabkan oleh perubahan yang sebaliknya (**Khadariah, 1994: 7**).

Keynes mengasumsikan bahwa konsumsi adalah fungsi pendapatan atau  $c = a + bY$ . Dimana  $c$  adalah pengeluaran untuk konsumsi,  $a$  menunjukkan besarnya konsumsi pada saat pendapatan nol,  $b$  adalah besarnya tambahan konsumsi yang disebabkan adanya peningkatan pendapatan atau yang disebut juga Marginal Propensity to Consume (MPC) sedangkan  $Y$  adalah besarnya pendapatan. (**Sukirno, 2005:104**)

### **Fungsi permintaan**

Menurut Pratama dan Mandala (**2004:23**) Fungsi permintaan adalah permintaan yang dinyatakan dalam hubungan matematis dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya

#### **Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan.**

Harga barang yang diminta

Permintaan terhadap suatu komoditas terutama dipengaruhi oleh harga komoditas itu sendiri dengan asumsi faktor-faktor lain tidak mengalami perubahan (*ceteris paribus*). Meskipun demikian tidak berarti kita mengabaikan faktor-faktor lainnya terhadap permintaan. Secara umum bila harga suatu komoditas tinggi, hanya sedikit orang yang mampu membelinya. Akibatnya jumlah komoditas yang dibelinya sedikit saja. Kalau harga komoditas tersebut diturunkan, lebih banyak

orang yang mau membelinya, sehingga jumlah komoditas yang dibeli semakin banyak (**Sugiarto dkk, 2005: 38**).

Harga barang yang bersangkutan merupakan determinan penting dalam permintaan. Pada umumnya, hubungan antara tingkat harga dan jumlah permintaan adalah negative. Semakin tingkat harga tinggi maka permintaan cenderung menurun. Secara lebih spesifik pengaruh harga barang terhadap permintaan ini dapat diuraikan menjadi :

- a. Efek substitusi, Jika harga suatu barang naik, maka hal ini akan mendorong konsumen untuk mencari barang lain yang dapat menggantikan fungsi dari barang yang harganya naik tersebut.
- b. Efek Pendapatan, jika harga suatu barang naik, berarti secara riil pendapatan konsumen turun sebab dengan pendapatan yang sama hanya dapat membeli barang sedikit.
- c. Pendapatan Konsumen, Faktor penentu semakin tinggi pendapatan seseorang maka permintaan cenderung meningkat yang mengakibatkan kenaikan harga.
- d. Harga barang lain terkait, Substitusi dan komplementer dari barang yang lain terkait dengan kebutuhan seseorang, saling berkaitan dengan barang lain jika harga komplementer turun maka permintaan barang tersebut akan naik.
- e. Selera Konsumen, factor penentu dari suatu permintaan jika tinggi selera maka permintaan akan tinggi pula.



- f. Ekpektasi (Pengharapan), ekpektasi positif dan negatif, cenderung jika yang positif terdorong konsumen untuk membeli produk. Sedangkan negatif menimbulkan sebab dan sebaliknya.
- g. Mashlahah, kombinasi dari manfaat dengan berkah, konsumen dengan tingkat manfaat utilitas dari suatu barang yang akan digunakan.

#### Harga barang lain

Mengenai pengaruh harga barang lain terhadap permintaan dilihat dengan pengaruh harga barang substitusi, barang komplementer dan barang netral.

Barang substitusi (pengganti) adalah barang yang dapat mengganti fungsi dari barang lain sehingga harga barang pengganti dapat mempengaruhi permintaan barang yang dapat digantikannya. Pada umumnya, bila harga barang pengganti bertambah murah, maka barang yang digantikannya akan mengalami pengurangan dalam permintaan.

Barang komplementer (pelengkap) adalah barang yang selalu digunakan bersama-sama dengan barang lainnya. Dalam hal ini kenaikan atau penurunan permintaan atas barang komplementer berjalan seiring dengan perubahan permintaan komoditas yang dilengkapinya.

Barang netral adalah barang yang tidak mempunyai hubungan sama sekali dengan barang lainnya sehingga permintaan atas salah satu barang tidak mempengaruhi permintaan barang lainnya. Dalam kaitannya dengan barang konsumsi, barang netral adalah barang-barang konsumsi yang jumlah pemakaiannya tidak berubah walaupun pendapatan konsumen mengalami perubahan (**Sugiarto dkk, 2005: 43-44**).

Berdasarkan sifat perubahan permintaan yang berlaku apabila pendapatan berubah maka barang dibagi menjadi 4 bagian:

Barang inferior adalah barang yang banyak diminta oleh orang-orang yang berpendapatan rendah. Jadi kalau pendapatan bertambah tinggi maka permintaan terhadap barang inferior akan berkurang. Para pembeli yang mengalami kenaikan pendapatan akan mengurangi pengeluarannya untuk barang-barang inferior dan menggantikannya dengan barang lain yang baik mutunya. **(Sugiarto dkk:2005)**

Barang esensial perubahan pendapatan tidak akan mengurangi atau menambah permintaan terhadap barang esensial. Barang yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat sehari-hari terdiri dari kebutuhan pokok masyarakat hubungan dengan perubahan pendapatan maupun harga mengingat volume kebutuhan akan barang tersebut tidak berubah berkaitan langsung harga maupun pendapatan seseorang.

Barang Normal adalah Suatu barang dinamakan barang normal apabila dia mengalami kenaikan dalam permintaan sebagai akibat dari kenaikan pendapatan. Jumlah permintaan berkurang bila pendapatan konsumen berkurang, kecendrungan para konsumen memilih untuk memilih kualitas yang kurang baik mutunya. **(Sugiarto dkk:2005)**

Jumlah penduduk

Penduduk merupakan unsur yang sangat penting dalam kegiatan ekonomi dan usaha membangun suatu perekonomian. Tingkat perkembangan penduduk adalah mutla untuk diketahui sebagai pendoman dalam perencanaan maupun sebagai evaluasi terhadap keberhasilan dan kegagalan pembangunan. Penduduk juga

merupakan faktor terpenting dalam dinamika pembangunan karena manusia sebagai modal dasar dan juga sebagai objek dari pembangunan itu sendiri, sekaligus merupakan subjek ekonomi yang memegang peranan penting dalam pembangunan ekonomi nasional.

1. Pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata-rata masyarakat.

Pengaruh pendapatan terhadap permintaan dilihat dari jenis barang yang diminta (**Sugiarto dkk, 2005: 45-46**).

- Barang inferior, adalah barang yang permintaannya justru berkurang bila pendapatan seseorang bertambah tinggi. Para pembeli yang mengalami kenaikan pendapatan akan mengurangi pengeluarannya untuk barang-barang inferior dan menggantinya dengan barang yang memiliki mutu yang lebih baik.
- Barang esensial, adalah barang yang penting artinya dalam kehidupan sehari-hari. Secara umum permintaan terhadap barang esensial tidak akan berubah banyak dalam hubungannya dengan perubahan pendapatan maupun harganya mengingat volume kebutuhan akan barang tersebut tidak berubah banyak dalam kaitannya dengan harganya maupun pendapatan konsumen.
- Barang normal, adalah barang yang mengalami kenaikan permintaan seiring dengan naiknya pendapatan seseorang. Sebaliknya jumlah permintaannya berkurang bila pendapatan konsumen berkurang. Seperti pakaian dan perhiasan.

- Barang mewah, adalah jenis barang yang dibeli orang apabila pendapatan mereka sudah relatif tinggi. Barang mewah biasanya dibeli masyarakat setelah kebutuhan primernya terpenuhi.

## **METODE PENELITIAN**

### **Metode analisis Deskriptif kualitatif**

Metode Analisis Deskriptif kualitatif adalah metode yang membahas permasalahan penelitian dengan menguraikan dan menjelaskan berdasarkan data yang diperoleh sehingga menggambarkan masalah – masalah yang sedang dibahas berdasarkan data yang diperoleh. Kemudian mengaitkan secara relevan dengan masalah yang bersangkutan sehingga dapat menggambarkan keadaan yang terjadi.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal (skala likert) untuk mengetahui tanggap dari responden.

### **Metode Skala Likerts**

Menurut umar (2003;96) skala ordinal (skala likert) pengukuran data dari tingkat yang paling rendah ketingga yang paling tinggi atau sebaliknya dengan tidak memperhatikan interval data tersebut. Skala likert merupakan skala yang memperlihatkan tanggapan konsumen terhadap karakteristik suatu produk. Skor jawaban responden dalam penelitian ini terdiri atas lima alternative jawaban yang mengandung variasi nilai yang bertingkat dari objek penelitian melalui jawaban pertanyaan yang diberik nilai 1 sampai 5, yaitu :

- a. Jawaban sangat setuju (SS) = 5
- b. Jawaban setuju (S) = 4

- c. Jawaban netral (N) = 3
- d. Jawaban tidak setuju (TS) = 2
- e. Jawaban sangat tidak setuju (STS) = 1

Tipe skala pengukuran yang digunakan adalah menggunakan skala likert, alasan penulis menggunakan skala likert karena untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial, sehingga dapat merefleksikan tentang signifikansi faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi masyarakat memilih produk lampu pijar Philips.

Deskripsi masing-masing variabel atau sub-sub variabel per indikator/per pertanyaan dijelaskan dengan mengacu kepada jenjang range dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Jenjang Range} = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}}{\text{Jumlah alternatif jawaban}}$$

Hasil jenjang (*range*) digambarkan pada garis kontinum untuk menilai intensitas pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

## **HASIL PENELITIAN**

### **SELERA KONSUMEN**

### **MEREK**

Merek adalah nama, tanda, symbol, desain atau kombinasi diantaranya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang dan jasa dari satu penjual atau sekelompok penjual dan membedakannya dari barang dan jasa pesaingnya. Merek mempunyai beberapa peran utama dalam area pemasaran beberapa diantaranya adalah memberi tanda pada konsumen mengenai sumber produk tersebut dan melindungi konsumen maupun

produsen dari para kompetitor yang berusaha memberikan produk yang identik. persentase terbanyak setuju masyarakat menilai dengan mereknya terkenal berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk lampu pijar Philips tersebut.

Selera konsumen berdasarkan merek dengan indikator merek yang terkenal, kesetiaan dalam menggunakan produk tersebut, termasuk kategori mempengaruhi masyarakat Kota Pekanbaru dalam menggunakan Produk lampu pijar Philips.

### **KEMASAN DAN LABEL**

Dengan adanya inovasi terhadap perancangan kemasan atau ciri dari sebuah produk itu membuat bagaimana dikenali dimasyarakat tentunya sesuai dengan apa yang sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat baik itu dikenal dan dapat mencapai target perusahaan untuk menjadi agen permintaan menjadi daya tarik sebagai produk yang terkenal, selera berdasarkan kemasan dan label dalam mempengaruhi permintaan produk lampu pijar dapat mempengaruhi permintaan

### **KUALITAS**

Bahwa untuk kualitas dengan indikator yang telah disebutkan diatas, memiliki keunggulan tersendiri terhadap penggunaan lampu pijar Philips di Kota pekanbaru karena dapat mempengaruhi permintaan akan produk lampu pijar.

### **EKSPEKTASI MASA DEPAN**

Ekspektasi masa depan dengan indikator tersebut, perusahaan diharuskan mampu menjaga loyalitas konsumen dalam memilih produk yang mereka percayai karena kualitas dan promosi juga berperan penting bagaimana produk tersebut dapat dikenal dan menjadi kebutuhan masyarakat yang secara berkelanjutan, yang

termasuk dalam kategori mempengaruhi masyarakat Kota pekanbaru dalam menggunakan produk lampu pijar Philips.

### **PAJANGAN**

Pajangan dan tat letak juga cukup mempengaruhi permintaan, toko penjualan juga berperan penting dalam melatakan produk lampu pijar sesuai dengan letak yang telah disempurnakan sehingga calon pembeli berminta untuk membeli dan bagaimana penyempurnaan letak yang membuat orang terkesan sehingga datang untuk membeli.

### **HARGA BARANG LAIN**

Harga barang lain dengan indikator tersebut, produk lampu pijar Philips relative lebih mahal dibandingkan dengan merek lain dikalangan masyarakat namun ini menjadi tolak ukut bagaimana ini juga dilihat dari segi kualitas dan ketahanan dari produk tersebut, produk lampu pijar dengan harga barang lain juga mempengaruhi permintaan dan apalagi dengan banyaknya jenis lampu yang lebih baik dibandingkan lampu pijar.

### **HARGA BARANG ITU SENDIRI**

Variabel harga barang itu sendiri produk lampu pijar Philips mempengaruhi pembeli dalam menentukan harga karena lampu juga dikategorikan yang jarang mengalami perubahan harga namun tetapi permintaan atas produk lampu pijar Philips ini akan terus ada, seiring dengan perkembangan inovasi dan jenis produk akan menjadi spesifikasi produk akan lebih menjamur.

### **HASIL PENELITIAN**

Skor variabel secara parsial yang mempengaruhi masyarakat dalam permintaan akan produk lampu pijar Philips di Kota Pekanbaru

No	Variabel	Kategori
1	Selera konsumen	
	Merek	Mempengaruhi
	Kemasan dan Label	Mempengaruhi
	Kualitas	Mempengaruhi
	Ekpektasi dimasa depan	Mempengaruhi
	Pajangan	Cukup mempengaruhi
2	Harga barang lain	Mempengaruhi
3	Harga barang itu sendiri	Mempengaruhi

Sumber : Data Olahan Hasil Penelitian, 2013

## **PENUTUP**

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Tingkat Pendapatan tidak mempengaruhi permintaan lampu pijar Philips di Kota Pekanbaru.
- b. Kewenangan perusahaan dalam berinovasi terhadap produk lampu sehingga mengalihkan jenis produk lampu pijar menjadi lampu hemat energi dan memberikan penilaian bagi masyarakat untuk memilih produk yang lebih hemat dalam penggunaan listrik.
- c. Penelitian dilakukan di Masyarakat Pekanbaru sangat signifikan terhadap Selera (Merek, Kualitas, Pajangan, Kemasan, dan label serta ekpektasi masyarakat), Harga barang itu sendiri dan Harga barang lain.



- d. Skor yang paling tinggi dalam mempengaruhi permintaan produk lampu pijar Philips di kota Pekanbaru adalah Kualitas, kemasan dan label, ekspektasi masyarakat, harga barang lain, harga barang itu sendiri dan merek produk lampu pijar. Sementara skor yang paling rendah yang cukup mempengaruhi permintaan akan produk lampu pijar Philips adalah pajangan/tata letak.
- e. Dilihat dari kategori yang hampir secara keleseluruhan mempengaruhi terhadap seluruh variabel, artinya tidak ada yang sangat mempengaruhi terhadap permintaan dibuktikan dilapangan.

### **Saran**

- a. Untuk meningkatkan permintaan akan produk lampu pijar Philips, maka diharapkan kepada pihak perusahaan agar mampu memberikan perhatian yang lebih kepada para konsumen. Misalnya menanggapi keluhan-keluhan dari pada konsumen. Sehingga keluhan-keluhan ini bisa menjadi bahan evaluasi kepada pihak perusahaan kedepan untuk lebih baik lagi.
- b. Perusahaan harus menjaga keunggulan merek lampu pijar Philips dan mampu berusaha lebih baik untuk meningkatkan keunggulan produk kepada pelanggan baik dalam bidang kualitas, kemasan/label yang menarik, dan dari segi pajangan. Serta mampu bersaing dibidang ekspektasi masa depan yang diharapkan produk yang lama akan tumbuh berkembang dengan kemampuan inovasi yang lebih canggih dan bernilai lebih tinggi.
- c. Dengan kondisi harga barang yang terjangkau maka akan semakin banyak permintaan ditambah dengan pemberian garansi terhadap produk tersebut yang dapat dipercaya.

- d. Promosi melalui iklan dan brosur dapat memberikan efek yang positif terhadap pelanggan terutama untuk jaminan dan garansi yang dijanjikan oleh perusahaan.
- e. Jaminan yang diberikan kepada pelanggan harus menjadikan bukti keunggulan produk untuk agar dapat bersaing terhadap produk lampu pijar lainnya.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Sukirno. Sadono, *ekonomi pembangunan edisi revisi*, Prenada media group, Jakarta:2007

Kuncoro, Mudrajad, 2009, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi, Edisi ke-3*, Penerbit Erlangga, Jakarta.

Badan Pusat statistik Pekanbaru, 2011, Pekanbaru dalam angka 2011.

Badan Pusat statistik kota pekanbaru 2006, pendapatan regional Kota pekanbaru menurut lapangan usaha 2006 – 2010

Kadariah, 1994, *Teori Ekonomi Makro*, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI, Jakarta.

Soeharno, Prof. DR. ST SU, 2009, *Teori Mikroekonomi Ed. 2*, CV. Andi Offset (Penerbit Andi), Yogyakarta

Sugiarto, dkk, 2005, *Ekonomi Mikro (Sebuah Kajian Komprehensif)*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

Sukirno, Sadono, 2006, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar. Ed. 1*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta

- Natawiria, Suryana, Asep, Riduan, 2010, *Statistika Bisnis, Cetakan ke-1*, Alfabeta, Bandung.
- Suranto, J. 2000, *Statistik Teori dan Aplikasi, Edisi ke-6*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Philips Lighting Solution, *Katalog lampu komponen dan luminair-trade retail*, Philips Sense and simplicity:2010
- Philips Lighting Solution, *Katalog lampu komponen dan luminair-trade retail*, Philips Sense and simplicity:2011
- Arsyad, Lincolin, 2000, *Ekonomi Pembangunan*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN, Yogyakarta.
- Artuyo,A.R, 1999, *Tenaga Kerja Perusahaan : pengertian dan peranannya*, Balai Pustaka, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik, 2010, *Riau Dalam Angka*, Pekanbaru.
- Beggolo, Aris, 1997, *Tenaga Kerja dan Pembangunan*, Yayasan Jasa Karya, Jakarta.
- Helfina, Syintha, 2008,*Analisis Industri Kecil Pasca Otonomi di Kabupaten Siak* Universitas Riau, Pekanbaru
- Kamaludin, Rustian,1998, *Pengantar Ekonomi Pembangunan*, FE-UI, Jakarta.
- Michael, P.Todaro, 2000, *Pembangunan Ekonomi Dunia Ketiga*, Erlangga, Jakarta
- Mountjoy, Alan.B, 1992, *Industrialisasi dan Dunia Kerja*, Bina Aksara, Jakarta.
- Mulyadi, Subri, 2003, *Ekonomi Sumber Daya Manusia*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.

- Munir, Sahibul, 2007-2008. *Ekonomi Manajerial*, Pusat Pengembangan Bahan Ajar UMB
- Raharja,Pratama, 2001, *Teori Ekonomi Makro*, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Rustiano, Deddy, 2008, *Analisis Pengaruh Investasi,Tenaga Kerja dan Pengeluaran Pemerintah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Jawa Tengah*, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Simanjuntak, Payaman, 1998, *Pengantar Ekonomi Sumber Daya Manusia*, LP FE-UI, Jakarta.
- Sudarman, Ari, 2004. *Teori Ekonomi Mikro*, BPFPE, Yogyakarta
- Sukirno, Sadono, 2000, *Pengantar Teori Makro Ekonomi edisi Kedua*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Tambunan, T.T.M, 2001, *Tranformasi Ekonomi di Indonesia : Teori dan Penelitian Empiris*, Salemba Empat, Jakarta
- Tambunan, T.T.M, 2002, *Perkembangan Industri Skala Kecil di Indonesia*, Mutiara Sumber Widya, Jakarta.
- Usman, Marzuki dan Harry Sedadyo, 1998, *Kiat Sukses Pengusaha Kecil*, Institut Bankir Indonesia, Jurnal Keuangan.
- Wibowo, Singgih dan Murdinah Yusro Nuri Fawzya, 2002, *Pedoman Mengelola Usaha Kecil*, PT. Penebar Swadaya, Jakarta.