

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di zaman yang semakin modern ini, persaingan dalam bidang ekonomi sudah sangat terasa. Setiap perusahaan pun dituntut untuk dapat menjalankan perusahaannya dengan sangat baik. Tentunya pada semua perusahaan manufaktur perhitungan biaya produksi sangat diperhatikan, biaya produksi merupakan salah satu bagian dari Langkah Langkah intern yang dilakukan perusahaan dalam usaha meningkatkan efisiensi, pengendalian biaya terutama harus diselaraskan terhadap tujuan yang diinginkan oleh perusahaan, salah satu tujuan yang diinginkan oleh perusahaan adalah memperoleh laba yang maksimal dengan mengeluarkan biaya yang serendah-rendahnya, oleh karena itu untuk mengendalikan biaya produksi perusahaan diharapkan mendapatkan laba yang besar.¹

Biaya produksi merupakan satu beban yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam menghasilkan produk atau jasa yang bermanfaat bagi manusia. Proses perhitungan biaya produksi dalam perusahaan merupakan hal penting karena dalam melakukan proses produksi tentunya akan mengeluarkan biaya yang besar, biaya-biaya yang harus ddiperhitungkan diantaranya biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya

¹ Ahmad, Firdaus dan Wasilah. *Akuntansi Biaya*. (Jakarta : Salemba Empat, 2012), 1

overhead pabrik, ketiga unsur biaya tersebut merupakan informasi yang diperlukan menghitung harga pokok produksi.²

Harga pokok produksi merupakan komponen terpenting untuk menilai tingkat keberhasilan suatu perusahaan. Menurut Mulyadi mengungkapkan bahwa harga pokok produksi atau yang sering disebut harga pokok adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan yang telah terjadi atau kemungkinan terjadi untuk memperoleh keuntungan. Perhitungan harga pokok dilakukan dengan menjumlahkan seluruh unsur biaya produksi, sedangkan harga pokok produksi per unit ditentukan dengan membagi seluruh total biaya produksi dengan volume produksi yang dihasilkan atau yang diharapkan akan dihasilkan. Cara seperti ini yang harus digunakan apabila berhubungan dengan prinsip akuntansi, mempengaruhi, baik jumlah harga pokok produk maupun cara penyajiannya dalam laporan rugi laba.

Metode harga pokok proses mempunyai peranan yang penting dalam penetapan harga pokok produksi dengan memperhitungkan harga pokok per departemen. Metode harga pokok proses adalah metode pengumpulan harga pokok (biaya produksi) yang berdasarkan proses atau departemen untuk periode tertentu, Menentukan harga pokok proses dalam perusahaan memerlukan perhitungan biaya produksi per satuan produk yang

² Kristina Tri Wulandari, *Pengaruh Penentuan Harga Jual Dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan Kapas Putih Di Klaten, (Skripsi)*, (Surakarta: Universitas Muhamadiyah Surakarta, 2006), 1.

dihasilkan oleh departemen, menghitung biaya per satuan produk diperlukan penetapan unitekuivalen. Unit ekuivalen dipengaruhi oleh jumlah produk yang dikirim kedepartemen selanjutnya atau ke gudang, tingkat penyelesaian produk dalam proses pada akhir periode ada atau tidaknya produk hilang dalam proses.³

Kegiatan produksi merupakan salah satu aktivitas ekonomi yang sangat menunjang selain kegiatan konsumsi. Tanpa kegiatan produksi, maka konsumen tidak akan dapat mengkonsumsi barang dan jasa yang dibutuhkannya. Dalam kehidupan sehari-hari, apabila kita mendengar kata produksi, maka yang terbayang di pemikiran kita adalah suatu kegiatan besar yang memerlukan peralatan yang serba canggih, serta menggunakan ribuan tenaga kerja untuk mengerjakannya, sebenarnya dugaan tersebut tidak benar, produksi artinya kegiatan menambah nilai guna satu barang atau jasa untuk keperluan orang banyak.⁴ Pada saat kebutuhan manusia masih sedikit dan sederhana, kegiatan produksi dan konsumsi sering kali dilakukan sendiri, yaitu seseorang memproduksi untuk memenuhi kebutuhannya sendiri. Namun seiring dengan berjalannya waktu dan semakin beragamnya kebutuhan seseorang tapi juga diikuti dengan keterbatasannya sumber daya, maka seseorang tidak lagi memproduksi

³ Sukarno Dewantoro, *Strategi Penetapan Harga Pada PT Madubaru Bantul, (Tugas Akhir)*, (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2015), 1

⁴ M. Nur Rianto Al Arif, Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi (Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional)*, (Jakarta : Kencana Prenadamedia, 2010), 148.

sendiri barang dan jasa yang dibutuhkannya, sehingga ia membutuhkan pihak lain untuk memproduksi apa yang menjadi kebutuhan.

Dalam aktifitas produksinya, produsen mengubah berbagai factor produksi menjadi barang dan jasa. Berdasarkan hubungannya dengan tingkat produksi, faktor produksi dibedakan menjadi faktor produksi tetap (*fixed input*) dan variabel (*variable input*). Faktor produksi tetap adalah faktor produksi yang jumlah penggunaannya tidak tergantung pada jumlah produksi. Ada atau tidak adanya kegiatan produksi, faktor produksi itu harus tetap tersedia. Sementara jumlah penggunaan faktor produksi variabel tergantung pada tingkat produksinya, makin besar tingkat produksi maka makin banyak faktor produksi variabel yang digunakan.

Pengertian faktor produksi tetap dan variabel, terkait erat dengan waktu yang di butuhkan untuk menambah atau mengurangi faktor-faktor produksi tersebut. Mesin dikatakan sebagai faktor produksi tetap karena dalam jangka pendek (kurang dari setahun) susah untuk ditambah atau dikurangi. Sementara buruh dikatakan faktor produksi variabel karena jumlah kebutuhannya dapat disediakan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun. Dalam jangka Panjang (*long run*) dan sangat Panjang (*veri long run*) semua faktor produksi sifatnya variabel. Perusahaan dapat menambah atau mengurangi kapasitas produksinya dengan menambah atau mengurangi mesin produksi.

Selain kegiatan produksi, dasar penetapan harga sebenarnya cukup kompleks dan sulit, kita akan melihat bahwa kekomplekan dan pentingnya

penetapan harga ini memerlukan suatu pendekatan yang sistematis, yang melibatkan penetapan harga yang tepat. Dalam strategi penetapan harga, seorang produsen harus menetapkan dulu tujuan penetapannya.⁵ Tujuan ini berasal dari perusahaan itu sendiri yang selalu berusaha menetapkan harga barang dan jasa setepat mungkin. Banyak perusahaan yang mengadakan pendekatan terhadap penetapan harga berdasarkan tujuan yang ingin dicapainya.

Di dalam beberapa kesempatan, harga jual beberapa macam barang sering dipengaruhi oleh keadaan persaingan yang ada. Barang-barang dari hasil pertanian misalnya, dijual dalam keadaan persaingan murni (*pure competition*). Dalam persaingan seperti ini penjual yang berjumlah banyak aktif menghadapi pembeli yang banyak pula. Banyaknya penjual dan pembeli ini akan mempersulit penjual perseorangan untuk menjual dengan harga lebih tinggi kepada pembeli yang lain. Selain persaingan murni, dapat pula terjadi keadaan persaingan lainnya, seperti : persaingan tidak sempurna, oligopoli, dan monopoli.

Kegiatan ekonomi, tidak terlepas dari peran pasar. Pasar merupakan peran spek utama dalam menjalankan sistem perekonomian. Pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa sesuai dengan harga yang telah disepakati. Adanya mekanisme pasar itu terbentuk karena adanya perpaduan antara teori

⁵ Basu Swastha DH, Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta : Liberty, 2008), 241.

permintaan dan teori penawaran yang berjalan dengan baik. Dimana di dalam pasar itu harus berjalan sebuah persaingan sehat, diantara kode etik yang ada dalam perdagangan, diantaranya yaitu; jujur, tanggung jawab, tidak melakukan riba, menepati janji, tidak melakukan penipuan, tidak tahfif (curang dalam timbangan), tidak menjelek jelekkan pedagang lain, tidak menimbun barang dan hal lain yang dapat merugikan orang lain.⁶

Di era pertumbuhan ekonomi yang relatif tinggi dan perubahan lingkungan yang cepat seperti yang terjadi di Indonesia saat ini, disusul dengan masuknya pasar bebas menyebabkan pengusaha harus secara terus menerus memantau pasar dan menyesuaikan diri terhadap perubahan pasar. Pengusaha kini harus memikirkan kembali misi bisnis dan strategi pemasaran mereka secara kritis. Oleh karena itu sudah menjadi keharusan bagi seorang pengusaha untuk menjalankan atau membuat strategi-strategi yang tepat agar dapat memenuhi sasaran efektif, manajemen produksi dan penetapan harga yang dilakukan harus sejalan dengan tujuan serta keadaan suatu usaha. Dimana harus diperhitungkan jumlah dana yang tersedia dengan besarnya manfaat yang diperoleh dari kegiatan manajemen yang dijalankan oleh seorang pengusaha. Dalam proses produksi yang menghasilkan komoditas berupa barang, dan dari hasil produksi tersebut kemudian produsen menetapkan harga. Penetapan harga tersebut berlangsung akibat adanya mekanisme harga, meskipun dalam mekanisme

⁶ Abdul Rokhim, *Ekonomi Islam Perspektif Muhammad Saw. (tugas ahir)*, (Jember : STAIN Jember Press, 2013), 110.

harga yang dalam bahasa ekonomi dipengaruhi oleh *invisible hand* tidak semuanya bisa dipecahkan oleh mekanisme harga di pasar. Sebab ada bagian yang secara umum mekanisme harga tidak memecahkan masalah dengan baik, karena menyangkut kepentingan umat yang lebih besar.⁷

Bagian-bagian tersebut diantaranya yaitu;

- a. Distribusi pendapatan,
- b. Ketidak sempurnaan pasar
- c. Barang-barang public
- d. Eksternalitas
- e. Makroekonomi

Berdasarkan pada kegiatan usaha yang terdapat di kecamatan kalisat kabupaten jember, dimana terdapat suatu kegiatan usaha pengolahan tembakau yang dikenal dengan tembakau rajangan yang mampu memasarkan hasil panen hingga ke luar kota. Dalam kegiatan produksinya, pengusaha terkadang masih kesulitan dalam mendapatkan modal pinjaman sebagai capital (modal usaha). Sejauh ini dalam kegiatan produksi, pengusaha hanya mengandalkan modal pinjaman dari bank swasta yang menyediakan produk kredit bagi UMKM. Karena mengandalkan pinjaman modal di bank, maka pengusaha merasa kesulitan jika menurut kepada kebijakan standar kredit yang masih bergantung pada subjektivitas dan

⁷ Boediono, *Ekonomi Mikro*, (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 1996), 7.

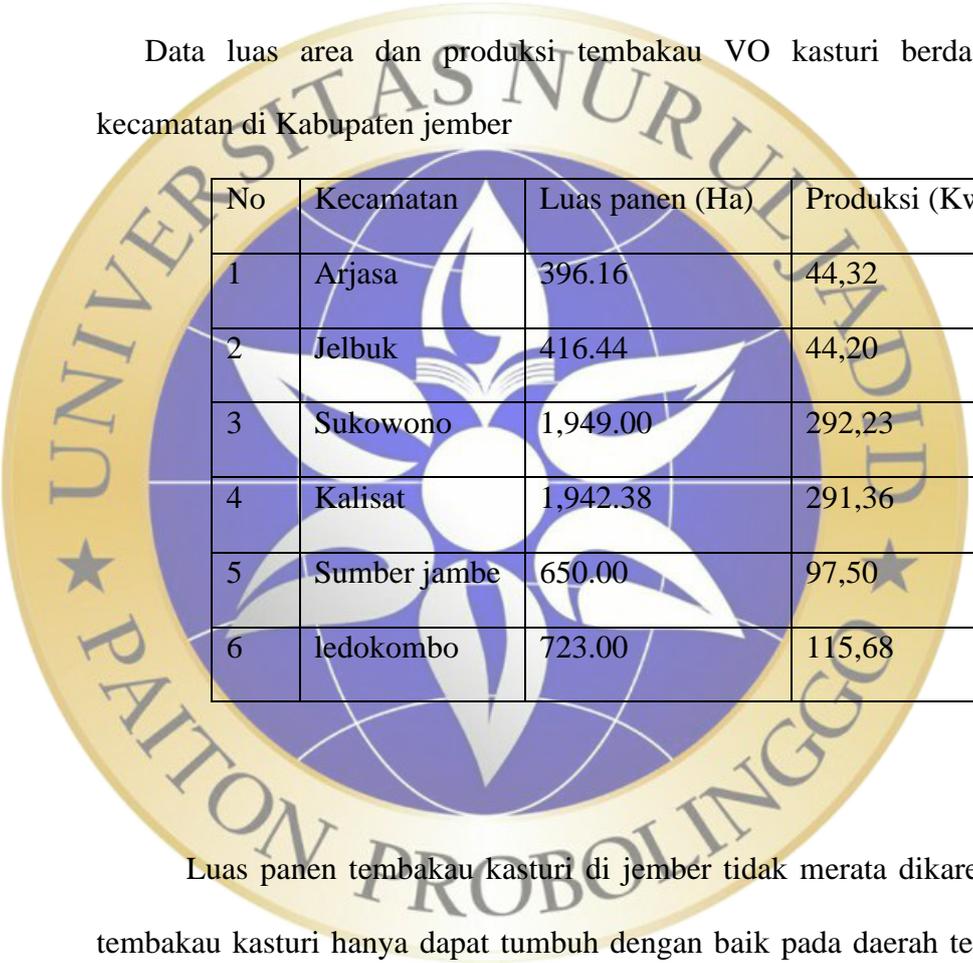
objektivitas informasi yang diperoleh. Karna sebab itu, instansi perbankan sulit menentukan standar kredit yang pasti.⁸

Tembakau sangat memberikan peran terhadap perekonomian masyarakat di jember. Kabupaten jember memiliki beberapa wilayah yang mengusahakan tembakau, Adapun jenis tembakau yang pada umumnya ditanam yaitu ada dua jenis diantaranya; tembakau Na'oogos (BNO) dan tembakau Vor oogst. Tembakau BNO pada umumnya ditanam di wilayah jember bagian selatan dan perusahaan pengeksport tembakau BNO untuk cerutu yang biasanya dibuat sebagai pembalut dan pengisi rokok cerutu. Sedangkan tembakau VO disebut juga tembakau kasturi biasanya ditanam di wilayah jember bagian utara yang hanya dikonsumsi dalam negeri sebagai bahan baku rokok kretek. Pengelolaan dan tembakau menjadi rokok kretek dilakukan oleh industri rokok, seperti PT. Gudang Garam, PT sampoerna, dan PT Djarum merupakan pengguna terbesar rokok kasturi. Pabrik rokok tersebut menampung semua hasil panen tembakau khususnya masyarakat kecamatan kalisat. Pabrik-pabrik tersebut sudah mempunyai kualitas dan mutu sesuai dengan kriteria dari masing-masing pabrik, di kecamatan kalisat Adapun perwakilan dari pengusaha tembakau kasturi yaitu Gudang tembakau H. Mulyono.

⁸ Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam, (ter. Soeroyo & Nastangin, Jilid 3)*, (Yogyakarta: Dana Bakti Wakaf, 1995), 161.

Tabel 1.1

Data luas area dan produksi tembakau VO kasturi berdasarkan kecamatan di Kabupaten Jember



No	Kecamatan	Luas panen (Ha)	Produksi (Kw)
1	Arjasa	396.16	44,32
2	Jelbuk	416.44	44,20
3	Sukowono	1,949.00	292,23
4	Kalisat	1,942.38	291,36
5	Sumber jambe	650.00	97,50
6	ledokombo	723.00	115,68

Luas panen tembakau kasturi di Jember tidak merata dikarenakan tembakau kasturi hanya dapat tumbuh dengan baik pada daerah tertentu. Wilayah yang sangat cocok untuk penanaman tembakau kasturi salah satunya di kecamatan Kalisat, tanaman tembakau menjadi tanaman tradisi bagi masyarakat Kalisat karena sudah menjadi turun-temurun. Sebagian besar ilmu bercocok tanam tembakau diketahui dari keluarga. Berdasarkan data di atas Kecamatan Kalisat memiliki luas panen 1,942.38 Ha dengan

hasil produksi 291,36 Kw. Kecamatan Kalisat memiliki luas panen dan produksi tertinggi nomor dua setelah Kecamatan Sukowono di Kabupaten Jember, sehingga kemampuan dalam menghasilkan produk dalam satu luasan lahan masih baik dibanding kecamatan lainnya. Tembakau kasturi di Kecamatan Kalisat ini daunnya tidak dirajang tapi daunnya ditusuk dengan sujen yang terbuat dari bambu. Dalam penyujenan dilakukan sebanyak 4-5 lembar tembakau, daun tembakau harus sama ukurannya serta tingkat kematangannya.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka diperoleh identifikasi masalah sebagai berikut

1. Strategi penetapan harga tembakau ditentukan berdasarkan informasi dari pabrik.
2. Pedagang tembakau memerlukan beberapa strategi supaya sesuai dengan ketentuan pabrik.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi penetapan harga tembakau di Gudang H. Mulyo Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember ?
2. Bagaimana implementasi strategi penetapan harga dalam meningkatkan produktivitas tembakau?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk memahami strategi penetapan harga tembakau di Gudang H. Mulyo Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember.

2. Untuk mengetahui implementasi strategi penetapan harga dalam meningkatkan produktivitas tembakau

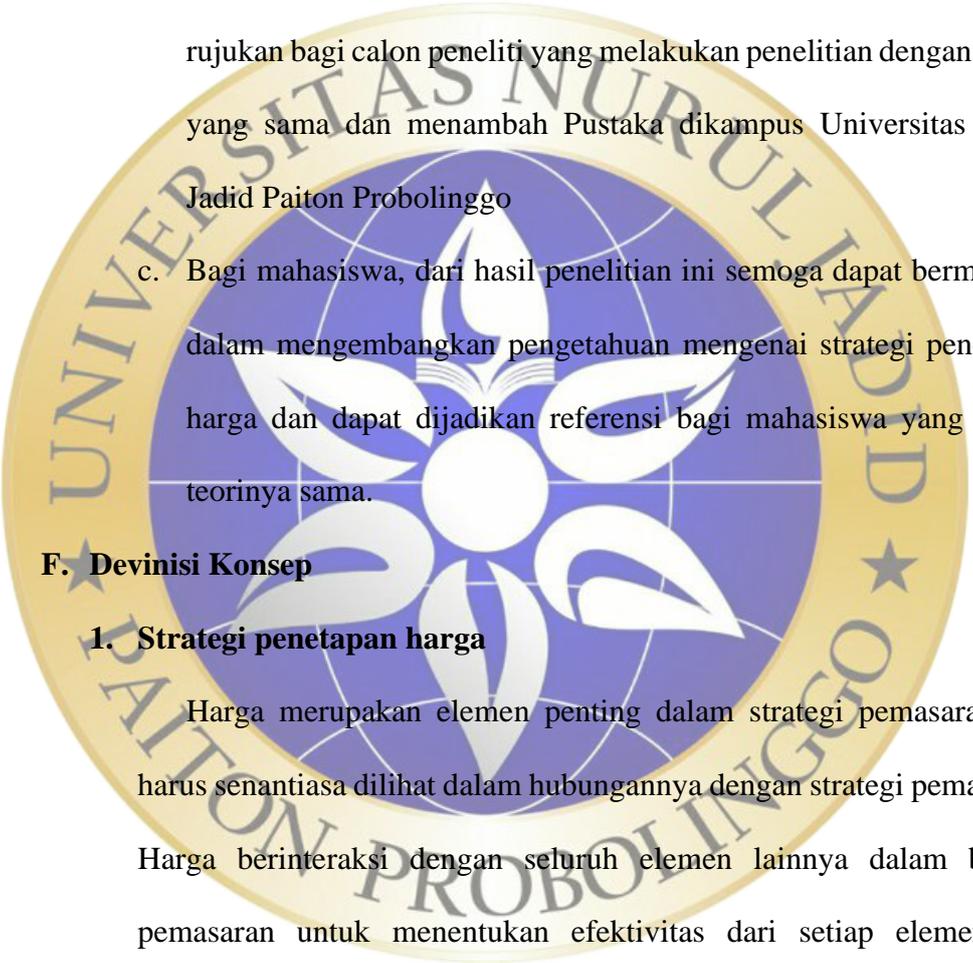
E. Manfaat Penelitian

Dalam sebuah penelitian tentu diharapkan memiliki beberapa manfaat yang diperoleh dari suatu penelitian sebagai bentuk aplikasi dari hasil penelitian. Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Manfaat penelitian dapat bersifat teoritis maupun praktis.⁹

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Dari segi teritis
 - a. Menjadi bahan teoritis yang berguna dalam kepentingan karya ilmiah berbentuk jurnal atau skripsi
 - b. Diharapkan dapat memberikan informasi dan meningkatkan pengetahuan khususnya tentang strategi penetapan harga tembakau
 - c. Diharapkan dapat memberikan kontribusi atau sumbangan pemikiran kepada akademis maupun jurusan pengembangan masyarakat Indonesia tentang strategi penetapan harga
2. Secara praktis

⁹ Ibid., 90.

- 
- a. Bagi Peneliti, dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan serta mampu menambah wawasan tentang strategi penetapan harga tembakau di masyarakat umum.
- b. Bagi perguruan tinggi Universitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo khususnya Program Studi Ekonomi Syariah semoga dapat menjadi rujukan bagi calon peneliti yang melakukan penelitian dengan kajian yang sama dan menambah Pustaka dikampus Universitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo
- c. Bagi mahasiswa, dari hasil penelitian ini semoga dapat bermanfaat dalam mengembangkan pengetahuan mengenai strategi penetapan harga dan dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa yang kajian teorinya sama.

F. Devinisi Konsep

1. Strategi penetapan harga

Harga merupakan elemen penting dalam strategi pemasaran dan harus senantiasa dilihat dalam hubungannya dengan strategi pemasaran. Harga berinteraksi dengan seluruh elemen lainnya dalam bauran pemasaran untuk menentukan efektivitas dari setiap elemen dan keseluruhan elemen. Tujuan yang menuntun strategi penetapan harga haruslah merupakan bagian dari tujuan yang menuntun strategi pemasaran secara keseluruhan. Oleh karena itu tidaklah benar bila harga

dipandang sebagai elemen yang mandiri dari bauran pemasaran, karena harga itu sendiri adalah elemen sentral dalam bauran pemasaran.¹⁰

Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan. Tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi kuantitas barang yang dijual. Selain itu secara tidak langsung harga juga mempengaruhi biaya, karena kuantitas yang terjual berpengaruh pada biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan efisiensi produksi. Oleh karena itu penetapan harga mempengaruhi pendapatan total dan biaya total, maka keputusan dan strategi penetapan harga memegang peranan penting dalam setiap perusahaan.

Sementara itu dari sudut pandang konsumen, harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Nilai (value) dapat didefinisikan sebagai rasio antara manfaat yang dirasakan dengan harga. Dengan demikian pada tingkat harga tertentu, bila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Seringkali pula dalam penentuan nilai suatu barang atau jasa, konsumen membandingkan kemampuan suatu barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhannya dengan kemampuan barang atau jasa substitusi.

2. Peningkatan produktivitas

¹⁰ Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam, (ter. Soeroyo & Nastangin, Jilid 3)*, (Yogyakarta: Dana Bakti Wakaf, 1995), 162.

Peningkatan produksi digunakan untuk prioritas tujuan penerimaan devisa (ekspor), pemenuhan kebutuhan bahan baku industri dalam negeri dan substitusi impor. Kondisi ini membuat upaya perlindungan dan pemberdayaan petani sangat diperhatikan oleh pemerintah. Perlindungan petani adalah segala upaya untuk membantu petani dalam menghadapi permasalahan kesulitan memperoleh prasarana dan sarana produksi, kepastian usaha, risiko harga, kegagalan panen, dan perubahan iklim. Selanjutnya, pemberdayaan petani adalah segala upaya untuk meningkatkan kemampuan petani untuk melaksanakan usaha tani yang lebih baik melalui pendidikan dan pelatihan, penyuluhan dan pendampingan, konsolidasi dan jaminan luasan lahan pertanian, teknologi dan informasi serta penguatan kelembagaan petani.

Perlindungan dan pemberdayaan tersebut bertujuan untuk mengembangkan varietas dan varian produk. Pengembangan ini diharapkan mampu mempertahankan produk sebagai komoditas ekspor andalan, dan mampu memberikan pendapatan kepada pelakunya. Karena itu, untuk mencapai pengembangan tersebut dukungan perhatian diberikan oleh pemerintahan bagi industri dari hulu sampai hilir. Perhatian ini merupakan usaha untuk melakukan penyelamatan penerimaan negara dan penyerapan tenaga kerja yang besar.

Aspek teknis pertanian seperti penjelasan di atas menunjukkan tembakau adalah tanaman pertanian yang ditanam, dipelihara dan dipanen lalu dijual oleh petani sebagai salah satu komoditas pertanian

yang menguntungkan. Namun, tembakau menjadi pelik ketika dihubungkan dengan produk olahannya yaitu rokok. Industri rokok Indonesia memiliki kekhasan dan keunikan tersendiri dan telah diakui dunia atau telah menjadi bagian dari warisan budaya kita (national heritage). Hal ini yang membuat pro-kontra rokok dengan segala atribut sosial, ekonomi, dan kulturalnya serta terutama persoalan dampak kesehatan dan moralitas. Pro-kontra ini berujung pada dua aspek, yaitu ekonomi dan kesehatan.

G. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti lain yang berkaitan dengan judul penelitian yang sedang dibahas untuk dijadikan perbandingan dan masukan mengenai fokus penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti, hasil penelitian tersebut antara lain:

1. Jurnal internasional karya Nur Hazirah MdLudin, ShriDewi Applanaidu dan Hussin Abdullah Yang berjudul “*An Econometric Analysis of Natural Rubber Market In Malaysia*” yang menyimpulkan bahwa ada banyak faktor yang mempengaruhi persamaankaret alam. Produksi tergantung pada tren waktu, karet alam hektar dan karet alam produksi dengan tertinggal 1 tahun. Karena itu, penting untuk produsen untuk bekerja di lahan tidur. Ini akan menambah produksi karet yang bisa disadap. Insentif pemerintah juga harus disediakan sebagai upaya untuk membantu petani kecil.¹¹ Harga dunia dan

¹¹ Nur Hazirah MdLudin, *An Econometric Analysis of Natural Rubber Market In Malaysia*, (Department of Economics and Agribusiness, School of Economics, Finance & Banking, College of Business), (Malaysia : Universiti Utara Malaysia, 2016), 36

stok domestik adalah dua variabel yang signifikan dalam persamaan harga domestik. Ketika harga dunia meningkat, harga domestik akan ikut meningkat. Ini akan menguntungkan petani kecil. Namun, penting untuk ditingkatkan produktivitas karet alam sebagai salah satu penunjang untuk memastikan daya saing karet alam di pasar. Akhirnya, harga dunia dengan lagged dan harga minyak mentah adalah indikator penting dalam persamaan harga dunia.

Persamaan jurnal di atas dengan proposal yang penulis buat yaitu sama-sama membahas masalah penetapan harga dalam kasus produk perkebunan yang secara kebetulan juga dipengaruhi oleh harga internasional produk tersebut. Perbedaannya adalah terletak pada objek yang diteliti dan penelitian terdahulu menganalisis pada diskriminasi harga dalam jual beli sedangkan peneliti ini berfokus pada strategi penetapan harga dalam meningkatkan produktivitas tembakau.

2. Yudhanta Marga Anuraga (Universitas Sebelas Maret Surakarta) Judul Skripsi : Strategi Penetapan Harga Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Perusahaan Sepatu Bakti Surakarta. Perusahaan sepatu BAKTI pada mulanya menerapkan beberapa macam strategi harga, diantaranya adalah strategi harga ganjil, *leader pricing* atau pemimpin harga, harga prestis, diskon dan *bundling*. Akan tetapi saat ini perusahaan sepatu BAKTI hanya menetapkan strategi harga menggunakan strategi harga *bundling*, harga rendah dan diskon. Seiring perkembangannya, perusahaan sepatu BAKTI dalam pelaksanaan strategi harga tentu saja mengalami hambatan-hambatan

dan kendala sehingga dibutuhkan usaha untuk mengatasinya. Usaha tersebut dilakukan untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu mencari keuntungan atau laba. Untuk dapat mengambil keuntungan dan menghindari kerugian yang terlalu besar maka perusahaan sepatu BAKTI harus meningkatkan mutu dari strategi harga yang diterapkan.

Persamaan dengan apa yang diteliti terletak pada studi kasus tentang strategi penetapan harga, namun perbedaannya adalah terletak pada metode yang digunakan peneliti terdahulu menggunakan penelitian kuantitatif namun peneliti ini menggunakan penelitian kualitatif.

3. Ahmad Afifuddin, *'strategi penetapan harga jual beli batu bata di desa petempuran kecamatan kalisat kabupaten jember* (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Jember)¹²

Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian bersifat deskriptif. Peneliti menggunakan deskriptif serta mengambil jenis penelitian lapangan agar peneliti dapat melakukan pengamatan secara langsung di lapangan.

Hasil dari penelitian ini adalah berdasarkan teori tentang strategi penetapan harga maka hasil yang diperoleh dari penelitian ini bahwa strategi yang digunakan dalam menetapkan harga jual batu bata adalah menggunakan strategi penetapan harga berdasarkan pesaing dan biaya berdasarkan teori tentang faktor-faktor yang mempengaruhi dalam penetapan harga.

¹² Ahmad Afifudin, *"Strategi Penetapan Harga Jual Beli Batu Bata Di Desa Patempuran Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember"* (Skripsi), (Jember : Institut Agama Islam Negeri Jember), 87

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada metode penelitiannya dan sama-sama membahas tentang strategi penetapan harga, dan yang membedakan terletak pada objek pembahasannya, yang dibahas dalam penelitian terdahulu yaitu strategi penetapan harga berdasarkan pesaing, namun objek yang peneliti ini bahas yaitu implementasi strategi penetapan harga dalam meningkatkan produktivitas.

4. Muhammad Gofurul Mahfud, *“praktek jual beli tembakau melalui tengkulak di desa mojosari kecamatan banjarsari kabupaten temanggung jawa tengah (2021)”*¹³ penelitian ini menggunakan jenis kualitatif. Pendekatan yang dilakukan ini menggunakan pendekatan yuridis empiris yang bersifat deskriptif. Sumber data pada penelitian ini menggunakan data primer yaitu sumber yang berasal dari responden, baik melalui wawancara maupun data lainnya.

Persamaan penelitian terdahulu dan penelitian ini adalah metode penelitian yang menggunakan kualitatif, namun perbedaannya adalah, pembahasan yang dibahas oleh peneliti terdahulu yaitu praktek jual beli tembakau melalui tengkulak, namun yang peneliti ini bahas yaitu mengacu kepada implementasi strategi penetapan harga dalam meningkatkan produktivitas tembakau.

5. Tati Urrokhmah *“strategi penetapan harga dalam meningkatkan volume penjualan pada Kayla Fashion Serba 35 Prowokerto”* hasil penelitian ini

¹³ Muhammad Gofurul Mahfud, *praktek jual beli tembakau melalui tengkulak di desa mojosari kecamatan banjarsari kabupaten temanggung jawa tengah* (Jawatengah : 2021), 7

menunjukkan bahwa harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atas penggunaan suatu barang atau jasa.¹⁴

Persamaan peneliti terdahulu dengan peneliti ini adalah objek pembahasannya yaitu membahas tentang strategi penetapan harga, dan perbedaannya terletak pada metode penelitian, penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif, dan peneliti ini menggunakan metode penelitian kualitatif.

6. Abdullah Azzam A. Haris “*strategi penetapan harga dalam meningkatkan volum penjualan pada mini market muslim madhani mart*” Penelitian ini dilatarbelakangi oleh permasalahan yang terkait dengan melihat adanya perbedaan harga yang terjadi antara minimarket Muslim Madani Mart dengan Minimarket 212 Mart, dan Minimarket Kita Mart. Padahal pesaing utama dari minimarket Muslim Madani Mart dalam pangsa pasar syariah adalah minimarket 212 Mart, dan minimarket Kita Mart. Perbedaan harga yang terjadi relatif tinggi, sama bahkan lebih rendah dari Minimarket syariah lainnya.¹⁵

¹⁴ Tati Urrokhmah S.E., *Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Kayla Fashion Serba 35.000 Prowokerto*, (Prowokerto:2018) , 10

¹⁵ Abdullah Azzam A. Haris., *Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Minimarket Muslim Madani Mart Taman Karya Pekanbaru Menurut Ekonomi Syariah*, (Pekanbaru: 2020), 5-6

Persamaan peneliti terdahulu dengan peneliti ini adalah objek dan metode penelitian yang menggunakan metode kualitatif dan sumber data yang digunakan menggunakan data primer yaitu mendapatkan data secara langsung melalui wawancara dari responden, perbedaan dari peneliti ini dengan peneliti terdahulu terletak pada kajian teori, yang dilakukan oleh peneliti terdahulu yaitu strategi penetapan harga dalam meningkatkan volum penjualan, sedangkan yang dikaji dalam peneliti ini adalah implementasi strategi penetapan harga dalam meningkatkan produktivitas.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Strategi Penetapan Harga

Pengertian harga banyak dihubungkan dengan beberapa hal, tetapi semua berawal dari hal-hal yang sederhana yang tidak dipahami oleh masyarakat. Maksudnya bahwa banyak yang belum memahami makna harga, walaupun konsepnya cukup mudah didefinisikan dengan istilah umum. Beberapa konsep yang saling berkaitan dalam teori ekonomi yaitu: harga (*price*) dan nilai (*utility*). Nilai adalah ukuran kuantitatif bobot sebuah produk yang dapat ditukarkan dengan produk lain. Sedangkan manfaat atribut sebuah barang yang mempunyai kemampuan untuk memuaskan keinginan. Berdasarkan dari uraian-