

Tinjauan Atas Penetapan Harga Pada Surya Garden

Ernawati, Mumuh Mulyana, Morita

*Program Studi Manajemen Pemasaran, Institut Bisnis Dan Informatika Kesatuan,
EMail: ernawati@ibik.ac.id*

*Implementation of
Pricing Strategy
For Nursery*

61

*Submitted
SEPTEMBER
2021*

*Accepted
MARET 2022*

ABSTRACT

Price is a value expressed in rupiah for exchange/transaction or an amount of money that must be paid by consumers to obtain goods and services. Pricing has important implications for a company's competitive strategy. The objectives set must be consistent with the way the company chooses to position its relative position in the competition. The purpose and objective of this research is to find out how the pricing process at Surya Garden is, to find out which pricing method is used at Surya Garden, to find out what factors affect the price level at Surya Garden. The price method used in Surya Garden is; 1) Demand-based pricing methods include: Skimming Pricing, Price Lining, Bundle Pricing. 2) Cost-based pricing method, namely: Cost Plus Percentage of Cost Pricing 3) Profit-based pricing method, namely: Target Return On Sales Pricing. 4) Competition-based pricing methods are: Above, At, or – Below Market Pricing, Sealed Bid Pricing. The factors that affect the price level at Surya Garden are: 1) The state of the economy. 2) Supply and Demand. 3) Elasticity of demand. 4) Competition. 5) Cost. 6) Company Objectives.

Keywords: price, pricing

ABSTRAK

Harga adalah suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah guna pertukaran/transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa. Penetapan harga memiliki implikasi penting terhadap strategi bersaing perusahaan. Tujuan yang ditetapkan harus konsisten dengan cara yang dipilih perusahaan dalam menempatkan posisi relatifnya dalam persaingan. Maksud dan tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana proses penetapan harga pada Surya Garden, untuk mengetahui metode penetapan harga mana yang digunakan pada Surya Garden, untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat harga pada Surya Garden. Metode harga yang digunakan pada Surya Garden yaitu; 1) Metode harga berbasis permintaan diantaranya: Skimming Pricing, Price Lining, Bundle Pricing. 2) Metode harga berbasis biaya yaitu: Cost Plus Percentage of Cost Pricing 3) Metode harga berbasis laba yaitu: Target Return On Sales Pricing. 4) Metode harga berbasis persaingan yaitu: Above, At, or – Below Market Pricing, Sealed Bid Pricing. Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat harga pada Surya Garden yaitu: 1) Keadaan perekonomian. 2) Penawaran dan Permintaan. 3) Elastisitas permintaan. 4) Persaingan. 5) Biaya. 6) Tujuan Perusahaan.

Kata Kunci: Harga, Penetapan Harga

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan yang didirikan baik itu perusahaan yang menghasilkan produk berupa barang atau jasa mempunyai tujuan yang sama selain dari tujuantujuan sosial lainnya, yaitu mencari keuntungan dan berusaha mempertahankan kelangsungan hidupnya untuk berkembang diantara pesaing. Dalam kaitannya dengan perkembangan teknologi dan industri, dipastikan perusahaan akan menghadapi persaingan secara ketat, sehingga perusahaan dituntut untuk meningkatkan daya saing terhadap perusahaan lain untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Untuk mencapai semua ini diperlukan manajemen yang baik dalam perusahaan.

Tanaman hias atau dalam bahasa ilmiahnya ornamental plant merupakan tanaman bunga atau daun yang memiliki bentuk dan warna yang indah. Tanaman hias biasanya

JABKES

*Jurnal Aplikasi Bisnis
Kesatuan
Vol. 2 No. 1, 2022
page. 61-66
IBI Kesatuan
ISSN 2807 – 6036
DOI: 10.37641/jabkes.v2i1.1355*

dikembangkan dengan cara generative maupun vegetatif. Seiring majunya peradaban zaman, tanaman hias biasanya di identikan dengan tanaman yang mempunyai bunga tangkai cabang, daun, akar, dan aroma yang menarik serta memiliki nilai estetika seni tinggi. Tanaman hias merupakan makhluk hidup yang selalu tumbuh dan berkembang. Setiap tanaman memiliki ciri dan karakter sendiri yang membuatnya berbeda satu dengan yang lainnya. Keindahan dan keunikan suatu tanaman membuat tanaman tersebut menjadi populer, dicari oleh banyak orang, memiliki harga yang tinggi, dan diinginkan kehadirannya dalam sebuah taman.

Di era pandemi Covid-19 saat ini memaksa para masyarakat untuk aktivitas dirumah saja sehingga aktivitas masyarakat serba dibatasi. Sebagian masyarakat memanfaatkan waktunya untuk bercocok tanam dirumah, salah satunya bercocok tanam tanaman hias. Saat ini pangsa pasar tanaman hias tengah mengalami tren peningkatan yang sangat baik didalam negeri maupun diluar negeri. Penggemar tanaman hias semakin meningkat seiring diterapkannya kebijakan pembatasan kegiatan berkumpul diluar rumah.

Saat ini harga tanaman hias menjadi tidak realistis sehingga seolah-olah tidak ada patokan dalam menentukan harga jual. Penetapan harga pada setiap perusahaan berbeda-beda, bukan hanya dengan cara apa mereka menentukan tetapi juga dengan prosesnya seperti apa untuk menentukan harga yang sesuai dan diminati oleh pasar. Setiap perusahaan juga menggunakan metode penetapan harga yang berbeda-beda namun tujuannya sama yaitu mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi pada setiap produk atau jasa yang dijualnya.

Harga merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang sangat penting karena harga mendatangkan pendapatan. Dalam menentukan harga pada suatu produk, perusahaan harus cermat dan tepat. Karna harga sangat berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen. Jika perusahaan mengubah harga sebuah produk harus mempertimbangkan reaksi konsumen dan pesaingnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menguraikan fenomena dan fakta yang ada atau terjadi dalam obyek penelitian. Data diperoleh dari hasil observasi dan wawancara yang dilaksanakan di Surya Garden selama satu bulan yaitu sejak 1 April sampai dengan 31 Mei 2021.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uraian Obyek Penelitian

Surya Garden merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang budidaya tanaman hias, dan memasarkan produknya ke seluruh kota yang ada di Indonesia. Perusahaan ini didirikan oleh Suryadi pada tahun 2017 yang berlokasi di Jl. Tamansari Rt 003 Rw 004, Desa Tamansari, Kecamatan Tamansari, Kabupaten Bogor Jawa Barat.

Berawal dari ketidak mampuan untuk melanjutkan sekolah ke jenjang yang lebih tinggi akhirnya memutar otak untuk bisa mendapatkan uang untuk kebutuhan hidup sehari-hari, kerja apapun di lakoni asal itu halal dan menghasilkan uang.

Beberapa tahun kerja di salah satu pabrik di kota Bogor akhirnya memutuskan untuk resign, setelah itu saya mendirikan usaha tanaman hias dari nol. Pasang surut penghasilan tentu dirasakan para pelaku usaha. Sampai saat ini tahun 2021 sudah mempunyai rumah, kendaraan pribadi, dan tanah hasil dari usaha tanaman hias.

Arti nama Surya Garden yaitu Surya berasal dari nama sendiri dan Garden yaitu kalimat yang berasal dari Bahasa Inggris yang artinya kebun. Jadi Surya Garden artinya kebun surya. Surya Garden juga mempunyai tagline yaitu "Semangat Menanam".

Proses Penetapan Harga Pada Surya Garden

Proses penetapan harga pada Surya Garden yaitu: Menurut Supratna, Adrianto, Sunaryo (2019), prosedur penetapan harga meliputi enam tahap, yaitu:

1. Mengestimasi Permintaan Untuk Barang Tersebut

Dalam tahap pertama ini, penjual membuat estimasi permintaan barangnya secara total. Pengestimasian barang permintaan tersebut dapat dilakukan dengan:

- a. Menentukan harga yang diharapkan (expected price), yaitu harga yang diharapkan dapat diterima konsumen.
- b. Mengestimasikan volume penjualan pada berbagai tingkat harga.
2. Mengetahui Lebih Dulu Reaksi Dalam Persaingan
Kondisi persaingan sangat mempengaruhi kebijaksanaan penentuan harga bagi perusahaan atau penjual. Oleh karena itu penjual perlu mengetahui reaksi persaingan yang terjadi di pasar serta sumber-sumber penyebabnya. Sumber-sumber persaingan yang ada dapat berasal dari:
 - a. Barang sejenis yang dihasilkan oleh perusahaan lain.
 - b. Barang pengganti atau substitusi.
 - c. Barang-barang lain yang dibuat oleh perusahaan lain yang sama-sama menginginkan konsumen.
3. Menentukan Market Share Yang Dapat Diharapkan
Perusahaan yang agresif selalu menginginkan market share yang lebih besar. Market share yang diharapkan tersebut akan dipengaruhi oleh kapasitas produksi yang ada, biaya ekspansi, dan mudahnya memasuki persaingan,
4. Memilih Strategi Harga Untuk Mencapai Target Pasar
Dalam hal ini penjualan dapat memilih di antara dua macam strategi, yaitu : skim-the-cream-pricing dan penetration pricing.
5. Mempertimbangkan Politik Pemasaran Perusahaan
Mempertimbangkan politik pemasaran perusahaan dengan melihat pada barang, sistem distribusi, dan program promosinya. Perusahaan tidak dapat menentukan harga suatu barang tanpa mempertimbangkan barang lain yang dijualnya.
6. Penentuan Harga Dasar dan Laba yang Diharapkan
7. Dalam kaitannya dengan prosedur penetapan harga maka perlulah ditentukan berbagai alternatif harga untuk mengetahui seberapa besar laba yang bisa diharapkan. Alternatif tersebut akan tergantung pada pemilihan perusahaan dan elastisitas yang ada.

Metode Harga yang Digunakan Surya Garden

Metode harga yang digunakan pada Surya Garden ada empat metode yaitu, Menurut Tjiptono (2015), Metode penetapan harga dapat dikelompokkan menjadi empat kategori, yaitu :

1. Metode Penetapan Harga Berbasis Permintaan
 - a. Skimming Pricing
Strategi ini diterapkan dengan menetapkan harga mahal bagi sebuah produk baru inovatif selama tahap pengenalan, kemudian menurunkan harga tersebut pada saat persaingan mulai ketat.
 - b. Price Lining
Digunakan apabila perusahaan menjual produk lebih dari satu jenis. Harga untuk lini produk bervariasi dan ditetapkan pada tingkat tertentu.
 - c. Bundle Pricing
Cara pemasaran dua atau lebih produk dalam satu harga paket. Misalnya : satu paket tanaman Kuping Gajah dan tanaman Calathea Orbi.
2. Metode Penetapan Harga Berbasis Biaya
Cost Plus Percentage of Cost Pricing
Perusahaan menambahkan presentase tertentu terhadap biaya produksi atau konstruksi
3. Metode Penetapan Harga Berbasis Laba
Target Return On Sales Pricing
Perusahaan menetapkan tingkat harga tertentu yang dapat menghasilkan laba dalam presentase tertentu terhadap volume penjualan.
4. Metode Penentuan Harga Berbasis Persaingan
 - a. Above, At, or – Below Market Pricing

- Dilakukan dengan menetapkan harga yang lebih tinggi daripada harga pasar.
- b. Sealed Bid Pricing
Metode ini menggunakan sistem penawaran harga dan biasanya melibatkan agen pembelian (buying agency).

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Harga Pada Surya Garden

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat harga pada Surya Garden yaitu, Menurut Suprpto dan Azizi (2020), dalam tingkat harga yang terjadi dipengaruhi oleh beberapa faktor:

1. Keadaan perekonomian
Keadaan perekonomian sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku dipasaran,
2. Penawaran dan Permintaan
Permintaan adalah sejumlah barang yang dibeli oleh pembeli ada tingkat harga tertentu.
Penawaran yaitu jumlah barang yang ditawarkan oleh penjual pada suatu tingkat harga tertentu.
3. Elastisitas permintaan
Faktor lain yang dapat mempengaruhi penentuan harga adalah sifat permintaan pasar, juga mempengaruhi volume yang dapat dijual.
4. Persaingan
Harga jual beberapa barang persaingan sering dipengaruhi oleh keadaan persaingan yang ada.
5. Biaya
Biaya merupakan dasar dalam penentuan harga, sebab suatu tingkat harga yang dapat menutup biaya akan mengakibatkan kerugian.
6. Tujuan Perusahaan
Setiap perusahaan selalu mempunyai tujuan yang sama dengan perusahaan lainnya. Tujuan tersebut yaitu:
 - a. Laba maksimum
 - b. Volume penjualan tertentu
 - c. Penguasaan pasar
 - d. Kembalinya modal yang tertanam dalam jangka waktu tertentu.

PENUTUP

Penetapan harga adalah proses menetapkan nilai yang akan diterima produsen dalam pertukaran jasa dan barang. Metode pricing dilakukan untuk menyesuaikan biaya yang ditawarkan produsen yang sesuai dengan produsen dan pelanggan. Pricing bergantung pada harga rata-rata perusahaan, dan nilai yang dirasakan pembeli dari suatu barang, dibandingkan dengan nilai yang dipersepsikan dari produk pesaing.

Metode harga yang digunakan pada Surya Garden yaitu:

1. Metode harga berbasis permintaan diantaranya : Skimming Pricing, Price Lining, Bundle Pricing.
2. Metode harga berbasis biaya yaitu : Cost Plus Percentage of Cost Pricing
3. Metode harga berbasis laba yaitu : Target Return On Sales Pricing
4. Metode harga berbasis persaingan yaitu : Above, At, or – Below Market Pricing, Sealed Bid Pricing.

Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat harga pada Surya Garden yaitu:

1. Keadaan perekonomian
2. Penawaran dan Permintaan
3. Elastisitas permintaan
4. Persaingan
5. Biaya
6. Tujuan Perusahaan

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller 2009, Manajemen Pemasaran, Edisi Tiga Belas Jilid Satu, Penerbit Erlangga, Jakarta
- [2] Yuda Supratna, Yoga Adrianto, Deni Sunaryo 2019, Induksi Manajemen Pemasaran, C.V. Penerbit Qiara Media
- [3] Darmanto, Sri Wardaya 2016, Manajemen Pemasaran, Penerbit Deepublish, Yogyakarta
- [4] Miguna Astuti, Agni Rizkita Amanda, Pengantar Manajemen Pemasaran, Penerbit Deepublish, Yogyakarta
- [5] Sunarno Sastroatmodjo, Manajemen Pemasaran (Marketing), Penerbit Media Sains Indonesia, Bandung
- [6] Iin Hasim, 2009, Tanaman Hias Indonesia, Penerbit Penebar Swadaya, Jakarta
- [7] Sri Widyastuti 2017, Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu, Penerbit FEB-UP Press, Jakarta Selatan
- [8] Sumarwan 2015, Pemasaran Strategik, Penerbit IPB Press, Bogor
- [9] Machfoedz, Mahmud. 2010. Komunikasi Pemasaran Modern. Yogyakarta : Cakra Ilmu.
- [10] Kasmir dan Jakfar, 2013, Studi Kelayakan Bisnis, Penerbit Kencana Prenada Media Group, Jakarta
- [11] Rifqi Suprpto dan M. Zaky Wahyudin Azizi 2020, Buku Ajar Manajemen Pemasaran, Penerbit Myria Publisher, Ponorogo
- [12] Dr. Sudaryono 2016, Manajemen Pemasaran, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- [13] Fitria Halim, Adhariksa Zukhruf Kurniullah, dan Marisi Butarbutar Efendi 2021, Manajemen Pemasaran Jasa, Penerbit Yayasan Kita Menulis, Medan
- [14] Fandy Tjiptono dan Gregious Chandra 2012, Pemasaran Strategik, Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- [15] Ir. Agustina Shinta, M.P 2011, Manajemen Pemasaran, Penerbit UB Press, Malang
- [16] Fandy Tjiptono 2019, Strategi Pemasaran, Edisi Empat, Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- [17] Thamrin Abdullah dan Francis Tantri 2012, Penerbit RajaGrafindi Persada, Jakarta
- [18] Aziz, M.L. and Sulistiono, S., 2020. Pengaruh Sikap Konsumen, Periklanan, dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen The Jungleland Adventure Theme Park. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 1(1), pp.43-52.
- [19] Mekaniwati, A., Nurendah, Y., Hanifah, N.S. and Maulina, D., 2021, December. TECHNOPRENEUR CHALLENGES FOR MSMES IN THE CITY OF BOGOR AS A SURVIVAL STRATEGY IN THE ERA OF THE COVID-19. In *International Conference on Global Optimization and Its Applications 2021* (pp. 118-118).
- [20] Nurendah, Y. and Wirakusuma, I., 2016. Pengaruh Positioning Produk Dan Differensiasi Produk Terhadap Citra Merek Pada Produk Ban Accelera. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 4(2), pp.077-088.
- [21] Noor, T.D.F.S., Nurendah, Y. and Suardy, W., 2021. Penerapan Hukum Bisnis Sebagai Upaya Menstimulus Kinerja UMKM Dari Perspektif Marketing. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(3), pp.627-640.
- [22] Nurendah, Y., 2020. Pelatihan Persiapan Berwirausaha Bagi Siswa SMA PGRI 3 Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 1(2), pp.181-190.
- [23] Dewi, M.U., Mekaniwati, A., Nurendah, Y., Cakranegara, P. and Arief, A.S., 2020. Globalization challenges of micro small and medium enterprises. *Eur. J. Mol. Clin. Med*, 7(11), pp.1909-1915.
- [24] Sulistiono, S., Mulyana, M. and Firmansyah, M.F., 2020. Pelatihan Pengembangan Merek Dan Kemasan Bagi UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 1(2), pp.87-94.
- [25] Sumarni, Murti dan John Soeprihanto. 2010. *Pengantar Bisnis : Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan*. Edisi ke 5. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.

- [26] Sulistiono, A. and Jayadi, R., 2011. Pengaruh Biaya Periklanan Terhadap Volume Penjualan Studi Kasus pada PT Ramayana Lestari Sentosa, Tbk. Cabang BTM Bogor. *Jurnal Ilmiah Ranggagading (JIR)*, 11(1), pp.12-16.
- [27] M. Suyanto. 2010. Marketing Strategi: Andi: Yogyakarta
- [28] Oentoro, Deliyanti, SE., MM. 2012. Manajemen Pemasaran Modern: LaksBang PRESSindo.
- [29] Ridwansyah, Ardhi. 2015. Business to business selling: Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- [30] Saladin, H Djaslim dan Oesman, Y. 2004. Intisari dan Unsur-unsur Pemasaran Edisi terbaru. Linda Karya: Jakarta.
- [31] Tjiptono, Fandy. 2012. Pemasaran Strategik. Edisi ke 2. Andi: Yogyakarta.
- [32] Sujana, S. and Sim, C.E., 2012. Pengaruh Karakteristik Individu Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Blackberry. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen Ranggagading*, 12(2), pp.148-156.
- [33] Sujana, S. and Susanto, S., 2002. Strategi Memenangkan Persaingan Dalam Menjual Cat Tembok: Studi Volume Penjualan Penjualan Pada CV. XYZ. *Jurnal Ilmiah Ranggagading (JIR)*, 2(2), pp.60-68.
- [34] Cahyani, B. and Sujana, S., 2018. The Influence of Reliability, Assurance, Tangible, Empathy And Responsiveness That Determine Buying Interest To Pt. Panorama Land. In *International Conference On Accounting And Management Science 2018* (pp. 165-169).
- [35] Kusuma, R.D., Sutjipto, S.S.U., Sujana, S. and Maretha, H.A., 2020. Pelatihan Optimasi Media Sosial Untuk Peningkatan Omzet UMKM. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 1(2), pp.215-222.
- [36] Selvie, Y.T. and Sujana, S., 2018. The Influence of Hedonic Shopping Motivation, Impulsif Buying, and Lifestyle on Purchase Decisions. In *International Conference On Accounting And Management Science 2018* (pp. 182-185).
- [37] Mashadi, M. and Suardy, W., 2020. Peningkatan Strategi Marketing Bagi Pelaku UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 1(2), pp.191-200.
- [38] Efendi, R. and Mashadi, M., 2020. Pengaruh Personal Selling, dan Slogan Iklan Terhadap Brand Awareness Produk Yakult. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), pp.127-137.
- [39] Mashadi, M., Hidayat, L., Mulyana, M., Nirwana, A.S. and Putra, T.B.E., 2021, December. The Impact of the Covid-19 Pandemic on the Performance of SMEs. In *International Conference on Global Optimization and Its Applications 2021* (pp. 272-272).