I
NAN

UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA

SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI HARGA INDUSTRI COR LOGAM DI KOTA PALEMBANG

Oleh:

SANTY RUTH FEBRY M.

01003120016

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

07

S
338.5207
Feb
a
c-050948
2005

R. 12405
Rg. 12687

UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
U.P.T. PERPUSTAKAAN

SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI HARGA INDUSTRI COR LOGAM DI KOTA PALEMBANG

Oleh:

SANTY RUTH FEBRY M.

01003120016

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

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

INDERALAYA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : SANTY RUTH FEBRY M.

NIM : 01003120016

JURUSAN : EKONOMI PEMBANGUNAN

JUDUL SKRIPSI : ANALISIS STRATEGI HARGA INDUSTRI COR LOGAM DI KOTA PALEMBANG

PANITIA PEMBIMBING SKRIPSI

Tanggal, 2 Mei 2005

Ketua

Dr. Bernadette Robiani, M.Sc
NIP. 131844038

Tanggal, 2 Mei 2005

Anggota

Drs. Muhammad Teguh, M.Si
NIP. 131844032

UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA

ANALISIS STRATEGI HARGA INDUSTRI COR LOGAM DI KOTA PALEMBANG

Dipersiapkan dan disusun oleh:
SANTY RUTH FEBRY M.
NIM 01003129016

Telah dipertahankan di depan panititia komprehensif pada tanggal 16 Mei 2005 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Panitia Ujian Komprehensif
Inderalaya, 16 Mei 2005

Ketua,	Anggota,	Anggota,
Dr. Bernadette Robiani, M.Sc	Drs. M. Teguh, M.Si	Drs. Suhel, M.Si
NIP 131844038	NIP 131844032	NIP 131993979

Mengetahui
Ketua Jurusan

Drs. Suhel, M.Si
NIP 131993979

Motto :

" Berdolah supaya kamu jangan jatuh ke dalam pencobaan " (Lukas 22:40 b)

Kupersembahkan kepada :

- *Gembala dan Juru Selamatku*
- *Bapak dan Mama*
- *Abang-abang, kakak-kakak*
- *Keponakan-keponakanku*
- *Yang terkasih*
- *Almamaterku*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai salah satu syarat guna mencapai gelar sarjana ekonomi. Adapun judul yang diambil adalah **"ANALISIS SRATEGI HARGA INDUSTRI COR LOGAM DI KOTA PALEMBANG"**.

Skripsi ini berisi tentang bagaimana sratategi harga yang dilakukan oleh industri cor logam di Kota Palembang untuk dapat menetapkan harga jual pada produk yang mereka hasilkan.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak ditemui kekurangan dan keterbatasan. Untuk itu segala kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan selanjutnya dari pihak pembaca sangat diharapkan agar dikemudian hari dapat lebih baik lagi. Akhirnya penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada kita semua.

Inderalaya, Mei 2005

Penulis,

DAFTAR ISI

Halaman Judul
Halaman Persetujuan Skripsi
Halaman Pengesahan
Halaman Persembahan
Kata Pengantar i
Daftar Isi ii
Daftar Tabel iv
Daftar Skema vi
Daftar Lampiran vii
Ucapan Terima Kasih viii
Abstraksi/ Abstract xi

BAB I. PENDAHULUAN
I.1. Latar Belakang 1
I.2. Perumusan Masalah 9
I.3. Tujuan Penelitian 9
I.4. Manfaat Penelitian 9
I.5. Kerangka Teori 9
I.6. Penelitian Terdahulu 19
I.7. Kerangka Berpikir 21
I.8. Hipotesis 22
I.9. Metodologi Penelitian
I.9.1. Ruang Lingkup Penelitian 22
I.9.2. Metode Pengumpulan Data 23
I.9.3. Metode Sensus 24
I.9.4. Teknik Analisis 24
I.9.5. Batasan Variabel
I.9.5.1. Definisi Konsepsional 25
I.9.5.2. Definisi Operasional 26

BAB II. TINJAUAN UMUM INDUSTRI COR LOGAM DI KOTA PALEMBANG
II.1. Perkembangan Industri Cor Logam 27
II.2. Alasan Menjadi Produsen Cor Logam 29
II.3. Tingkat Pendidikan 29
II.4. Kelompok Umur 31
II.5. Tenaga Kerja 32
II.6. Jam Kerja 33
II.7. Upah 34
II.8. Bahan Baku 34

UPT PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS SRIWIJAYA
NO. DAFTAR : 050848
TANGGAL : 24 JUN 2005

II.9. Peralatan 35
II.10. Bahan Bakar 37
II.11. Waktu Produksi 37
II.12. Proses Produksi 38
II.13. Tempat Produksi 39
II.14. Produksi Yang Dihasilkan 39
II.15 Permodalan 40
II.16. Pemasaran 43

BAB III STRATEGI HARGA INDUSTRI COR LOGAM DI KOTA PALEMBANG
III.1. Strategi Harga Industri Cor Logam Berdasarkan *Mark Up Pricing* 45
III.2. Penetapan Harga Produk Sendok Aluminium 49
III.3. Penetapan Harga Produk Kipas Kapal 65

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN
IV.1 Kesimpulan 74
IV.2. Saran 75

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN
DAFTAR PERTANYAAN

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
1	Jumlah Unit Usaha dan Tenaga Kerja Industri Kecil di Provinsi Sumatera Selatan 2002-2003	4
2	Jumlah Unit Usaha dan Tenaga Kerja Industri Kecil di Kota Palembang 2002-2003	5
3	Jumlah Unit Usaha dan Produksi Industri Cor Logam di Provinsi Sumatera Selatan 2002-2003	6
4	Jumlah dan Persentase Produsen cor Logam Menurut Alasan Menjadi Produsen Cor Logam	29
5	Jumlah dan Persentase Produsen Cor Logam Menurut Tingkat Pendidikan	30
6	Jumlah dan Persentase Produsen Cor Logam Menurut Kelompok Umur (Tahun)	32
7	Jumlah dan Persentase Produsen Cor Logam Menurut Jumlah Tenaga Kerja (Orang)	33
8	Jumlah dan Persentase Produsen Cor Logam Menurut Pasokan Bahan Baku Rata-Rata Per Hari (Kilogram)	35
9	Jumlah dan Persentase Produsen Cor Logam Menurut Jumlah Produksi Per Hari (Kilogram)	40
10	Jumlah dan Persentase Produsen Cor Logam Menurut Asal Modal	42
11	Jumlah dan Persentase Produsen Cor Logam Menurut Besarnya Modal	43
12	Harga Barang-Barang Bekas Aluminium Per Kilogram Menurut Produsen	47

13 Harga Bahan Baku, Bahan Baku M*ark Up* dan Biaya *Mark Up* Per Kilogram Menurut Produsen 48
14 Macam-Macam Biaya Berubah dan Biaya Tetap Industri Cor Logam di Kota Palembang 49
15 Rata-Rata Penggunaan Bahan Baku, Tenaga Kerja dan Output yang Dihasilkan Per Hari 51
16 Total Biaya Bahan Baku dan Bahan Baku *Mark Up* Untuk Produk Sendok Menurut Produsen 55
17 Rata-rata Persentase *Mark Up* Berdasarkan Jenis Produk Industri Cor Logam di Kota Palembang 57
18 Upah Menurut Jenis Pekerjaan dan Produsen 59
19 Biaya Rata-Rata Menurut Jenis Produk Per Lusin (Rp) 62
20 Harga Jual Menurut Jenis Produk Sendok dan Produsen Per Lusin 64
21 Total Biaya Bahan Baku dan Bahan Baku *Mark Up* Kipas Kapal Industri Cor Logam di Kota Palembang 68
22 Rata-rata Persentase *Mark Up* Berdasarkan Jenis Produk Kipas
23 Biaya Rata-Rata Menurut Jenis Produk Kipas Kapal dan Produsen 71
24 Harga Jual dan Berat Produk Kipas Kapal Menurut Produsen 72

DAFTAR SKEMA

Skema		Halaman
1	Model Analisis Organisasi Industri	10
2	Proses Produksi Cor Logam	39

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN

1.a Harga *Mark Up* Sendok Aluminium

1.b Harga *Mark Up* Sendok Aluminium

1.c Harga *Mark Up* Sendok Aluminium

2 Harga *Mark Up* Kipas Kapal

3 Macam-Macam Biaya Tetap Berdasarkan Harga, Umur, Dan Penyusutan Per Hari

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah melindungi dan menjaga saya dari awal perkuliahan sampai saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Semua yang saya alami merupakan berkat terindah yang diberikan Tuhan kepada saya. Tidak lupa juga saya mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Syamsurizal, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
2. Bapak Drs. Suhel, M.Si selaku Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan, dosen penasehat akademik dan juga sebagai dosen penguji komprehensif saya. Terima kasih untuk bimbingan dan nasehatnya selama ini.
3. Ibu Dr. Bernadette Robiani, M.Sc selaku pembimbing I dan Drs. M. Teguh, M.Si selaku pembimbing II dan juga dosen dalam mata kuliah konsentasi industri, terima kasih untuk bimbingan, kritik dan saran yang dapat mengarahkan saya dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Seluruh dosen pengajar yang telah memberikan pengetahuan selama saya mengambil mata kuliah.
5. Seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya yang telah banyak membantu.
6. Bapak Ir. Syarif Alwi yang telah banyak membantu saya mendapatkan data yang saya perlukan di DISPERINDAG.
7. Bapak Joko Santoso, Bapak Mahmud, Bapak Mansyur, Bapak Rachmat dan Ibu Siti Hawa sebagai produsen industri cor logam. Terima kasih atas semua data dan bantuannya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak dan Mama yang selalu memenuhi semua kebutuhan jasmani maupun rohani, nasehat, motivasi, pengajaran dan pengalaman hidup kepada kami semua. Walaupun kami sering membuat kecewa tapi kami tidak akan lupa untuk memberikan yang terbaik buat bapak dan mama.

9. Abang-abang; Wirya Putra SAR Silalahi, Tommy P. Silalahi, Rommy J. Silalahi, Bobby J.P.H. Silalahi dan kakak; Tetty R. Silalahi. Terima kasih atas segala bantuannya selama ini sehingga saya dapat menyelesaikan pendidikan sarjana ini.
10. Kakak-kakak ipar; Rumiri Hutapea, Uli Girsang, Ningsih Sirait. Terima kasih untuk bantuan dan pengertiannya selama ini.
11. Keponakan-keponakan; Cika, Indah, Amelia, Iren, Ribka dan David, yang telah memberikan keceriaan dunia anak-anak kepada saya. Semoga kalian dapat mengejar semua cita-cita yang kalian impikan.
12. Jimmy Dharma Silalahi sebagai abang dan juga kakak tingkat yang selama ini sama-sama berjuang.
13. Darmanto Samosir sebagai teman yang selalu menemani dalam setiap pergumulan, memberikan semangat dan sangat membantu saya dalam penyelesesaian skripsi ini, semoga cepat tamat.
14. Sepupuku Mona Simanjuntak, semoga sukses dalam kuliah.
15. Seluruh angkatan 2000 jurusan Ekonomi Pembangunan baik yang sudah lulus maupun belum lulus untuk kebersamaannya selama ini, terutama untuk Mega, Ama, Merry, Mila, Hosea, Bram, Paian, Suhendra yang selama ini menjadi teman berbagi.
16. Teman-teman konsentrasi industri; Reni, Rini, Nyayu, Melianti, Donny, Ari, Husni dan Dewi, terima kasih untuk kebersamaannya.
17. Teman-teman dari angkatan 1999 sampai 2004 jurusan Ekonomi Pembangunan terutama kepada; Erwin, Mia, Togap, Herson, Hendra, Ulli, Riris, Noviyanti, Dian, Rida, Tika, Dita, Bella, Erlin, Lenny, Syamsiar, Intan. Terima kasih untuk kebersamaannya selama ini.
18. Derma Simanjuntak sebagai adik tingkat, tetangga dan juga teman seperjuangan di saat-saat terakhir. Akhirnya kita dapat melalui ini semua.
19. Teman-teman di Komperta Inderalaya; Henny, Mariana, Hansen, Hendrik, Dicky, Beresman, Robert, Daniel, Timbul, Lastina, Tati, Meilin, Riris, Pretty,Wista,

Boy,Yohana, Melva, Jeremia, Edison, Bang Hendra, Bang Tommy, Bang Ronald, Bang Sion, Bang Phani. Semoga kenangan di Komperta dapat kita ingat terus.

20. Bang Krismanto dan Roy. Terima kasih untuk tumpangan ngeprint, maaf karena sudah sering merepotkan.
21. Teman-teman di PS Ekklesia, Teman-teman di Punguan Silahi-sabungan terutama untuk ito Swandi, Parasiang, Hendra. Teman-teman di Punguan Simanjuntak, terima kasih untuk kebersamaannya selama ini.

Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih untuk semua bantuannya. Semoga Tuhan selalu menyertai kita semua.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku industri dalam hal ini adalah strategi harga yang dilakukan oleh produsen industri cor logam di Kota Palembang untuk menetapkan harga yang dapat memberikan keuntungan. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan dalam menetapkan strategi harga yaitu dengan menggunakan strategi *mark up* yang dikenakan pada biaya bahan baku. Berdasarkan hasil perhitungan biaya produksi dengan menggunakan biaya bahan baku yang telah di *mark up* maka rata-rata *mark up* industri cor logam berkisar 1,65 persen sampai 5,02 persen. Hal ini menunjukkan bahwa persentase *mark up* tergolong kecil, sehingga penetapan harga jual produk tidak dapat jauh lebih tinggi dari biaya rata-rata produksi.

ABSTRACT

This research aim to analyze the conduct of metal cast industry in Palembang City in order to set the price which is give some profit to producers. Analyze technique used were descriptive quantitative and qualitative analyzing technique.

The result of this research indicates that strategy of metal cast industry producers in Palembang City done to set up the price by marked up the price of their raw material which is used to production. On the average, the mark up is between 1,65 percent to 5,02 percent. It shows that the metal cast industry only mark up the price is quite low, that is the reason the product price is not high.

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Pada negara berkembang masalah pertumbuhan penduduk yang cepat dengan penyebaran yang tidak merata merupakan faktor yang sangat mempengaruhi hasil pembangunan. Pertumbuhan penduduk yang sangat cepat berarti membutuhkan usaha peningkatan produksi yang bertujuan untuk mempertahankan suatu tingkat kesejahteraan masyarakat tertentu dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Suatu hal yang tidak kalah pentingnya yang berkaitan dengan pertumbuhan penduduk ini adalah peningkatan kesempatan kerja.

Pembangunan industri merupakan salah satu cara yang diharapkan dapat menyelesaikan masalah pengangguran, sehingga kesejahteraan rakyat meningkat dalam arti tingkat hidup yang lebih maju maupun taraf hidup yang lebih bermutu. Hal itu dapat dimaklumi karena sektor industri memiliki kelebihan- kelebihan sebagai berikut (Dumairy, 1997: 227):

1. Produk-produk industri selalu memiliki "dasar tukar" (term of trade) yang tinggi atau lebih menguntungkan serta menciptakan niali tambah yang lebih besar dibandingkan dengan produk-produk sektor lain. Hal ini disebabkan karena sektor industri memiliki variasi prooduk yang sangat beragam dan mampu memberikan manfaat marginal yang tinggi kepada pemakainya.

2. Pelaku bisnis seperti produsen, penyalur, pedagang dan investor lebih suka berkecimpung dalam bidang industri karena sektor ini memberikan marjin keuntungan yang lebih menarik.
3. Berusaha dalam bidang industri dan berniaga hasil-hasil industri yang lebih diminati, karena proses produksi serta penanganan produknya lebih bisa dikendalikan oleh manusia, tidak tergantung pada alam semisal musim atau keadaan cuaca.

Negara yang industrialisasinya dilandasi argumen penciptaan kesempatan kerja (employment creation) lebih memprioritaskan pengembangan industri yang lebih banyak menyerap tenaga kerja. Jenis industri yang dimajukannya bertumpu pada industri yang relatif padat karya dan industri kecil. Argumentasi penciptaan kesempatan kerja unggul karena titik tolaknya yang sangat manusiawi. Selaras dengan paradigma yang menempatkan manusia sebagai subjek (bukan objek) pembangunan, argumentasi ini sangat populis dan cocok bagi negara-negara berkembang yang memiliki penduduk dalam jumlah besar (Dumairy, 1997: 228).

Industri kecil umumnya mempunyai akar yang kokoh baik dilihat dari sejarahnya maupun dari segi pasar produk-produknya. Faktor-faktor yang memperkokoh keberadaan industri kecil antara lain keterampilan, tradisi, budaya, kebutuhan konsumen lokal, sumber daya lokal yang relatif lebih murah dan dalam beberapa hal sulit ditiru secara mekanis (Tambunan, 1998: 8)

Pekembangan industri khususnya industri kecil di Sumatera Selatan mempunyai potensi yang baik karena didukung dengan tersedianya sarana dan

prasarana yang relatif baik dalam pelaksanaan proses produksi. Hal ini dapat dilihat dari jumlah unit usaha dan penyerapan tenaga kerja yang relatif besar pada industri kecil yaitu sebesar 35.252 unit atau 98,32 persen dengan penyerapan tenaga kerja sebesar 208.383 orang atau 59,31 persen pada tahun 2002. Sedangkan pada tahun 2003 terjadi peningkatan unit usaha yaitu sebesar 3.100 unit usaha atau 8,08 persen dengan jumlah tenaga kerja yang juga meningkat yaitu sebesar 13.011 atau 9,52 persen (Disperindag Provinsi Sumatera Selatan, 2003).

Industri kecil adalah perusahaan-perusahaan yang mempunyai tenaga kerja antara lima sampai sembilan belas orang (BPS, Statistik Indonesia, 1997). Para pengusaha industri kecil itu sendiri maupun berkelompok menggunakan teknologi yang relatif sederhana, tenaga kerjanya terbatas, serta modal yang terbatas pula. Industri kecil di Indonesia dibagi menjadi lima cabang usaha yaitu: industri pangan, sandang dan kulit, kerajinan umum, logam dan kimia bahan bangunan.

Industri kecil di Provinsi Sumatera Selatan umumnya bergerak di bidang pangan baik dilihat dari jumlah unit usaha dan tenaga kerja. Persentase jumlah unit usaha pada industri pangan pada tahun 2002 yaitu sebesar 45,85 persen dan jumlah tenaga kerja sebesar 52,47 persen. Kelompok industri logam dan jasa merupakan industri yang memiliki jumlah unit usaha yang cukup banyak setelah industri pangan yaitu sebesar 5.625 unit pada tahun 2002 atau sebesar 15,96 persen dan pada tahun 2003 meningkat sebesar 4,84 persen. Jumlah tenaga kerja pada industri logam dan jasa juga mengalami peningkatan sebesar 11,46 persen dari 14.472 unit pada tahun 2002 menjadi 16.160 unit usaha pada tahun 2003. Berbeda dengan keadaan pada

industri kerajinan umum dan industri sandang dan kulit yang mengalami penurunan jumlah unit usaha dan tenaga kerja. Pada industri kerajinan umum terjadi penurunan jumlah unit usaha sebesar 1,64 persen dan tenaga kerja yang berkurang juga sangat besar yaitu sekitar 12,51 persen. Hal demikian juga terjadi pada industri sandang dan kulit dimana jumlah tenaga kerja berkurang 6,03 persen dan tenaga kerja berkurang 9,96 persen. Penurunan tersebut terjadi karena iklim usaha yang kurang baik sehingga pengusaha mengalami kesusahan dalam permodalan untuk menjalankan usahanya, selain itu juga banyak para tenaga kerja yang mencoba untuk menjadi tenaga kerja di luar negeri. Jumlah unit usaha dan tenaga kerja industri kecil di Provinsi Sumatera Selatan dapat dilihat pada tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1

Jumlah Unit Usaha dan Tenaga Kerja Industri Kecil di Provinsi Sumatera Selatan 2002 -2003

No	Kelompok Industri	Unit Usaha (Unit)		Tenaga kerja (Orang)	
		2002	2003	2002	2003
01.	Pangan	16.162	17.165	59.601	64.323
02	Sandang & kulit	3.218	3.024	8.604	7.744
03	Kerajinan Umum	5.624	5.532	17.693	15.478
04	Logam & Jasa	5.625	5.911	14.472	16.160
05	Kimia dan Bahan bangunan	4.623	6.720	13.231	33.007
Jumlah		35.852	38.352	113.601	136.612

Sumber: Disperindag Provinsi Sumatera Selatan, 2003

Industri pengecoran logam merupakan salah satu industri kecil yang termasuk pada kelompok industri logam dan jasa. Di Kota Palembang kelompok industri logam dan jasa termasuk industri yang menyerap banyak tenaga kerja dan dari data yang ada Palembang merupakan kota yang cukup mendominasi dari banyaknya industri logam dan jasa di Provinsi Sumatera Selatan ini yaitu sebesar 44,1 persen pada tahun 2003. Pada tabel 2 terlihat bahwa jumlah unit usaha industri cor logam dan jasa yang ada di kota Palembang pada tahun 2002 adalah sebesar 3.295 unit atau sebesar 40,22 persen dan meningkat menjadi 3.309 pada tahun 2003, sedangkan jumlah tenaga kerja yang dapat diserap adalah sebesar 15.239 orang pada tahun 2002 dan meningkat sebesar 32,43 persen pada tahun 2003.

Tabel 2

Jumlah Unit Usaha dan Tenaga Kerja Industri Kecil di Kota Palembang 2002 -2003

No	Kelompok Industri	Unit Usaha (Unit)		Tenaga kerja (Orang)	
		2002	2003	2002	2003
01.	Pangan	1.925	1.945	11.447	11.626
02	Sandang & kulit	976	978	7.165	7.201
03	Kerajinan Umum	771	772	4.485	4.500
04	Logam & Jasa	3.295	3.309	15.239	15.329
05	Kimia dan Bahan bangunan	1.225	1.252	8.444	8.615
Jumlah		8.192	8.256	36.480	47.271

Sumber: Disperindag Provinsi Sumatera Selatan, 2003

Jumlah unit usaha industri kecil pengecoran logam di Provinsi Sumatera Selatan ini belum tergolong banyak. Di Kota Palembang sendiri jumlah unit usaha pada tahun 2003 yaitu sebesar lima unit dengan produksi yang dihasilkannya sebesar 157,5 ton per tahun, di Kabupaten Musi rawas terdapat dua unit usaha dengan produksi per tahun adalah sebesar 45 ton, sedangkan di Kabupaten Muba, Kabupaten OKI, Kabupaten OKU dan Kabupaten Lahat masing-masing hanya terdapat satu unit usaha dengan masing-masing produksi sebesar 22 ton, 30 ton, 18 ton dan 27 ton per tahun. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 3 berikut.

Tabel 3

Jumlah Unit Usaha dan Produksi Industri Cor Logam di Provinsi Sumatera Selatan 2002/2003

No	Daerah	Unit usaha (unit)	Produksi (ton)
1	Palembang	5	157
2	Musi Rawas	2	45
3	Musi Banyuasin	1	22
4	OKI	1	30
5	OKU	1	18
6	Lahat	1	27
	Jumlah	11	299

Sumber: Disperindag Provinsi Sumatera Selatan, 2003.

Industri pengecoran logam di Kota Palembang menghasilkan berbagai macam keperluan rumah tangga seperti sendok-garpu, sendok nasi, sendok sayur,

sendok penggorengan dan panci yang terbuat dari Aluminium selain itu mereka juga menghasilkan baling-baling kapal yang terbuat dari Aluminium.

Bila dilihat dari kegunaannya barang-barang yang dihasilkan oleh industri cor logam ini adalah barang kebutuhan rumah tangga yang pasti akan diperlukan. Namun tingkat permintaannya sekarang ini menurun hal tersebut dikarenakan mulai banyaknya produk sejenis yang berbeda bahan baku. Produk rumah tangga yang terbuat dari bahan logam Aluminium ini masih banyak dipergunakan oleh konsumen menengah ke bawah, karena mereka masih menganggap harga produk tersebut jauh lebih murah dibandingkan dengan produk yang terbuat dari bahan baku lainnya. Walaupun terjadi penurunan permintaan namun produsen cor logam di Kota Palembang berusaha untuk dapat berproduksi mengingat kejayaan yang pernah dialami serta usaha turun-temurun (warisan) dari orang tua. Bila permintaan terhadap sendok menurun maka mereka akan memproduksi baling-baling kapal yang banyak dipergunakan perahu nelayan agar mereka tetap berproduksi.

Seperti yang kita ketahui keperluan rumah tangga sekarang ini sudah banyak menggunakan berbagai macam bahan baku untuk sendok, baik itu sendok makan, sendok teh, sendok nasi, sendok sayur, sendok penggorengan dan sendok lainnya yang terbuat dari *stainless stell* maupun bahan baku lainnya. Hal tersebut menjadi kendala bagi pegusaha cor logam dalam menghasilkan produk dari bahan baku Aluminium untuk bersaing di pasar. Dari segi kualitas produk dari bahan Aluminium lebih rendah karena cenderung mudah patah dibandingkan dengan produk yang terbuat dari *stainless stell* maupun bahan baku yang lainnya, sedangkan dari segi

harga apabila terjadi kenaikan harga bahan baku maka hal tersebut menjadi kendala yang besar bagi produsen dalam menetapkan harga agar dapat bersaing dengan produk lain yang berbeda bahan baku yang harganya mulai cenderung turun. Selain itu di dalam industri cor logam sendiri sering terjadi perang harga, mereka saling berusaha untuk menurunkan harga agar lebih banyak mendapatkan permintaan dari konsumen.

Industri cor logam ini merupakan industri kecil yang menggunakan modal tidak terlalu besar dengan penggunaan alat-alat yang sederhana dan padat tenaga kerja. Dengan penambahan tenaga kerja maka dapat menambah output yang akan memberikan penerimaaan yang meningkat. Namun karena terjadi penurunan permintaan pada produk cor logam Aluminium maka apabila tetap terus menambah faktor produksi (tenaga kerja) maka biaya total produksi akan lebih besar dibandingkan penerimaan yang diterima yang pada akhirnya akan merugikan produsen.

Strategi untuk menetapkan harga merupakan perilaku yang sering terjadi pada produsen-produsen dari berbagai macam struktur pasar. Strategi tersebut dilakukan untuk dapat bersaing dan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal. Hal tersebut juga dapat dilihat dari perilaku pada industri cor logam di Kota Palembang. Produsen harus menetapkan harga yang dianggap dapat diterima oleh konsumen dan tidak merugikan mereka sebagai produsen Berdasarkan uraian di atas maka Penulis mencoba untuk mengangkat masalah yang berkaitan dengan strategi harga.

1.2. Permasalahan Pokok

Berdasarkan uraian di atas masalah yang akan diteliti adalah bagaimanakah strategi harga yang dilakukan produsen industri cor logam di Kota Palembang.

1.3. Tujuan Penelitian

Bertitik tolak dari permasalahan yang disampaikan maka tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk mengetahui perilaku srategi harga industri cor logam di Kota Palembang.

1.4. Manfaat Penulisan

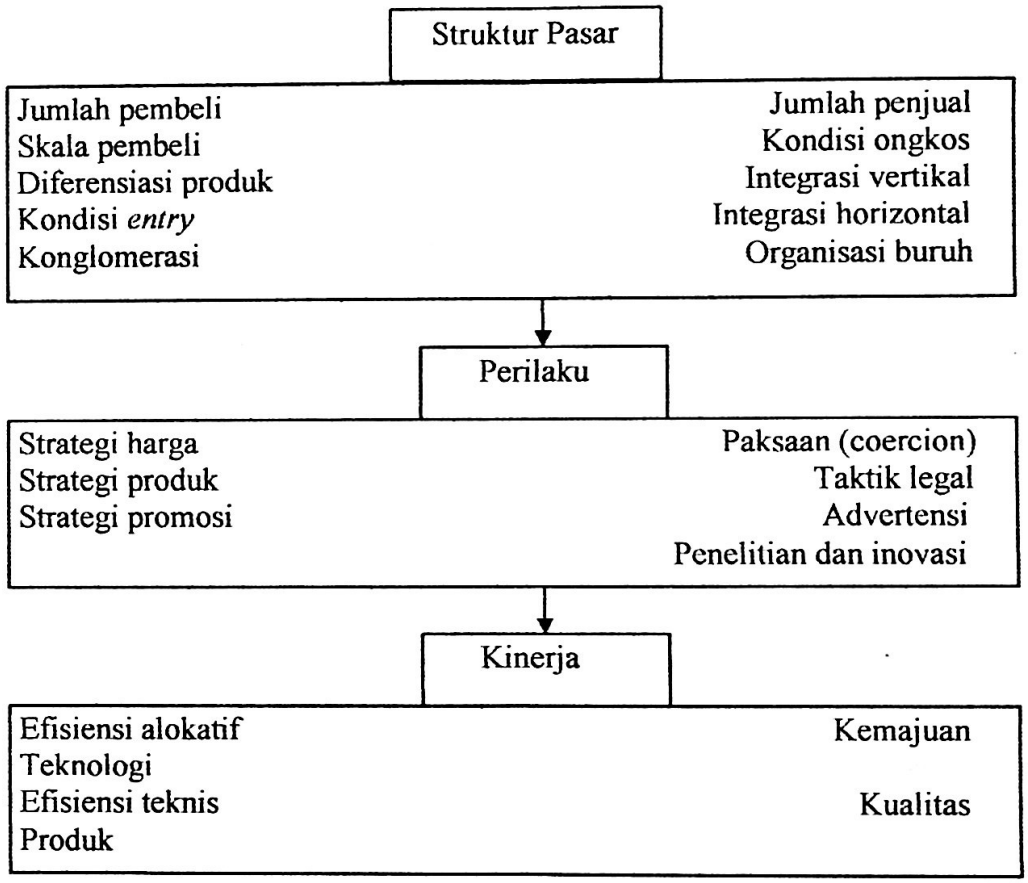
Manfaat yang diharapkan dari penulisan skripsi ini adalah:
Untuk mengetahui perilaku industri cor logam di Kota Palembang terutama dilihat dari strategi yang ditetapkan.

I.5. Kerangka Teori

I.5.1. Teori Organisasi Industri

Industri adalah proses pengubahan bahan dasar menjadi bahan jadi atau dari barang yang kurang menjadi lebih tinggi nilainya dengan maksud sebagian atau seluruh hasilnya untuk dijual atau untuk memperoleh pendapatan atau keuntungan (Humaidi dan Hasibuan, 1986: 18)

Industri secara mikro adalah kumpulan dari perusahaan-perusahaan yang menghasilkan barang-barang yang mempunyai sifat saling mengganti yang sangat erat, sedangkan secara makro, industri adalah kegiatan ekonomi yang menciptakan nilai tambah (Hasibuan, 1994:12).



Sumber: Scherer, 1973. (Dikutip dari Hasibuan, hal 8.)

Skema 1
Model Analisis Organisasi Industri

Kajian-kajian organisasi industri yang terdiri dari struktur, prilaku dan kinerja industri sudah lama diselidiki oleh para ahli-ahli ekonomi seperti Sraffa,

Chamberkin dan Joan Robinson. Model organisasi industri dikembangkan pertama kali oleh Mason (Hasibuan, 1993:7) yang menyatakan bahwa organisasi industri dari struktur suatu pasar menentukan perilaku dan kinerjanya. Di dalam kerangka analisis industri, variabel struktur, perilaku dan kinerja merupakan suatu mata rantai yang sulit dipisahkan. Menurut Martin struktur pasar suatu industri akan menentukan perilaku industri yang selanjutnya menentukan kinerja dari industri tersebut.

Kajian teori organisasi industri terdiri dari struktur, perilaku dan kinerja. Pengertian struktur sering disamakan dengan bentuk, tetapi lebih tepat bentuk susunan atau bangunan. Kriteria penentuan struktur industri dapat dilihat dari jumlah perusahaan, kondisi masuk, diferensiasi produk, jumlah pembeli, jumlah penjual, ska;a pembeli, kondisi biaya, konglomerasi, integritas vertikal dan horizontal serta organisasi buruh. Perilaku industri adalah pola tanggapan dan penyesuaian suatu industri di dalam pasar untuk mencapai tujuan baik tujuan secara umum maupun secara khusus. Ukuran untuk perilaku industri adalah strategi harga, strategi promosi, paksaan, taktik legal, advertensi, penelitian dan inovasi. Perilaku pasar untuk setiap industri tidak sama. Terjadi perbedaan perilaku, sehingga menimbulkan variasi perilaku. Terjadinya variasi perilaku ini antara lain disebabkan oleh struktur pasar. Kinerja industri adalah hasil kerja yang dipengaruhi oleh stuktur pasar dan perilaku industri. Kinerja industri dapat dilihat dari laba yang diperoleh, efisiensi teknis dan efisiensi alokatif, pemerataan, kemajuan teknologi, nilai tambah, kualitas produksi dan kesempatan kerja. Struktur pasar menjadi ukuran dalam mengamati variasi

perilaku dan kinerja industri karena secara strategis dapat mempengaruhi kondisi persaingan serta tingkat harga barang dan jasa.

Kondisi dasar yang mengakibatkan timbulnya struktur pasar adalah dari tingkat koefisien elastisitasnya, ini berarti ada pengaruh terhadap perilaku harga barang dan jasa yang dihasilkannya. Kalau tingkat konsentrasi itu relatif tinggi sehingga merupakan struktur pasar yang oligopolistik, maka diantara perusahaan dalam industri ada yang dapat mempengaruhi harga dan bila dilihat dari strategi produksi maka mereka dapat mengatur penawaran sejumlah barang. (Hasibuan, 1994: 9).

Perilaku industri adalah pola tanggapan dan penyesuaian suatu industri di dalam pasar untuk mencapai tujuannya. Suatu industri melakukan penyesuaian untuk melakukan peranannya dalam pasar sehingga tercapai tujuannya. Perilaku itu jelas terlihat pada penentuan harga, promosi, koordinasi kegiatan dalam pasar dan juga dalam kebijaksanaan produk (Hasibuan, 1994: 16). Perilaku ditentukan oleh struktur pasar yang selanjutnya akan dapat mempengaruhi kinerjanya.

Menurut Scherer, perilaku industri mencakup semua variabel yang ada dalam struktur pasar seperti misalnya derajat persaingan antar penjual, ada atau tidaknya rintangan masuk, derajat integrasi vertikal dari produksi bahan baku sampai distributor (Robiani, 2002: 28). Perilaku untuk setiap pasar tidaklah sama. Terjadi perbedaan perilaku sehingga menimbulkan variasi perilaku. Terjadinya variasi perilaku antara lain disebabkan oleh stuktur pasar. Perilaku industri yang mempunyai srtuktur atomistik berbeda dengan struktur oligopoli dan monopoli (Hasibuan, 1994:

17). Terdapat tiga ukuran untuk perilaku yaitu strategi harga, strategi produksi dan strategi non harga yaitu strategi promosi.

I.5.2. Teori Penetapan Harga

1. Teori Penetapan Harga Yang Berorientasi Kepada Pasar (*Market Oriented Pricing*)

Pada penetapan harga yang berorientasi kepada pasar, biaya dan kemampuan laba memang dipertimbangkan, tetapi dasar utama untuk pemilihan program adalah elastisitas permintaan. Pendekatan penetapan harga ini dapat mengambil salah satu dari tiga bentuk yang ada yaitu (Gultinan dan Paul,1990: 231) :

a. Penetapan harga *penetrasi* meliputi penetuan harga di bawah tingkat pesaing guna merangsang peningkatan permintaan. Pendekatan ini dapat berhasil jika permintaan perusahaan bersifat elatis dan jika para pesaing tidak dapat menandingi penurunan harga ini karena tidak mampu bersaing dalam hal biaya.
b. Penetapan harga berdasarkan *keseimbangan* berarti menetapkan suatu harga yang sama atau berdekatan dengan tingkat harga pesaing. Pada umumnya kebijakan ini akan dipilih bila permintaan perusahaan sifatnya elastis.permintaan industri sifatnya tidak elastis. Dan kebanyakan pesaing bersedia melayani setiap tindakan penurunan harga.
c. Penetapan harga *premium* adalah menetapkan harga diatas tingkat harga pesaing. Pendekatan ini akan sukses jika perusahaan mampu membedakan produknya dalam hal mutu yang paling tinggi.segi-segi superior atau pelayanan khusus.

2.Teori Penetapan Harga Yang Berorientasi Kepada Marjin (*Margin Oriented Pricing*)

Penetapan harga yang berorientasi kepada marjin adalah penetapan harga yang didasarkan pada biaya dan marjin laba yang menjadi pertimbangan utama. Industri yang memilih penetapan harga ini biasanya menganggap bahwa permintaan tidak elastis. Apabila keputusan penetapan harga diambil oleh perusahaan atau industri.maka *judgment* biasanya akan dipengaruhi kearah ketidakelastisan karena beberapa alasan. Pertama.industri mungkin percaya bahwa menurunkan harga mungkin akan dipandang sebagai cerminan dari menurunnya mutu khususnya selama periode inflasi. Sejauh permintaan dianggap tidak elastis.maka harga cenderung akan dipandang terutama sebagai alat untuk merangsang marjin kontribusi yang lebih tinggi

3.Cost-Plus Pricing/Mark Up Pricing/Full-Cost Pricing

Metode penetapan harga yang paling mendasar adalah dengan cara penambahan biaya – harga markup yang mengasumsikan bahwa perusahaan membentuk harga dengan memperhitungkan biaya rata-rata produksi ditambah dengan harga markup. Jadi harga adalah penjumlahan dari seluruh biaya rata-rata produksi ditambah dengan beberapa harga markup yang pantas. Rumus untuk penambahan harga – biaya markup adalah sebagai berikut (Koch, 1980:363):

$$P = MC\left(\frac{\eta}{\eta+1}\right)$$

dimana; P = Harga

MC = Marginal Cost

η = Nilai elastisitas permintaan barang

Rumus *mark up* yang lainnya untuk mendapatkan keuntungan adalah penetapan harga dengan memperkirakan biaya variabel rata-rata produksi, selanjutnya menambahkan biaya tambahan atau *mark up* standar untuk keuntungan dalam persentase tertentu dari harapan penjualan produk. Perusahaan yang memperkenalkan suatu produk baru sering menetapkan harga yang tinggi dengan harapan dapat menutupi biaya secepat mungkin. Harga *mark up* dapat diperoleh melalui (Salvatore, 1996: 534):

$$m = \frac{p-c}{c}$$

dimana ; m = harga *mark up*

p = harga produk

c = AVC + biaya tambahan

Pada pasar tertentu produsen dapat menetapkan harga yang mungkin menghasilkan laba yang yang jauh lebih tinggi dari apa yang dihasilkan oleh strategi penetapan harga yang dibahas sebelumnya dimana produsen hanya menetapkan satu harga untuk semua konsumen. Terdapat beberapa strategi penetapan harga yang dapat

menghasilkan laba yang lebih tinggi, akan tetapi strategi ini juga dapat merusak persaingan usaha, yaitu (Baye, 2000:409):

1. Strategi menyerap surplus dari konsumen

- Diskriminasi Harga (Price Discrimination)

  Diskriminasi harga menetapkan harga berbeda untuk setiap konsumen atau kelompok konsumen. Terdapat tiga jenis dan tingkatan strategi diskriminasi harga yaitu tingkat pertama, tingkat kedua dan tingkat ketiga.

- Dua Bagian Tarif (Two Part Pricing)

  Impelementasi dari strategi ini adalah produsen mengenakan tarif tetap untuk hak membeli atau menggunakan barang atau jasa mereka ditambah dengan tarif yang tergantung jumlah pemakaian.

- Harga Grosir (Block Pricing)

  Dengan strategi ini produsen dapat memaksimumkan keuntungan dengan menjual produk mereka dalam satu paket. Keuntungan yang didapat yaitu nilai total yang diterima dari konsumen termasuk surplus dari konsumen.

- Harga Gabungan (Commodity Bundling)

  Penetapan srtaegi ini adalah menetapkan satu harga gabungan untuk dua jenis barang atau lebih untuk dijual.

2. Srategi Harga Untuk Biaya dan Struktur Permintaan Khusus

- Peak-load Pricing

Dalam strategi ini produsen cenderung menetapkan harga yang berbeda untuk periode sibuk dan periode tidak sibuk. Strategi ini bertujuan untuk memperoleh maksimum laba pada waktu sibuk juga untuk meredistribusikan ke waktu tidak sibuk, sementara di pihak konsumen mereka akan menyesuaikan konsumsinya sesuai daya beli dan prioritas dan kepentingannya.

- Subsidi Silang

  Strategi ini biasanya diterapkan pada situasi dimana produsen menghasilkan barang dengan biaya yang saling melengkapi, serta permintaan atas kelompok produk tersebut saling terkait.

3. Strategi Harga Pada Pasar Yang Memiliki Persaingan Harga Yang Ketat

- Price Matching

  Strategi ini mengacu pada strategi untuk mempromosikan bahwa produsen akan senantiasa menawarkan harga yang lebih rendah dari yang ditawarkan oleh pesaingnya.

- Brand Loyality

  Strategi ini tidak menekankan pada harga yang ditawarkan, melainkan kepada produk yang ditawarkan adalah yang terbaik dan tidak ada barang subtitusi yang dapat menyaingi kualitasnya.

- Harga Acak (Randomized Pricing)

Pada strategi ini produsen akan mengacak naik-turunnya harga komoditi yang ditawarkan dari hari ke hari. Jadi pada hari tertentu konsumen dapat memperoleh harga yang rendah untuk komoditi tertentu sementara pada kesempatan lain mungkin akan sedikit lebih tinggi.

I.5.3. Teori Biaya Produksi

Biaya produksi dapat didefinisikan sebagai pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk menambah faktor produksi dan bahan-bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang-barang yang diproduksi perusahaan tersebut. Biaya produksi yang dikeluarkan setiap perusahaan dapat dibedakan kepada dua jenis ongkos yaitu ongkos eksplisit dan ongkos implisit (tersembunyi). Ongkos eksplisit adalah pengeluaran-pengeluaran perusahaan yang berupa pembayaran dengan uang untuk mendapatkan faktor-faktor produksi berupa bahan mentah yang dibutuhkan perusahaan. Sedangkan ongkos tersembunyi adalah taksiran pengeluaran pada faktor-faktor produksi yang dimiliki perusahaan itu sendiri. Pengeluaran seperti ini antara lain adalah pembayaran untuk keahlian kewirausahawanan produsen tersebut, modalnya sendiri yang digunakan dalam perusahaan dan bangunan yang dimilikinya (Sukirno, 1994: 207)

Ongkos produksi yang dikeluarkan dapat dibedakan kepada dua jenis ongkos, yaitu: ongkos yang selalu berubah dan ongkos tetap, selain itu analisis ongkos produksi juga memperhatikan tentang ongkos produksi rata-rata dan ongkos

marginal. Berikut ini merupakan keterangan secara rinci mengenai berbagai macam ongkos produksi (Sukirno, 1994: 209), yaitu:

1) Ongkos berubah total atau total variable cost (TVC) adalah keseluruhan ongkos yang dikeluarkan untuk memperoleh factor produksi yang dapat diubah jumlahnya (upah, ongkos angkut, dan lain-lain).
2) Ongkos tetap total atau total fixed cost (TFC) adalah keseluruhan ongjkos yang dikeluarkan untuk memperoleh factor produksi yang tidak dapat diubah jumlahnya (membeli mesin, mendirikan gedung, dan lain-lain).
3) Ongkos total atau total cost (TC) adalah keseluruhan jumlah ongkos produksi yang dikeluarkan. Omgkos produksi total didapat dari menjumlahkan ongkos tetap total (TFC) dan ongkos berubah total (TVC). Dengan demikian maka ongkos total dapat dihitung dengan mengunakan rumus sebagai berikut:

   TC = TFC + TVC

5) Ongkos tetap rata-rata atau average fixed cost (AFC) adalah perbandingan antara ongkos tetap total (FC) dengan jumlah produksi (Q).

$$AFC = \frac{TFC}{Q}$$

6) Ongkos berubah rata-rata atau average variable cost (AVC) adalah perbandingan antara ongkos berubah total (TVC) dengan jumlah produksi (Q)

$$AVC = \frac{TVC}{Q}$$

7) Ongkos total rata-rata atau average cost (AC) adalah perbandingan antara ongkos total (TC) dan jumlah produksi (Q)

$$AC=\frac{TC}{Q}$$

7) Ongkos marginal atau marginal cost (MC) adalah kenaikan ongkos produksi yang dikeluarkan untuk menambah produksi sebanyak satu unit.

$$MC=\frac{\Delta TC}{\Delta Q}$$

I.6. Penelitian Terdahulu

Robiani (2002) dalam disertasinya yang berjudul Pengaruh Konsentrasi Industri Terhadap Perilaku dan Kinerja Industri Pengolahan Susu Indonesia menyatakan bahwa perilaku pengolahan susu dianalisis dengan menggunakan dua variabel yaitu strategi harga dan strategi promosi. Struktur oligopoli pada ISIC 31121 menimbulakn perilaku harga yang cenderung kolusif. 70% dari harga ditingkat produsen merupakan biaya produksi dimana 60% dari biaya tersebut beraskala dari biaya bahan baku impor. Namun harga ditingkat produsen cenderung kaku meskipun terjadi penurunan produksi. Selisih harga yang harus ditanggung oleh konsumen adalah sebesar 21-24 % dari harga produsen yang merupakan jumlah marjin keuntungan yang diambil oleh produsen, distributor dan pengecer. Sedangkan laju

pertumbuhan rasio biaya advertensi terhadap nilai penjualan selam tahun pengamatan mengalami penurunan dengan rata-rata sebesar 8%

Sunardi (2004) melakukan penelitian tentang Pengaruh Strategi Harga Terhadap Tingkat Penerimaan Industri karet (Studi Kasus Petani Karet di Desa Kuang Kabupaten Ogan Komering Ilir) yang menyatakan bahwa industri karet di Desa Kuang Dalam dalam bentuk *administratif price* yaitu dalam bentuk *markup cost* telah menyebabkan penerimaan petani karet di Desa Kuang Dalam lebih rendah bila dibandingkan dengan penerimaan petani karet dari desa lain. Walupun demikian, penerimaan petani karet dari tahun ke tahun mengalami kenaikan secara nyata, ini disebabkan karena kenaikan ini tidak sebanding dengan kenaikan harga karet yang ada di daerah lain. Pengaruh strategi harga industri karet terhadap tingkat penerimaan petani karet di Desa Kuang Dalam adalah berdampak positif. Ini ditunjukkan adanya trend kenaikan petani karet tertinggi yang diterima oleh sebagian petani karet dari tahun 1990-2002. hasil penelitian menunjukkan bahwa penerimaan terendah yang diperoleh sebagian petani karet bukan dipengaruhi faktor-faktor seperti luas lahan karet atau perawatan kebun tetapi yang paling utama adalah pengaruh harga.

I.7. Kerangka Berpikir

Untuk dapat memperoleh keuntungan yang maksimal dengan biaya yang minimum maupun untuk memperbesar konsentrasi dalam suatu industri, maka setiap perusahaan perlu melakukan strategi baik itu strategi harga, strategi produksi maupun strategi promosi. Untuk melakukan strategi harga hal yang dilakukan adalah

penetapan harga dengan menambahkan harga *markup* yang pantas terhadap biaya rata-rata produksi.

I.8. Hipotesis

Produsen cor logam di Kota Palembang menetapkan harga berdasarkan strategi *mark up* yaitu dengan mengenakan biaya *mark up* pada bahan baku yang digunakan.

I.9. Metodologi Penelitian

I.9.1. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada permasalahan perilaku yaitu bagaimana pola tanggapan dan penyesuaian pada industri cor logam yang berada di Kota Palembang yang dilihat dari strategi dalam menetapkan harga karena mengingat produk yang dihasilkan oleh industri cor logam saat ini harus menghadapi produk pesaing yang berbeda bahan baku sehingga strategi penetapan harga diperlukan. Penelitian ini dibatasi hanya di Kota Palembang karena jumlah industri cor logam yang tergolong paling banyak dibandingkan daerah-daerah lainnya di Provinsi Sumatera Selatan.

I.9.2. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber data primer dan data sekunder.

1. Data sekunder, yaitu data yang diterbitkan oleh organisasi yang bukan merupakan pengolahnya. Data sekunder diperoleh dari studi kepustakaan, Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan sumber-sumber lainnya
2. Data Primer, yaitu data yang dkumpulkan dan diolah sendiri oleh organisasi yang menerbitkannya. Data primer disini diperoleh dengan teknik antara lain:
    - wawancara adalah metode pengumpulan data dengan cara bertanya langsung kepada pengusaha cor logam.
    - Kuisioner adalah cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada pengusaha itu sendiri dan orang-orang yang terlibat dalam usaha tersebut.
    - Angket yaitu dengan cara memberikan daftar pertanyaan terhadap responden yang dipilih.

Penelitian ini menggunakan metode sensus yaitu semua populasi pada industri cor logam dijadikan responden. Populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi atau kejadian dimana kita tertarik untuk menjadikannya objek penelitian (Kuncoro, 2001 : 103). Populasi yang ada berjumlah lima perusahaan yaitu Aman di Jalan Jaya VI 16 Ulu, Sudirman di Jalan Jaya IV 16 Ulu, Santoso di Jalan Jaya V 16 Ulu, Ria Production di Jalan

Kramat 5 Ulu Palembang, Diamon di Jalan Kramat 5 Ulu Palembang (Dinas Perindustrian dan Perdagangan.2003)

I.9.4. Teknik Analisis

Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab permasalahan adalah secara teknik analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. Teknik analisis kualitatif yaitu dengan menyajikan berbagai tabel yang diperlukan dan analisis penjelasan yang sesuai untuk memecahkan permasalahan yang ada. Teknik kuantitatif yang digunakan untuk menghitung biaya produksi dan menghitung harga masing-masing produk.

a. Perhitungan biaya produksi

$$TC = TFC + TVC$$

Dimana; TC = biaya total

TFC = biaya tetap total

TVC = biaya variabel total

$$AC = AFC + AVC$$

Dimana; AC = biaya rata-rata per unit

AFC = biaya tetap rata-rata

AVC = biaya variabel rata-rata

b. Perhitungan harga jual *mark up*

$$P = C$$

$$Pm = (m \times C) + C$$

dimana; Pm = harga setelah *mark up*

m = persentase *mark up*

C = AVC + AFC

I.9.5. Batasan Variabel

I.9.5.1. Definisi Konsepsional

- Industri adalah proses pengubahan bahan dasar menjadi bahan jadi atau dari barang yang kurangmenjadi lebih tinggi nilainya dengan maksud sebagian atau seluruh hasilnya untuk dijual atau untuk memperoleh pendapatan atau keuntungan (Humaidi dan Hasibuan, 1986: 18)
- Industri Kecil menurut Badan Pusat Statistik adalah industri yang mempekerjakan antara 5-20 orang. Sedangkan menurut Dinas Perindustrian dan Perdagangan, industri kecil adalah industri yang mempunyai nilai maksimum modal aktif untuk usaha kurang dari 25 juta Rupiah.
- Perilaku industri adalah apa pola tanggapan dan penyesuaian suatu industri di dalam pasar untuk mencapai tujuannya (Hasibuan,1994: 16).
- Harga adalah nilai tukar dari suatu produk atau jasa. Harga adalah jumlah yang mau di bayar oleh seseorang untuk membeli suatu barang atau jasa. Hal ini dapat merupakan nilai yang diminta oleh seorang penjual untuk barang yang ditawarkan untuk di jual. Harga adalah faktor utama dalam bersaing

untuk menjual barang industri maupun barang konsumen (Boediono, 1985: 221).

Bahan baku dan bahan penolong. Bahan baku adalah bahan utama yang digunakan dalam proses produksi, sedangkan bahan penolong adalah bahan yang digunakan dalam proses produksi selain bahan baku (Sukirno,1994: 194).

5.2. Definisi Operasional

Industri cor logam adalah cabang dari industri kecil yang bidang usahanya mengolah bahan dasar logam aluminium untuk menghasilkan barang produksi seperti sendok dan panci.

- Biaya Produksi adalah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan faktor-faktor produksi yang akan digunakan untuk menghasilkan barang produksi seperti sendok dan panci yang terbuat dari cor logam.
- Harga bahan baku adalah penjumlahan dari seluruh bahan baku yang digunakan dalam proses produksi industri cor logam.
- Harga *mark up* adalah penjumlahan dari seluruh biaya rata-rata produksi ditambah dengan harga markup yang pantas dalam memproduksi pada industri cor logam.
- Harga adalah nilai jual dari produk industri cor logam untuk masing-masing produk pada industri cor logam.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik, 1997. Statistik Indonesia.

Baye, R. Michael, 2000. Managerial Economics and Business Strategy.

Dinas Perindustrian dan Perdagangan, 2003. Rekapitulasi Jumlah Industri di Provinsi Sumatera Selatan.

Dumairy, 1997. Perekonomian Indonesia, Penerbit Erlangga, Jakarta.

Gultinan, Joesph P dan Paul, Gordon W, (Penerjemah: Agus Maulana),1990. Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua, Eralangga, Jakarta.

Hasibuan, Nurimansjah, 1993. Ekonomi Industri: Persaingan, Monopoli dan Regulasi, LP3ES, Jakarta.

Humaidi, Muchtar dan Nurimansjah Hasibuan, 1989, Sensus Ekonomi 1986, Analisa Statistik Industri Kecil dan Rumah Tangga, Jakarta: Kerjasama Biro Pusat Statistik dengan P3EM FE UNSRI.

Kuncoro, Mudrajat, 1997. Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi. Penerbit Erlangga, Jakarta.

Robiani, Bernadette, 2002. Pengaruh Struktur Pasar Terhadap Perilaku dan Kinerja Industri Pengolahan Susu di Indonesia.

Salvatore, Dominick, 1989. Managerial Economics, Mc Graw Hill Book Company.

Simanjuntak, J.Payaman, 1982. Pengantar Ekonomi Sumber Daya Manusia, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.

Sukirno, Sadono, 1994. Pengantar Teori Mikro Ekonomi, Edisi Kedua, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Sunardi, Irto, 2002. Pengaruh Strategi Harga Industri Karet Terhadap Tingkat Penerimaan Petani Karet (Studi Kasus Petani Karet Rakyat di Desa Kuang Dalam Kecamatan Muara Kuang Kabupaten OKI).

Tambunan, Tulus, 1999. Perkembangan Industri Skala Kecil di Indonesia, PT. Mutiara Sumber Widya, Jakarta.

Utami, Rizki, 2003. Pengaruh Strategi Harga Terhadap Diferensiasi Produk Industri Kemplang di Kota Palembang.

V.Koch, James, 1980. Industrial Organization and Prices, Rhode Island College.