

Strategi Penetapan Harga Sewa Gedung Guna Meningkatkan Omzet Sewa Gedung

Muhammad Fauzi¹⁾, Wahyuni Sri Astutik²⁾, Sri Ari Sumariyati³⁾

fauzyiro@gmail.com, wahyunisriastutik@gmail.com, sriarisumariyati@updkediri.ac.id

Universitas Pawayatan Daha

Abstark

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan metode penetapan harga yang dipakai oleh Gedung Convention Hall Kabupaten Kediri.

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif karena analisis datanya berupa wawancara dan observasi langsung untuk informasi dari narasumber.

Hasil penelitian adalah penetapan harga sewa yang terlalu tinggi karena kurang tepatnya penggolongan biaya menurut fungsi pokok dari kegiatan perusahaan.

Kata Kunci: Strategi, Penetapan Harga, Omzet.

Abstract

The purpose of this research is to describe the pricing method used by the Kediri Regency Convention Hall Building.

This type of research uses qualitative research because the data analysis is in the form of interviews and direct observation for information from sources.

The result of the research is the setting of rental prices that are too high because of the inaccurate classification of costs according to the main functions of the company's activities.

Keywords: Strategy, Pricing, Turnover.

Pendahuluan

Perkembangan industri di Indonesia dewasa ini semakin banyak dan beraneka ragam, mulai dari industri berskala besar hingga industri dengan skala kecil seperti industri rumah tangga. Persainganpun semakin ketat antara industri yang baru dengan industri yang sudah ada. Mereka mencoba untuk menghasilkan produk–produk yang berkualitas. Sebagai salah satu pelaku ekonomi, perusahaan dihadapkan pada pemenuhan kebutuhan masyarakat. Setiap perusahaan pada

umumnya mencari tahu yang dibutuhkan masyarakat. Dalam hal ini kriteria barang atau jasa yang dibutuhkan oleh konsumen.

Dengan adanya informasi mengenai barang atau jasa yang dibutuhkan oleh konsumen maka perusahaan bisa melakukan proses produksi. Pada umumnya perusahaan memproduksi barang atau jasa dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Akan tetapi tujuan secara khusus perusahaan memproduksi barang atau jasa yaitu untuk mendapatkan laba atau keuntungan. Laba atau keuntungan diperoleh dari hasil penjualan barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Agar produk dapat dijual maka perusahaan harus menetapkan harga produk. Harga merupakan salah satu bagian dari bauran pemasaran yaitu *product, price, place, promotion*.

Gedung Convention Hall di kawasan Monumen Simpang Lima Gumul (SLG), yang merupakan bangunan mercusuar milik Pemerintah Kabupaten Kediri, dapat dipastikan menyedot perhatian publik sebagai sarana hajatan ataupun acara lainnya. Dengan lokasi yang sangat strategis di pusat kota baru, yakni di Central Business Distrik (CBD) yang terhubung langsung dengan monumen SLG, serta akses menuju lokasi sangat mudah dijangkau dengan transportasi pribadi maupun umum. Walaupun bisnis penyewaan bangunan ini sudah menjamur dan persaingan semakin ketat, namun tidak menjadi hambatan bagi perusahaan ini untuk mengembangkan bisnisnya.

Di tengah ketatnya persaingan biasanya harga menjadi salah satu faktor yang sangat penting yang bisa mempengaruhi tingkat penjualan suatu produk baik barang ataupun jasa. Perusahaan tidak boleh menetapkan harga secara sembarangan (seenaknya sendiri) karena dapat mengakibatkan produk tidak laku di pasaran. Sehingga perusahaan harus membuat strategi dalam menetapkan harga sewa bangunan ini secara efektif agar produknya dapat laku di pasaran.

Strategi

Kemudian Craig dan Grant (2016: 29), “Strategi adalah penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang (*targeting and long-term goals*) sebuah perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan (*achieve the goals and objectives*).”

Menurut Siagian (2016: 29), “Strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut.”

Dengan manajemen strategi diharapkan strategi benar-benar dapat dikelola sehingga strategi dapat diimplementasikan untuk mewarnai dan mengintegrasikan semua keputusan dan tindakan dalam organisasi rincian.

Penetapan Harga

Menurut Kotler dan Amstrong (2016: 324), “Harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat.

Menurut Machfoed (2010: 69), “Harga adalah jumlah uang yang dikenakan pada jasa. Harga secara luas ialah jumlah nilai yang ditukar oleh konsumen untuk memperoleh manfaat kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa.”

Dalam strategi penentuan harga, manajer harus menetapkan dulu tujuan penetapannya. Tujuan ini berasal dari perusahaan itu sendiri yang selalu berusaha menetapkan harga barang dan jasa setepat mungkin. Oleh karena itu, tinjauan kita disini berawal dari segi manajemen perusahaan yang mempunyai kepentingan dengan masalah penetapan harga. Penentuan tingkat harga tersebut biasanya dilakukan dengan mengadakan beberapa perubahan untuk menguji pasarnya, Jika pasarnya menerima penawaran tersebut, berarti harga itu sudah sesuai. Tetapi jika mereka menolak maka harga tersebut perlu diubah secepatnya. Karena tujuan yang ditetapkan harga harus konsisten dengan metode yang harus ditempuh perusahaan sehingga menempatkan posisi yang relatif dalam persaingan.

Menurut Kotler dan Amstrong (2016: 325), “Beberapa metode yang dapat digunakan untuk menetapkan suatu harga, yaitu: penetapan harga berdasarkan nilai, penetapan harga berdasarkan biaya, dan penetapan harga berdasarkan pesaing.”

Omzet

Omzet penjualan adalah jumlah hasil penjualan (dagangan), omzet penjualan total jumlah penjualan barang/jasa dari laporan laba-rugi perusahaan (laporan operasi) selama periode penjualan tertentu. Dari definisi di atas dapat dikemukakan bahwa yang dimaksud dengan omzet penjualan adalah total jumlah barang dan jasa yang dihitung berdasarkan jumlah laba bersih dari laporan laba-rugi perusahaan (laporan operasi) selama suatu masa jual.

Menurut Kotler dalam Swasta dan Irwan (2014: 423), “Indikator dari volume penjualan adalah mencapai volume penjualan tertentu, mendapat laba tertentu,

Peranan pemasaran dalam mencapai tujuan perusahaan dapat dilihat dari keuntungan perusahaan dalam hal ini ditentukan oleh tingkat penjualan. Apabila perusahaan tidak mampu mencapai volume penjualan yang ditargetkan, berarti penerimaan hasil penjualan lebih rendah dari yang direncanakan yang ada pada akhirnya keuntungan yang ditargetkan tidak akan dicapai. enunjang pertumbuhan perusahaan.

Hubungan Strategi Penetapan Harga dengan Omzet Sewa Gedung

Secara umum, penetapan harga bertujuan untuk mencari laba agar perusahaan dapat berjalan namun dalam kondisi persaingan yang semakin ketat tujuan mencari laba maksimal dalam praktiknya akan sulit dicapai. Untuk meningkatkan omzet sewa gedung diperlukan adanya pemasaran dan manajemen pemasaran yang baik. Karena peningkatan omzet merupakan peningkatan sejumlah keuntungan yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Peningkatan omzet keuntungan merupakan salah satu indikator keberhasilan dari perusahaan dan sumber kelangsungan hidup perusahaan atau bahkan sarana untuk mengembangkan usaha. Omzet keuntungan merupakan hasil akhir yang dicapai oleh perusahaan dari hasil penyewaan gedung yang dilakukan oleh perusahaan. Apabila pengguna atau penyewa gedung meningkat maka pencapaian laba perusahaan akan meningkat dan sebaliknya bila pengguna atau penyewa gedung menurun maka pencapaian laba perusahaan juga akan menurun.

Salah satu faktor keberhasilan dalam meningkatkan jumlah pengguna/penyewa gedung adalah adanya penetapan harga sewa gedung yang baik dan dengan perencanaan yang matang.

Karena penetapan harga sewa gedung dapat diyakini berfungsi untuk membentuk masa depan perusahaan yang lebih baik dan berkualitas. Jadi dapat disimpulkan bahwa strategi penetapan harga sewa gedung sangat penting peranannya karena dianggap mampu untuk mempertahankan tingkat pertumbuhan dan keuntungan perusahaan serta untuk meningkatkan citra (image) perusahaan.

Metode

Jenis Penelitian

Metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah, disebut juga sebagai metode etnografi. Penelitian kualitatif dilakukan pada objek alamiah yang berkembang apa adanya, tidak dimanipulasi oleh peneliti dan kehadiran peneliti tidak begitu mempengaruhi dinamika pada objek tersebut karena penelitian kualitatif instrumennya adalah peneliti itu sendiri. Menjadi instrumen, maka peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan luas, sehingga mampu bertanya, menganalisis, memotret, dan mengkonstruksi situasi sosial yang diteliti menjadi lebih jelas dan bermakna. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif.

Menurut Sugiyono (2013: 15), “Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive* dan *snowbaal*, teknik pengumpulan dengan triangulasi, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.”

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif karena analisis datanya berupa kata-kata tertulis atau lisan dan mempertimbangkan pendapat orang lain yang bisa disebut dengan narasumber.

Konsep dan Definisi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2013: 38), “Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menjelaskan konsep variabel, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian, Dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) variabel yang digunakan yaitu:

1. Variabel Bebas atau Independen (X)

Menurut Sugiyono (2013: 39), “Variabel Independen dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).” Variabel bebas dalam penelitian ini adalah strategi penetapan harga.

2. Variabel Tidak Bebas atau Dependen (Y)

Menurut Sugiyono (2013: 39), “Variabel dependen dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.” Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu omzet sewa gedung.

Sumber Data

Sumber data dibagi menjadi 2 (dua) yaitu:

1. Data Primer

Menurut Umi Narimawati (2008: 98), “Data primer adalah data yang berasal dari sumber asli atau pertama. Data ini tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi ataupun dalam bentuk *file-file*. Data ini harus dicari melalui narasumber atau dalam istilah teknisnya responden, yaitu orang yang kita jadikan objek penelitian atau orang yang kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi ataupun data.” Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dengan bagian umum, dan bagian organisasi.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2013: 402), “Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder ini merupakan data yang sifatnya mendukung keperluan data primer seperti buku, literatur dan bacaan yang berkaitan dengan pelaksanaan penelitian yang dilakukan.”

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari luar perusahaan yaitu berupa berita atau informasi tentang perusahaan yang ada di media *online*.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan Data menurut Maryadi dkk (2010: 14), “Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah teknik yang memungkinkan diperoleh data detail dengan waktu yang relatif lama.”

Menurut Sugiyono (2013: 224), “Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.”

Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa pengumpulan data merupakan teknik yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data yang diperlukan dari narasumber. Pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti sangat diperlukan dalam suatu penelitian ilmiah. Sesuai dengan penelitian kualitatif dan jenis sumber data yang digunakan, maka teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Teknik Wawancara

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2013: 231), “Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.”

2. Teknik Pengamatan atau Observasi

Menurut Sutrisno Hadi dalam Sugiyono (2013: 145), “Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.”

3. Teknik Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2013: 240), “Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), ceritera, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.”

4. Triangulasi

Yaitu diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada.

Keabsahan Data

Trianggulasi adalah cara yang paling umum digunakan dalam penjaminan validitas data dalam penelitian kualitatif. Trianggulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan data atau sebagai pembanding terhadap data itu.

Penelitian ini menggunakan 3 (tiga) macam trianggulasi, yaitu

1. Trianggulasi sumber data yang berupa informasi dari tempat, peristiwa dan dokumen serta arsip yang memuat catatan berkaitan dengan data yang dimaksud, yang digunakan untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.
2. Trianggulasi teknik atau metode, suatu alat untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data yang sama namun dengan alat yang berbeda, yaitu pengumpulan data yang berasal dari wawancara, observasi, dan dokumen.
3. Trianggulasi waktu pengumpulan data merupakan kapan dilaksanakannya trianggulasi atau metode pengumpulan data. Dimana data yang dikumpulkan dilakukan dengan teknik wawancara dipagi, siang, maupun malam hari yang akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel.

Teknik Analisis Data

Menurut Bogdan dalam Sugiyono (2013: 244), “Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.”

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis kualitatif, yang meliputi 3 (tiga) tahapan kegiatan, yaitu:

1. Reduksi data

Merupakan sebuah hasil dari catatan lapangan dengan suatu proses pemilihan, pemusatan perhatian dan penyederhanaan-penyederhanaan.

2. Penyajian data

Dengan arti lain data ini merupakan sebuah hasil dari proses penyusunan secara sistematis bertujuan untuk memperoleh kesimpulan sebagai temuan penelitian.

3. Penarikan data

Catatan yang diambil dari berbagai sumber yang ada dan dari hasil observasi dapat disimpulkan masalah-masalah yang sesuai dengan fokus penelitian penulis.

Pembahasan

Ada beberapa cara yang sudah dilakukan pengelola Gedung *Convention Hall* untuk meningkatkan omzet penyewaan gedung, antara lain yaitu:

- 1. Promosi**

Adapun beberapa kegiatan promosi yang telah dilakukan oleh pengelola gedung adalah:

- a. Penyebaran brosur

Brosur dicetak dalam jumlah banyak dan dengan kualitas yang bagus. Selain itu, brosur juga bisa diterbitkan secara tidak berkala pada kesempatan tertentu jika dibutuhkan. Sebagai contoh apabila mengadakan suatu *event* tertentu, maka media promosi yang paling praktis untuk menarik masyarakat adalah menggunakan brosur.

Brosur yang terdiri dari lembaran satu muka ataupun bolak balik dan memiliki lipatan, biasa disebut dengan *leaflet*.

b. Melalui Media Sosial

Media sosial digunakan sebagai alat promosi karena memiliki respon secara langsung dengan penggunaannya dan promosi bisnis yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja, sehingga jaringan promosi bisa lebih luas. Media sosial menjadi bagian yang sangat diperlukan oleh pemasaran bagi banyak perusahaan dan merupakan salah cara terbaik untuk dapat menjangkau luasnya pasar ataupun pelanggan. Media sosial seperti *facebook, twitter, instagram, website, dan youtube* memiliki sejumlah manfaat sendiri bagi para pelaku usaha dibandingkan dengan menggunakan media konvensional sebagai media promosi. Salah satu media sosialnya yaitu <http://kedirikab.go.id> dapat dilihat pada *link Convention Hall*.

c. Pencetakan Poster

Poster juga merupakan salah satu sarana yang digunakan untuk melakukan promosi yang paling umum digunakan dan banyak dijumpai di tempat-tempat umum yang strategis. Dengan ukuran yang relatif besar, poster sangat berpotensi menarik perhatian pembaca yang mengarah pada pesan merek. Agar lebih banyak dilihat, poster harus didesain semenarik mungkin.

d. Melalui Media Elektronik Televisi

Televisi adalah sarana untuk melakukan promosi yang paling banyak menarik banyak pelanggan. Media promosi yang satu ini bisa menampung banyak iklan. Namun, karena pembuatan iklan di televisi membutuhkan banyak waktu maka biaya untuk melakukan promosi di televisi juga sangat mahal. Selain itu, durasi iklannya juga maksimal hanya 1 menit, hal itu dikarenakan karena pengiklanannya harus bergantian dengan iklan-iklan yang lain. Stasiun televisi yang sudah dilakukan kerjasama salah satunya dengan stasiun televisi lokal di Kediri, yaitu KSTV.

2. Target dan Realisasi Pengguna/Penyewa Gedung

Dari strategi penetapan harga dan kegiatan promosi yang dilakukan oleh pengelola gedung, maka dapat dilihat hasilnya berapa jumlah pengguna/penyewa gedung *Convention Hall* melalui tabel di bawah ini:

Tabel 1
Realisasi dan Target Pendapatan Penyewaan Gedung
Tahun 2017- 2018

Tahun	Bulan	Realisasi	Target
2017	Januari	-	Rp 300.000.000,00 / tahun
	Februari	-	
	Maret	Rp 55.000.000,00	
	April	-	
	Mei	Rp 75.000.000,00	
	Juni	-	
	Juli	Rp 50.000.000,00	
	Agustus	-	
	September	-	
	Oktober	Rp 25.000.000,00	
	Nopember	-	
	Desember	Rp 50.000.000,00	
Jumlah		Rp 255.000.000,00	
2018	Januari	Rp 45.000.000,00	Rp 450.000.000,00 / tahun
	Februari	Rp 15.000.000,00	
	Mart	Rp 50.000.000,00	
	April	Rp 75.000.000,00	
	Mei	Rp 55.000.000,00	

	Juni	-	
	Juli	-	
	Agustus	Rp 50.000.000,00	
	September	Rp 30.000.000,00	
	Oktober		
	Nopember	-	
	Desember	-	
	Jumlah	Rp 320.000.000,00	

Sumber data: Bagian Umum (data diolah Peneliti)

Tabel 2

**Realisasi Dan Target Pengguna/Penyewa Gedung
Tahun 2017-2018**

Tahun	Realisasi	Target
2017	15 konsumen	40 Konsumen
2018	20 konsumen	50 Konsumen

Sumber data: Bagian Umum (data diolah Peneliti)

Untuk menetapkan harga suatu produk perusahaan harus menggunakan strategi penetapan harga yang tepat, hal ini diperlukan agar produk diterima oleh pasar. Pada Gedung *Convention Hall* terdapat hasil pendapatan penyewaan gedung yang tidak sesuai dengan target yang telah ditetapkan, yaitu pada Tabel 5 dimana target yang telah ditetapkan tidak dapat terpenuhi maka hal ini dapat dikategorikan adanya suatu permasalahan.

Permasalahan yang dihadapi Gedung *Convention Hall* disebabkan tidak tercapainya target pada realisasinya, antara lain dikarenakan:

- a. Tidak tepatnya penggunaan strategi penetapan harga yang diterapkan.
- b. Kurangnya bauran pemasaran pada konsumen.
- c. Kurangnya kualitas pelayanan pada konsumen.

Seperti yang dikemukakan sebelumnya, bahwa penetapan harga merupakan suatu masalah yang serba rumit harga sewa yang tepat di sini memiliki arti harga jual yang dapat bersaing dan dapat diterima oleh konsumen, namun penetapan harga harus memperhitungkan tingkat laba yang bisa diterima oleh pengelola gedung guna kelangsungan hidup perusahaan. Selain itu terjadinya kenaikan harga pada biaya promosi dan perawatan gedung juga menjadi penyebab adanya kesulitan dalam penetapan harga, agar dapat bersaing dengan perusahaan penyewaan gedung lainnya. Kenaikan harga dan biaya input ini juga menyebabkan kenaikan harga output. Yang menjadi masalah disini adalah penetapan harga sewa yang terlalu tinggi karena kurang tepatnya penggolongan biaya menurut fungsi pokok dari kegiatan perusahaan.

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan atau uraian dari bab-bab sebelumnya, maka penulis dapat menyampaikan kesimpulan sebagai berikut:

Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam penetapan harga adalah faktor internal (tujuan perusahaan dan biaya) dan faktor eksternal (persaingan). Metode penetapan harga yang digunakan adalah *Market - Skimming Pricing* (Harga Pemerahan Pasar) dan metode harga berbasis persaingan, sedangkan strategi yang dilakukan yaitu strategi penetapan harga fleksibel dan harga tunggal.

Pada data dari penyewaan Gedung *Convention Hall* ada hasil pendapatan penyewaan gedung yang tidak sesuai dengan target yang telah ditetapkan, sehingga akan ada beberapa hal yang mungkin terjadi jika target tidak terpenuhi yaitu dapat berpengaruh terhadap menurunnya minat dari konsumen atau pengguna/penyewa gedung dan akan berimbas pada penurunan biaya perawatan gedung serta berlanjut pada pengurangan karyawan karena kelangsungan hidup perusahaan tidak terjamin atau terganggu.

JUMBA: Jurnal Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi

Vol. 02 No. 02 Tahun 2023

e- ISSN: 2828-8815

Daftar Puistaka

Basu Swasta DH dan Irawan, 2013. Manajemen Pemasaran Modern, BPFE-UGM, Yogyakarta.

Craig, James C, dan Robert M. Grant. 1997. The FastTrack MBA Series Strategic Management (Manajemen Strategi). London: PT Elex Media Komputindo.

Kotler, P., dan Amstrong, G., (2016), “Prinsip-Prinsip Pemasaran”, Edisi 12, Jilid 1, Jakarta: Erlangga

Machfoed I & Asmar Yetti Zein. 2005. Menjaga Kesehatan Gigi dan Mulut AnakAnak dan Ibu Hamil. Yogyakarta: Fitramaya

Maryadi dkk. 2010. Pedoman Penulisan Skripsi FKIP. Surakarta: BP-FKIP UMS.

Narimawati, Umi. 2008. “Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif, Teori Dan Aplikasi.” Bandung: Agung Media 9.

Sugiyono, 2013, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. (Bandung: ALFABETA)

Timbul Donald Siagian, 2016 PENERAPAN BAHAN AJAR IPA TERPADU TIPE CONNECTED PADA MATERI POKOK ENERGI DALAM SISTEM KEHIDUPAN UNTUK MENINGKATKAN PENGUASAAN KONSEP DAN SIKAP ILMIAH SISWA Universitas Pendidikan Indonesia| repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu 1