

EMEN

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA**

SKRIPSI

**STRATEGI HARGA PADA KERAJINAN TENUN
SONGKET "WASPADA INDAH"
PALEMBANG**



Diajukan Oleh :

JANUARIUS

01013110041

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-syarat
Guna Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi
2005**

7

S
338.5207
Jan
S
E
2005

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA**



SKRIPSI

**STRATEGI HARGA PADA KERAJINAN TENUN
SONGKET "WASPADA INDAH"
PALEMBANG**



R. 13625/13986.

**Diajukan Oleh :
JANUARIUS
01013110041**

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-syarat
Guna Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi
2005**

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**NAMA : JANUARIUS
NIM : 01013110041
JURUSAN : MANAJEMEN
MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : STRATEGI HARGA PADA KERAJINAN TENUN
SONGKET "WASPADA INDAH" PALEMBANG**

PANITIA PENGAWAS SKRIPSI

TANGGAL.....²⁸/₀₉.....⁻⁰⁵ KETUA PANITIA


**DRS. H. SOEBEDJO
NIP. 130344900**

TANGGAL.....²⁸/₀₉.....⁻⁰⁵ ANGGOTA


**DRS. DIAN EKA, MM
NIP. 131885906**

Motto :

**"Dan tiadalah kehidupan dunia ini melainkan senda gurau dan main-main.
Dan sesungguhnya akhirat itulah yang sebenarnya kehidupan, kalau
mereka mengetahui"**

(Al Ankaboot, ayat 64)

Kupersembahkan untuk:

- ⊕ ***Kedua orang tuaku tercinta***
- ⊕ ***Kakak-kakakku tercinta***
- ⊕ ***Sahabat - sahabat karibku***
- ⊕ ***Almamaterku***

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim.

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya jualah maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini hingga selesai tepat pada waktunya.

Adapun tujuan dari penulisan dan penelitian ini merupakan upaya penulis untuk mengembangkan kemampuan intelektual penulis dan sekaligus sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Diharapkan juga dari hasil penulisan skripsi ini akan dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi penulis, maupun bagi perencanaan pemikiran dan penulisan ilmiah pada masa yang akan datang.

Adapun judul yang diangkat dari penelitian ini adalah: "STRATEGI HARGA PADA KERAJINAN TENUN SONGKET 'WASPADA INDAH' PALEMBANG". Sehubungan dengan itu, skripsi ini dibagi dalam lima bab, yang akan dijelaskan secara ringkas di bawah ini.

Bab I: Pendahuluan, dalam bab ini penulis menguraikan tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, ruang lingkup penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika pembahasan. Bab II: Landasan Teori, bab ini menguraikan penjelasan teoritis yang mendasari penulisan skripsi ini, antara lain mengenai teori harga dan potongan harga. Bab III: Keadaan Umum Perusahaan, dalam bab ini diuraikan mengenai keadaan umum perusahaan, meliputi sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi perusahaan, perkembangan kegiatan pemasaran dan kebijaksanaan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan, yang meliputi produk, harga, promosi dan saluran distribusi.

Bab IV: Hubungan Antara Tingkat Harga dan Penjualan, merupakan bab analisis dengan menggunakan metode korelasi untuk mengetahui hubungan antara tingkat harga dan penjualan. Dalam bab ini juga dibahas mengenai faktor-faktor lain yang mempengaruhi penjualan. Bab V: Kesimpulan dan Saran, bab ini menyajikan kesimpulan dan saran.

Sebagai manusia biasa yang memiliki banyak kelemahan, penulis menyadari masih banyak kekurangan di dalam penulisan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati dan tangan terbuka, penulis menerima saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak sehingga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan sumbangan bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Akhir kata dengan ketulusan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah meluangkan waktu, menyumbangkan tenaga, pikiran dan saran hingga terselesaikannya skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas segala kasih dan kebaikan mereka yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi kita semua.

Palembang, Desember 2005

Penulis

JANUARIUS

UCAPAN TERIMA KASIH

Assalamu'alaikum, Wr. Wb,

Syukur Alhamdulillah, penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas berkat, rahmat dan ridho-Nya lah maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dalam rangka untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat guna mencapai gelar sarjana ekonomi.

Pada kesempatan ini dengan ketulusan hati penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada :

1. *Prof. Dr. Ir. H. Zainal Ridho Djafar*, selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. *Dr. Syamsurijal, AK*, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
3. *Drs. H. Soebedjo*, selaku ketua Pembimbing Skripsi.
4. *Drs. Dian Eka, MM*, selaku anggota Pembimbing Skripsi.
5. *Drs. M. Kosasih Zen*, selaku anggota tim penguji dan tempat aku bertanya bila ada sesuatu yang kurang jelas seputar masalah perkuliahan.
6. Segenap Dosen & Asisten Dosen di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya khususnya jurusan Manajemen.
7. Yang tercinta *Ayahanda (Aliman)* dan *Ibunda (Manisah)* yang telah melahirkan dan membesarkanku. Terima kasih yang tak terhingga atas segala cinta, kasih sayang, dorongan moril, spiritual dan materiil yang teramat dalam, hingga anakmu ini dapat menyelesaikan studi.

8. Yang tercinta kakakku (*Alam dan Yusuf*), terima kasih atas doa, dorongan dan bantuannya selama ini baik moril maupun materiil.
9. *H. Ansori Achmad* dan *Hj. Rusmina*, selaku pemilik kerajinan tenun songket “Waspada Indah” Palembang. Terima kasih atas semua bantuan dan perhatian yang diberikan kepada penulis, sehingga mampu merampungkan skripsi ini.
10. *M. Isa “Muis”* dan *Todes “Bing”*, untuk semua bantuan (terutama tumpangan komputernya) sehingga skripsi ini dapat dirampungkan.
11. *Mbak Ninil, Kak Endana, Kak Hendrik* dan seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi Unsri lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu, penulis mengucapkan terima kasih banyak atas bantuannya selama ini.
14. Sahabat-sahabat sejutaku dalam suka dan duka. *Fauzan “Jeladut” Rubiansyah* (tembaklah pulok oi budak tuh...He3x), *Fandi “Playboy” Agung* (jangan banyak nian cewek tuh, kagek pening dewek!! Mano tigo sms terakhir kito tuh??..), *Deny “Lelek” Friandi* (tobatlah pulok oi! Kato kau kalu la ado cewek nak stop?!...), *Candra “Iye”* (kapan kito begadang lagi?), *Burman “Duren” Ambara* (dak musim lagi oi manjangke rambut tuh...he..he), *Oksya “Wak Uk” Khalik* (jangan terlalu milih, mano yang galak be oi!!!...he..he..) dan semua sahabat karibku yang tidak bisa aku sebutkan satu per satu. Terima kasih atas dukungan dan kebersamaan yang telah kita lalui selama ini.
12. Rekan-rekan seperjuangan Manajemen’01. *Cekwan “Edo”* (dak malek apo ke Benteng terus? Bagi-bagi apo stok cewek tuh...☺), *Iyus* (kapan kito party..? Perasaan dak pernah jadi...), *Dedi* (kesian budak tuh oi...), *Eko “Punk” Fitrianto* (cakmano bisnis kito tuh kando....?Aku lagi buntu ini nih...), *Anton* (bermotor lagi apo ke

Layo?..), *Firmansyah "Kamplenk"* (jangan dak jadi gitaris be kau tuh...), *Firmansyah "Punk"* (jadilah pulok sms gratis...), *Liza, Ika, Atri, Rika "Amik"*. (thanks sudah minjemmin catatan..), *Nia*, *Amel* dan semua teman-teman angkatan 2001 yang tak dapat penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih atas atas kebaikan, kebersamaan dan bantuannya selama kuliah.

13. *Emmy Agneo Puri, Vida Resfitri* (thanks sudah minjemke buku. Kalau ado yang belum dibalikke, ikhlaskelah eh...☺), *Linda* (nyari data lagi apo?..), *Kiki* (kuliahnyo yang rajin eh..), *Echi, Wiwin, Fitri, Vero, Dewi, Ika* (what happen?..).
14. Buat teman-teman di EP'01. *Evan "Culun"* (jadi-jadilah ke 'pantai' tuh, idak berejo nak tamat apo?!..), *Joni* (rajin-rajinlah kuliah, kagek keno DO!!..), *Encis, Chintan, Adam, Zamil* (kapan kito kumpul-kumpul lagi? Idak ke kosan cewek di Plaju lagi apo?...He9x) dan sohib-sohibku yang bila disebutkan satu per satu, bisa-bisa bagian ini lebih tebal daripada skripsinya sendiri!!Ha3x. Terima kasih atas atas kebaikan, keceriaan, kebersamaan dan dukungan yang telah kalian berikan kepadaku.
15. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, penulis ucapkan terima kasih atas bantuannya selama ini.

Palembang, Desember 2005

Penulis

JANUARIUS

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| UPT. PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS SEWUJUYA | |
| No. DAFTAR : | 060005 |
| TANGGAL : | 04 JAN 2006 |

| | Halaman |
|---|---------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI..... | ii |
| MOTTO..... | iii |
| KATA PENGANTAR..... | iv |
| UCAPAN TERIMAKASIH..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR..... | xii |
| | |
| BAB I. PENDAHULUAN | |
| 1.1. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2. Perumusan Masalah..... | 8 |
| 1.3. Tujuan Penelitian..... | 8 |
| 1.4. Metodologi Penelitian..... | 9 |
| 1.4.1. Data Yang Digunakan..... | 9 |
| 1.4.2. Metode Pengumpulan Data..... | 10 |
| 1.4.3. Teknik Analisis Data..... | 11 |
| 1.5. Sistematika Pembahasan..... | 12 |
| | |
| BAB II. LANDASAN TEORI | |
| 2.1. Strategi Harga Sebagai Bagian Dari Bauran Pemasaran..... | 15 |
| 2.2. Harga dan Potongan Harga..... | 17 |
| 2.2.1. Pengertian Harga..... | 17 |
| 2.2.2. Penetapan Harga..... | 18 |

| | |
|---|----|
| 2.2.2.1. Tujuan Penetapan Harga..... | 18 |
| 2.2.2.2. Sasaran Penetapan Harga..... | 18 |
| 2.2.3. Strategi Adaptasi Harga dan Penentuan Harga Akhir..... | 22 |
| 2.2.3.1. Potongan Harga (<i>Discount</i>)..... | 22 |
| 2.2.3.2. Penetapan Harga Promosi..... | 24 |
| 2.2.3.3. Penetapan Harga Diskriminasi..... | 25 |
| | |
| BAB III. KEADAAN UMUM PERUSAHAAN | |
| 3.1. Sejarah Singkat Perusahaan..... | 26 |
| 3.2. Struktur Organisasi Perusahaan..... | 27 |
| 3.3. Kegiatan Perusahaan..... | 32 |
| 3.3.1. Alat-alat Produksi..... | 32 |
| 3.3.2. Bahan Baku dan Bahan Pembantu..... | 32 |
| 3.3.3. Proses Produksi..... | 33 |
| 3.4. Perkembangan Penjualan dan Harga..... | 36 |
| 3.4.1. Perkembangan Volume Penjualan..... | 36 |
| 3.4.2. Harga..... | 38 |
| 3.5. Saluran Distribusi..... | 42 |
| 3.6. Promosi..... | 42 |
| | |
| BAB IV. HUBUNGAN ANTARA TINGKAT HARGA DAN PENJUALAN | |
| 4.1. Pengaruh Tingkat Harga Terhadap Penjualan..... | 45 |
| 4.2. Faktor-faktor Lain Yang Mempengaruhi Penjualan | 65 |
| | |
| BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN | |
| 5.1. Kesimpulan..... | 70 |
| 5.2. Saran..... | 73 |

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|--|---------|
| Tabel 1 Jumlah Tenaga Kerja Pengrajin Tenun Songket “Waspada Indah” Palembang Tahun 2004 | 31 |
| Tabel 2 Volume Penjualan Kain Songket Pada Kerajinan Tenun Songket “Waspada Indah” Palembang Dari Tahun 2000 s.d Tahun 2004 (dalam lembar) | 37 |
| Tabel 3 Daftar Harga Jual Kain Songket Pada Kerajinan Tenun Songket “Waspada Indah” Palembang Tahun 2004 (per lembar) | 39 |
| Tabel 4 Perubahan Tingkat Harga Kain Songket Pada Kerajinan Tenun Songket “Waspada Indah” Palembang 2000-2004 (per lembar) | 40 |
| Tabel 5 Perbandingan Harga Jual Kain Songket Berdasarkan Motif Pada Tiga Toko Kain Songket di Palembang Tahun 2004 (per lembar) | 41 |
| Tabel 6 Data Penjualan Kain Songket Pada Kerajinan Tenun Songket “Waspada Indah” Palembang Tahun 2000-2004 | 49 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|--|---------|
| Gambar 1 Struktur Organisasi “Waspada Indah” Palembang..... | 29 |
| Gambar 2 Tahap-Tahap Proses Produksi Pengrajin Tenun Songket “Waspada Indah” Palembang..... | 34 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan suatu masyarakat yang adil dan makmur berdasarkan Pancasila di dalam negara kesatuan Republik Indonesia. Upaya tersebut tercermin di dalam pasal 33 UUD 1945 yang menegaskan bahwa pembangunan ekonomi Indonesia didasarkan atas dasar kekeluargaan dan demokrasi ekonomi. Sebagaimana juga telah diketahui, di dalam pembangunan nasional terdapat tiga bentuk usaha yang merupakan pelaku-pelaku utama dalam bidang ekonomi, yaitu Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Koperasi dan Perusahaan Swasta, dimana satu sama lain diharapkan saling berinteraksi di dalam menjalankan proses produksi dan distribusi.

Salah satu pelaku ekonomi yang cukup berperan di dalam pembangunan ekonomi dan juga dapat membantu menciptakan lapangan kerja bagi pengangguran adalah perusahaan atau industri kecil. Oleh karena begitu pentingnya peranan industri kecil di dalam suatu pembangunan, maka pemerintah berusaha mendorong dan membantu di dalam perkembangan dan pertumbuhan industri kecil tersebut.

Adapun peranan dari industri kecil tersebut yaitu : ¹

1. Industri kecil mampu menyediakan kesempatan kerja
2. Industri kecil memberikan sumbangan yang tinggi terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia.
3. Industri kecil mempunyai peran cukup penting dalam menghasilkan devisa negara.

Salah satu sektor industri yang mengalami perkembangan yang cukup pesat adalah industri kerajinan tenun songket. Sebagaimana yang kita ketahui bahwa propinsi Sumatera Selatan merupakan daerah utama penghasil kain songket yang berkualitas. Selain jumlah tenaga kerja di bidang ini cukup tersedia, bahan untuk membuat kain songket ini pun mudah didapat. Hal inilah yang mendorong para wirausahawan di daerah ini untuk mendirikan suatu industri yang bergerak di bidang kerajinan tenun songket. Salah satu industri kerajinan tenun songket yang ada di propinsi Sumatera Selatan adalah “Kerajinan Tenun Songket ‘Waspada Indah’ Palembang”.

Hal lain yang mendukung para wirausahawan ini mendirikan industri kerajinan tenun songket adalah bahwa industri ini tidak memerlukan peralatan canggih, dalam artian tidak memerlukan modal yang begitu besar. Karena kain songket ini dari awal produksi hingga selesai, sebagian besar dikerjakan oleh tenaga manusia atau dikerjakan secara tradisional, hanya saja dalam pengerjaannya memerlukan waktu yang cukup lama.

¹). Heru Santoso, SE. KD, *Peranan Usaha Kecil dan Koperasi Dalam Perekonomian Indonesia*, Makalah, 1997.

Tetapi di dalam suatu perusahaan, kegiatannya tidak hanya sampai pada kegiatan fungsi produksi saja, melainkan ada fungsi lain yang harus dilakukan oleh perusahaan agar kegiatan operasional perusahaan dapat berjalan dengan efisien dan efektif. Fungsi tersebut antara lain : ²⁾

1. Fungsi produksi
2. Fungsi keuangan
3. Fungsi pemasaran
4. Fungsi personalia/sumber daya manusia.

Di antara keempat fungsi tersebut, fungsi pemasaran merupakan ujung tombak dari kegiatan operasional perusahaan. Karena tanpa pemasaran, kegiatan perusahaan yang lainnya tidak akan berarti apa-apa. Fungsi pemasaran itu sendiri meliputi beberapa fungsi, di antaranya fungsi penjualan, pembelian, penyimpanan, pembelanjaan, standardisasi dan pengumpulan informasi pasar.

Di dalam pemasaran itu sendiri terdapat beberapa jenis kegiatan yang harus dijalankan oleh perusahaan guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kegiatan pemasaran tersebut adalah penentuan produk, penentuan harga yang kompetitif, pendistribusian barang/jasa dan kegiatan promosi.

Selain daripada itu, keberhasilan suatu perusahaan tidak terlepas dari ketepatan dalam memilih strategi pemasaran. Pemilihan strategi pemasaran yang tepat akan berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan, yang dalam hal ini mengenai pemasaran tenunan kain songket di Palembang. Sebagaimana kita ketahui bahwa tujuan dari perusahaan yang terorientasi kepada laba adalah mendapatkan

²⁾. Raymond Mc. Leod Jr, *Sistem Informasi Manajemen*, Jilid II, Prenhallindo, 1996, hal 183.

keuntungan/profit sebesar-besarnya demi mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan tersebut. Suatu perusahaan harus menggunakan strategi pemasaran yang tepat agar mampu bersaing di dalam pasar yang kompetitif.

Untuk mentransformasikan strategi pemasaran menjadi program pemasaran, perusahaan harus membuat keputusan mendasar dalam pengeluaran pemasaran, bauran pemasaran dan alokasi pemasaran. Pertama, perusahaan harus memutuskan tingkat pengeluaran pemasaran yang diperlukan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Kedua, perusahaan juga harus memutuskan bagaimana membagi anggaran pemasaran total di antara berbagai alat dalam bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran. Bauran pemasaran merupakan satu konsep kunci dalam teori pemasaran modern.

Terdapat lusinan alat bauran pemasaran. McCarthy mempopulerkan sebuah klasifikasi empat unsur dari alat-alat ini yang dikenal dengan empat P (*four Ps*), yaitu:³

1. Produk (*product*), yaitu penawaran berwujud perusahaan kepada pasar, yang mencakup kualitas, rancangan, bentuk, merek dan kemasan produk.
2. Harga (*price*), yaitu jumlah uang yang pelanggan bayar untuk produk tertentu.
3. Tempat (*place*), yaitu termasuk berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat agar produknya dapat diperoleh dan tersedia bagi pelanggan sasaran.
4. Promosi (*promotion*), yaitu meliputi semua kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan produknya kepada pasar sasaran.

³ Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Prenhallindo, 1997, hal. 82.

Berhasil atau tidaknya strategi pemasaran yang dipilih oleh perusahaan sangat dipengaruhi oleh keempat unsur yang terdapat dalam bauran pemasaran tersebut. Karena seperti yang kita ketahui bahwa keempat unsur dalam bauran pemasaran tersebut saling berkaitan satu sama lain. Tanpa adanya kesatuan dari keempat unsur bauran pemasaran tersebut, maka kegiatan pemasaran yang dilakukan tidak akan berjalan dengan lancar.

Kerajinan tenun songket “Waspada Indah” Palembang merupakan salah satu perusahaan yang memproduksi kain songket. Adapun produk lain yang dihasilkan oleh perusahaan adalah kain tajung, dasar tajung, kain jumputan, perada dan pelaminan.

Namun selama lima tahun terakhir ini, dari tahun 2000 s.d tahun 2004, penjualan kain songket yang dipasarkan oleh kerajinan tenun songket “Waspada Indah” Palembang ini terus mengalami penurunan. Keadaan ini perlu mendapat perhatian yang seksama dari perusahaan agar dapat diketahui faktor-faktor penyebabnya.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan penulis dengan pimpinan usaha kerajinan tenun songket “Waspada Indah” di Palembang, menunjukkan bahwa salah satu kendala yang dihadapi adalah dari segi pemasaran, di mana pengrajin masih sulit untuk melempar produknya ke pasaran atau konsumen.

Kesulitan tersebut antara lain dikarenakan beberapa faktor berikut ini:

- a. Penentuan harga yang kompetitif. Konsumen dalam menentukan jenis barang yang akan dibeli, mereka melakukan perbandingan kualitas, harga dan reputasi barang yang ditawarkan oleh masing-masing perusahaan. Bila ditinjau dari harga perlembar kain songket yang relatif mahal, maka yang diutamakan adalah bahan yang berkualitas. Sedangkan harga benang sutera yang diimpor sangat mahal. Dikhawatirkan bila harga yang ditetapkan terlalu mahal, akan lebih tinggi dari pesaing. Tetapi bila harga jual lebih rendah dari biaya produksi, perusahaan akan mengalami kerugian. Namun agar tetap dapat menang dalam persaingan, pengrajin tenun songket “Waspada Indah” harus memutuskan harga grosiran dan eceran, potongan harga, penyisihan/*allowances*, serta persyaratan kredit. Harga yang ditetapkan haruslah sebanding dengan penawaran nilai kepada pelanggan. Jika tidak, maka pembeli akan berpaling ke produk pesaing.
- b. Perusahaan belum mempunyai jaringan dagang yang baik dan belum mampu memanfaatkan peluang-peluang yang sudah terbuka untuk memasarkan produknya. Yang termasuk dalam jaringan dagang ini misalnya pemasok bahan baku untuk pembuatan kain songket ini, dimana bahan baku tersebut ada yang diimpor dari luar negeri yaitu benang sutera yang didatangkan dari Taiwan

Pada setiap jenis usaha, kegiatan penetapan harga sangatlah penting. Hal ini dilakukan agar dapat meningkatkan pemasaran produk yang dihasilkan. Kegiatan penetapan harga memainkan peranan penting dalam proses bauran pemasaran, karena penetapan harga terkait langsung nantinya dengan *revenue* yang diterima oleh

perusahaan. Keputusan penetapan harga juga sedemikian penting dalam menentukan seberapa jauh sebuah layanan jasa dinilai oleh konsumen dan juga dalam proses membangun citra. Penetapan harga juga memberikan persepsi tertentu dalam hal kualitas. Harga memainkan peranan penting dalam mengkomunikasikan kualitas dari produk tersebut. Dengan ketiadaan petunjuk-petunjuk yang bersifat nyata, konsumen mengasosiasikan harga yang tinggi dengan tingkat kinerja suatu produk yang tinggi pula.

Penetapan harga pada dasarnya bertujuan untuk memaksimalkan profit dalam periode tertentu. Penetapan harga juga bertujuan untuk membangun pangsa pasar (*market share*) dan memposisikan produk perusahaan tersebut sebagai produk yang eksklusif, sehingga konsumen akan merasa lebih puas terhadap pembelian produk yang mereka lakukan.

Selama ini kerajinan tenun songket “Waspada Indah” melakukan kegiatan penetapan harga produknya secara tradisional. Penetapan harga dilakukan dengan menambah persentase di atas nilai/besarnya biaya produksi. Pendekatan ini, bagaimanapun juga, dapat mengakibatkan kehilangan *benefits* dalam strategi pemasaran. Padahal dengan semakin berkembangnya pasar potensial serta majunya bidang teknologi, maka kegiatan penetapan harga yang lebih baik dan tepat harus dilakukan. Sedangkan pada saat ini, jenis usaha kerajinan tangan yang serupa telah menggunakan strategi penetapan harga yang lebih modern. Antara lain dengan *multiple pricing*, yaitu strategi yang merupakan diskon kuantitas. Strategi ini

menetapkan harga yang lebih murah jika kuantitas produk yang dibeli semakin banyak.

Dengan banyaknya jenis usaha serupa yang telah berdiri, maka persaingan pun semakin meningkat. Setiap perusahaan berusaha agar produknya yang paling banyak diminati dan dibeli oleh masyarakat. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka pengrajin tenun songket “Waspada Indah” perlu menjalankan dan menggunakan strategi penetapan harga yang lebih baik dan efektif, agar mampu bersaing dalam pasar yang kompetitif.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan di atas, maka menurut penulis masalah yang menjadi permasalahan pokok pada usaha kerajinan tenun songket “Waspada Indah” adalah:

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap penjualan?
2. Faktor-faktor lain apa sajakah yang mempengaruhi penjualan?

1.3. Tujuan Penelitian

Bertitik tolak dari latar belakang dan permasalahan yang ada, maka pelaksanaan penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis pengaruh harga terhadap penjualan kain songket.
2. Menganalisis faktor-faktor lain yang mempengaruhi penjualan kain songket.
3. Membantu perusahaan dalam mengatasi masalah yang dihadapinya.

1.4. Metodologi Penelitian

1.4.1. Data yang Digunakan

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri secara langsung melalui survei ke lapangan, yaitu ke perusahaan yang bersangkutan, dengan melakukan wawancara kepada staf pimpinan maupun karyawan perusahaan tersebut, maupun objek-objek lainnya. Pada penelitian ini penulis telah mendapatkan data daftar harga produk pada kerajinan tenun songket “Waspada Indah” Palembang, sebagai data primer.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang merupakan publikasi atau bentuk laporan dari pihak lain, berupa laporan dari perusahaan, instansi (dinas), maupun yang didapat dari buku-buku ilmiah lainnya. Pada penelitian ini penulis mengumpulkan data tentang volume penjualan pada kerajinan tenun songket “Waspada Indah” Palembang, sesuai dengan laporan penjualan yang dibuat oleh perusahaan ini, yang kemudian menjadi data sekunder.

1.4.2. Metode Pengumpulan Data

Metode-metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Studi Lapangan

Dalam penelitian lapangan ini, data yang dikumpulkan berupa data primer, yaitu data yang dikumpulkan sendiri oleh perseorangan atau suatu organisasi secara langsung dari objek yang diteliti.

Pada pengumpulan data ini penulis menggunakan cara:

- a. Observasi, yaitu melakukan pengamatan langsung terhadap kegiatan-kegiatan perusahaan. Kegiatan observasi ini dilakukan penulis sebelum mengadakan wawancara.
- b. Wawancara, yaitu kegiatan pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab langsung dengan pimpinan perusahaan ataupun karyawan yang dianggap dapat memberikan informasi yang dibutuhkan.

2. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan dilakukan dengan membaca dan mengutip teori dari referensi atau buku-buku teks yang relevan dengan permasalahan dalam penulisan skripsi ini, serta dengan membaca penelitian-penelitian sejenis yang sudah pernah dilakukan sebelumnya. Adapun data yang akan dikumpulkan berupa data sekunder, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi publikasi.

1.4.3. Teknik Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah Metode Analisis Kualitatif dan Metode Analisis Kuantitatif. Metode Analisis Kualitatif yaitu dengan menggunakan teori-teori pemasaran sebagai acuan penelitian, khususnya *Marketing Mix* yang meliputi Produk, Harga, Saluran distribusi/tempat dan Promosi, serta membandingkannya dengan kenyataan yang ditemui pada objek penelitian. Selain itu, penelitian ini menggunakan Metode Analisis Kuantitatif yaitu Metode Least Square dan Korelasi antar variabel, dimana variabel-variabel penelitian dihitung dengan menggunakan rumus :

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan :

\hat{Y} = Variabel Terikat / Dependent

X = Variabel Bebas / Independent

a dan b = Koefisien Regresi

Dengan Metode Least Square, nilai koefisien a dan b dapat diperoleh dengan :

$$b = \frac{n \sum X\hat{Y} - \sum X \sum \hat{Y}}{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \quad a = \frac{\sum \hat{Y} - b \sum X}{n}$$

Koefisien Korelasi adalah :

$$r = \frac{n \Sigma X \hat{Y} - \Sigma X \Sigma \hat{Y}}{\sqrt{[n \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2] [n \Sigma \hat{Y}^2 - (\Sigma \hat{Y})^2]}}$$

- Jika r mendekati 1, berarti hubungan antara Variabel Independent dengan Variabel Dependent sangat erat dan searah..
- Jika r mendekati -1 , berarti hubungan antara Variabel Independent dengan Variabel Dependent sangat erat dan tidak searah.
- Jika r mendekati 0, berarti hubungan antara Variabel Independent dan Variabel Dependent sangat lemah.
- Jika $r = 0$, berarti antara Variabel Independent dan Variabel Dependent tidak ada hubungan sama sekali.

1.5. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan skripsi ini dimaksudkan agar dapat memberikan kerangka atau gambaran garis besar secara jelas, sehingga dapat terlihat hubungan antara bab yang satu dengan bab berikutnya. Skripsi ini dibuat dengan terdiri dari lima bab dan pada tiap bab akan dikemukakan secara garis besar isi dari skripsi yang dibuat.

Adapun sistematika skripsi tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, ruang lingkup penelitian, metodologi penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan penjelasan teoritis yang mendasari penulisan skripsi ini, antara lain mengenai teori strategi bauran pemasaran dan harga.

BAB III : KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai keadaan umum perusahaan, meliputi sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi perusahaan, perkembangan kegiatan pemasaran dan kebijaksanaan pemasaran yang dilaksanakan, yang meliputi produk, harga, promosi dan saluran distribusi.

BAB IV : HUBUNGAN ANTARA TINGKAT HARGA DAN PENJUALAN

Bertitik tolak dari permasalahan di atas, maka pada bab ini akan dibicarakan mengenai pengaruh tingkat harga terhadap penjualan dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi penjualan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini penulis akan mencoba mengambil kesimpulan dari uraian-uraian yang telah dikemukakan pada bab terdahulu, kemudian memberikan saran-saran bagi perusahaan yang diharapkan dapat membantu perusahaan dalam mencari jalan keluar untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi.



- Santoso, Heru, *Peranan Usaha Kecil dan Koperasi Dalam Perekonomian Indonesia*, Makalah, 1997.
- Mc. Leod, Raymond, *Sistem Informasi Manajemen*, Prenhallindo, Jakarta, 1996.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, PT. Prenhallindo, 1997.
- Angipora, Marius P., *Dasar-Dasar Pemasaran*, PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta, 1999.
- Cravens, David W., *Pemasaran Strategis*, PT. Erlangga, Jakarta, 1999.
- Assauri, Sofyan, *Manajemen Pemasaran (Konsep Dasar dan Strategi)*, PT. Rajagrafindo Persada, 1996.
- Manajemen Produksi*, LP-FEUI, Jakarta, 1980.
- Irawan dan Wijaya, Faried, *Pemasaran 2000*, BPFE-Yogyakarta, 1996.
- Stanton, William J., *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 1, 1986.
- Guiltinan, Joseph P., *Manajemen Pemasaran, Strategi dan Program*, PT. Erlangga, Jakarta, 1991.
- Siagian, Sondang, *Filsafat Administrasi*, Gunung Agung, Jakarta, 1993.
- Swastha, Basu, *Pengantar Bisnis Modern*, Liberty, Yogyakarta, 1998.
- Faridah, Skripsi: *Kebijaksanaan Promosi Dalam Kaitannya Untuk Meningkatkan Penjualan Kain Blonsong Pada CV. Karya Jaya Palembang*, Fakultas Ekonomi Unsri, 1998.
- Riansyah, Erwin, Skripsi: *Analisis Tingkat Harga Produk Terhadap Volume Penjualan Pada Toko Meubel Riefo Furniture Palembang*, Fakultas Ekonomi Unsri, 2005.