

**TINJAUAN STRATEGI PENETAPAN HARGA
DALAM UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN TELUR
PT. FAMILY FARM DI PAYAKUMBUH**

TUGAS AKHIR

*Diajukan Sebagai Tugas Akhir Program Studi Manajemen Perdagangan (DIII)
Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya*



Oleh:

ALFI ALSATRIADI

18134003/ 2018

**PROGRAM STUDI D3 MANAJEMEN PERDAGANGAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2022**

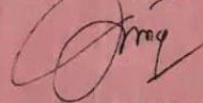
PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

TINJAUAN STRATEGI PENETAPAN HARGA
DALAM UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN TELUR
PT. FAMILY FARM DI PAYAKUMBUH

Nama : Alfi Alsatriadi
Nim : 18134003
Program Studi : DIII Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi

Padang, Februari 2022

Diketahui Oleh
Koordinator Program Studi DIII
Manajemen Perdagangan



Dina Patrisia, SE, M.Si. Ph.d.
NIP. 19751209 199903 2 001

Disetujui Oleh:
Pembimbing



Rizki Sri Lasmini S.E, M.M
NIP. 19880922 201903 2 001

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

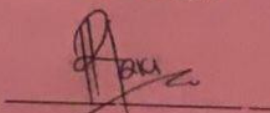
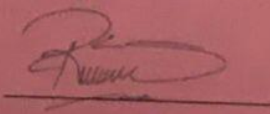
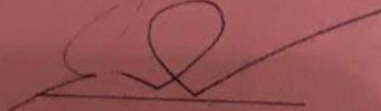
**TINJAUAN STRATEGI PENETAPAN HARGA
DALAM UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN TELUR
PT. FAMILY FARM Di PAYAKUMBUH**

Nama : Alfi Alsatriadi
NIM : 18134003
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)
Fakultas : Ekonomi

Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir
Program Studi Manajemen Perdagangan (DIII)
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

Padang, Februari 2022

Tim Penguji,

	Nama	Tanda Tangan
Ketua	Rizki Sri Lasmini, S.E, M.M	
Anggota	Dr. Rosyeni Rasyid, S.E, M.E	
Anggota	Okki Trinanda, S.E, M.M	

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Alfi Alsatriadi
Tahun Masuk /NIM : 2018/18134003
Tempat/Tgl. Lahir : Bukittinggi/ 16 Maret 1998
Program Studi : Diploma III Manajemen Perdagangan
Keahlian : Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Payakumbuh
Judul Tugas : Tinjauan Strategi Penetapan Harga Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Telur PT. Family farm di Payakumbuh.

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas Akhir saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun diperguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas Akhir ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh pembimbing, tim penguji dan ketua program studi.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena Tugas Akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai aturan yang berlaku.

Padang, Februari 2022



Yang Menyatakan

Alfi Alsatriadi

ABSTRAK

Judul : **Tinjauan Strategi Penetapan Harga Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Telur PT. Family Farm Di Payakumbuh.**

Pembimbing : **Rizki Sri Lasmini, S.E, MM**

Penelitian ini bertujuan untuk meninjau penetapan harga dalam upaya meningkatkan penjualan telur PT. Family Farm di Payakumbuh. Penelitian ini dilakukan di PT. Family farm beralamat koto Tuo Mungko, Kecamatan Mungko, Kabupaten lima Puluh Kota.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, yaitu mendeskripsikan atau menggambarkan kondisi yang terjadi sesungguhnya, serta mengklasifikasikan data dari hasil penelitian dengan menggunakan kata-kata yang tersusun rapi dan jelas. Teknik pengumpulan data dengan mewawancarai pemilik PT. Family Farm.

Dari hasil penelitian diperoleh PT. Family farm penetapan harga jual Rp. 21.000, dengan orientasi biaya rendah: pembelian Rp. 17.000 dan menjual Rp. 21.000, dengan orientasi pesaing: pada PT. Family Farm Rp. 21.000 dan pesaing Rp. 23.000.

Kata kunci: Strategi Penetapan Harga, dan Telur

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan. Tugas Akhir ini yang berjudul **“Tinjauan Strategi Penetapan Harga Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Telur PT. Family Farm di Payakumbuh”** Tugas Akhir ini sebagai salah satu syarat bagi penulis untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi Manajemen Perdagangan (DIII) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Dalam penulisan tugas akhir ini penulis tidak terlepas dari hambatan dan rintangan. Meskipun demikian, atas bimbingan, bantuan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak maka penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibunda beserta saudara/i kandung penulis yang telah memberi semangat dan dorongan kepada penulis baik secara moral maupun materi, sehingga penulis dapat melanjutkan pendidikan sejauh ini.
2. Bapak Prpf. Dr.. Yasri M.S selaku dosen pembimbing akademik yang telah banyak memberi bimbingan, nasihat dan arahan bagi penulis.
3. Ibu Rizki Sri Lasmini, SE, MM selaku dosen pembimbing tugas akhir yang telah banyak memberi bimbingan, nasihat dan arahan bagi penulis.
4. Bapak Dr. Idris, M. Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
5. Ibu Dina Patrisia, SE, M.Si, Ph.D selaku ketua prodi DIII beserta para dosen dan seluruh karyawan/staf pegawai Fakultas Ekonomi atas bantuan yang diberikan selama penulis mengikuti studi.
6. Bapak dan Ibu staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, khususnya Program Studi Diploma III serta karyawan yang telah membantu penulis selama menuntut ilmu di kampus ini.
7. Staf administrasi Program Studi Diploma III yang telah banyak memberikan bantuan bagi penulis dalam mengurus berbagai keperluan administrasi.

8. Kepada Bapak Kepala PT. Family Fram yang telah mengizinkan penulis untuk kemudahan dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
9. Kepada seluruh teman seangkatan dan seperjuangan yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang diberikan.

Semoga amal dan kebaikan semua pihak yang telah membantu penulisan tugas akhir ini dicatat disisi Allah SWT dan diganti dengan pahala. Sebagai penutup, penulis menyadari banyak kekurangan dalam tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna pengembangan tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi kita semua.

Padang, 01 Februari 2022

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
a.Latar Belakang	1
b.Rumusan Masalah	4
c.Tujuan Penelitian	4
d.Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
a.Strategi	5
b.Komoditas Telur Ayam	7
c.Konsep Harga	8
d.Fluktasi Harga	12
e.Penetapan Harga	13
f.Volume Penjualan	22
BAB III METODE PENELITIAN	25
a.Bentuk Penelitian	25
b.Lokasi dan Waktu Penelitian	25
c.Rancangan Penelitian	25

BAB IV PEMBAHASAN	29
a.Sejarah Berdirinya Perusahaan	29
b.Tujuan Perusahaan	29
c.Pembahasan	30
BAB IV PENEUTUP	35
a.Kesimpulan	35
b.Saran.....	35
DAFTAR PUSTAKA	37

DAFTAR TABEL

Data Harga Telur Per Kilo Tahun 2017-202.....	3
---	---

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pembangunan nasional jangka panjang merupakan pembangunan di bidang ekonomi dengan sasaran utamanya yaitu mencapai keseimbangan antara bidang pertanian dan industri. Didalam struktur ekonomi yang seimbang terdapat kekuatan dan kemampuan industri untuk maju dan didukung oleh pertanian yang tangguh. Pembangunan sektor pertanian akan terus ditingkatkan dengan tujuan meningkatkan produksi guna memenuhi kebutuhan pangan dan kebutuhan industri dalam negeri serta meningkatkan ekspor. Salah satu subsektor yang menjadi fokus dalam membangun ketahanan pangan nasional yaitu sub sektor peternakan. Sub sektor peternakan merupakan sub sektor yang penting untuk mewujudkan ketahanan pangan karena diyakini sub sektor ini memiliki potensi sebagai penggerak ekonomi nasional (Yulia, 2015).

Perkembangan sub sektor peternakan di Indonesia dapat memberikan kontribusi bagi peningkatan output bruto, nilai tambah komoditas, dan meningkatnya pendapatan rumah tangga (peternak), Ilham (2007). Perkembangan usaha peternakan sangat penting dalam meningkatkan kesejahteraan hidup peternak, dimana dalam perkembangan usaha peternakan ini menyediakan lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar, meningkatkan ekonomi pedesaan, serta mendorong terpenuhnya kebutuhan protein akan hewani untuk masyarakat (Mariyah, 2010). Saat ini telur ayam

ras merupakan salah satu sumber pangan protein hewani yang populer dan sangat diminati oleh masyarakat.

Hampir seluruh kalangan masyarakat dapat mengonsumsi telur ayam ras untuk memenuhi kebutuhan protein hewani. Hal ini karena telur ayam ras relatif murah dan mudah diperoleh serta dapat memenuhi kebutuhan gizi yang diharapkan. Kondisi ini menyebabkan harga telur ayam ras dari waktu ke waktu terus mengalami fluktuasi. Faktor yang menyebabkan fluktuasi Fluktuasi harga telur ayam ras disebabkan beberapa faktor yaitu dari sisi permintaan dimana fluktuasi harga telur ayam ras menjelang ramadhan, mendekati hari lebaran, natal dan tahun baru, sedangkan dari penawaran yaitu iklim/cuaca, harga pakan, harga bibit, penjualan ayam afkir (tua) dan rantai tata niaga.

Telur ayam ras merupakan salah satu komoditas sumber bahan pangan pokok yang perkembangan harganya diamati oleh pemerintah. Dimana Pemerintah melalui Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 58 Tahun 2018, yang mengatur tentang Penetapan Harga Acuan Pembelian di Petani dan Harga Acuan Penjualan di Konsumen. Hal ini perlu untuk dilakukan agar dapat melindungi petani (peternak) maupun konsumen dari ketidak stabilan harga. Bagi konsumen, stabilisasi harga merupakan hal yang penting karena menyangkut pada kemampuan mereka untuk memenuhi kebutuhan pangan rumah tangga.

Adapun penetapan harga, khususnya penetapan harga yang dilakukan oleh pemerintah untuk beberapa bahan pangan pokok baik ditingkat

peternak maupun konsumen secara bertahap telah ditempuh, namun permasalahan fluktuasi harga pangan masih sangat sering terjadi, khususnya fluktuasi harga komoditas telur ayam ras.

Seperti halnya yang terjadi pada PT. Family Farm yang bergerak di bidang distributor telur ayam ras. PT Family Farm ini merupakan salah satu bentuk UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) telur ayam yang berada di Kota Payakumbuh. Dimana biasanya perusahaan ini memiliki persepsi gerak langkah dari semua komponen perusahaan dalam rangka implementasi strategi. Tujuan dari strategi penetapan harga ini sangatlah penting dalam menjalankan bisnis jual beli antara konsumen dan produsen. Perusahaan harus menetapkan harga dengan baik agar konsumen tertarik dengan suatu produk.

Table 1. Data Harga Telur Ayam Pada Tahun 2019-2021

No	Bulan	2019	2020	2021
1	Januari	36.000	34.500	35.130
2	Februari	36.000	35.200	37.330
3	Maret	36.000	36.000	35.500
4	April	41.500	36.500	39.000
5	Mei	37.200	37.000	43.000
6	Juni	40.000	39.000	47.000
7	Juli	42.500	41.000	34.000
8	Agustus	39.500	38.000	38.123
9	September	38.200	39.000	36.500
10	Oktober	40.000	38.000	45.000
11	November	40.000	45.123	48.000

12	Desember	39.000	34.000	51.000
----	----------	--------	--------	--------

Sumber : PT. Family Farm 2021.

Dari table diatas dapat kita lihat bahwa data harga telur pada tahun 2019 sampei dengan 2021 mengalami penurunan sehingga harga telur ayam tersebut tidak stabil, yang disebabkan beberapa hal diantaranya karena turunnya permintaan masyarakat sementara biaya produksi tinggi yang disebabkan oleh melambungnya harga jagung, Adanya pandemi Covid-19 yang menyebabkan semua bidang ekonomi menurun, pada masa saat ini banyak restoran, rumah makan, serta warung-warung yang merupakan pelanggan dari PT. family Farm tutup dikarenakan pandemic sehingga membuat permintaan turun drastis dan membuat harga telur menjadi tidak stabil.

Berikut ini adalah data harga telur yang ditetapkan pemerintah:

Table 2. Data Harga Telur Ayam Pada Tahun 2019-2021

No	Bulan	2019	2020	2021
1	Januari	36.500	35.500	36.000
2	Februari	36.500	36.000	37.330
3	Maret	36.000	37.000	35.500
4	April	42.000	37.000	39.000
5	Mei	38.000	37.000	43.000
6	Juni	40.500	39.500	48.000
7	Juli	43.000	41.000	34.000
8	Agustus	39.500	38.500	37.000
9	September	38.500	40.000	38.500
10	Oktober	40.000	38.500	46.500
11	November	40.000	46.000	48.500
12	Desember	39.000	34.000	52.000

Dari tabel 1 dan 2 terlihat perbedaan harga pada PT. family farm dan harga pemerintah, maka dari itu PT. Family farm menetapkan strategi harga rendah, dan berikut data penjualan pada PT. Family farm dalam beberapa tahun terakhir yaitu:

Table 3.Data Penjualan Telur dari Tahun 2019-2021

No	Produk	DataPenjualan		
		2019	2020	2021
1	Jumbo	750	720	710
2	Super	2995	2850	2830
3	Remban	1400	1390	1375
4	Retak	610	645	695
TOTAL		5755	5605	5690

Sumber :PT Family Farm

Dari tabel di atas dapat dilihat kesimpulan bahwa data penjualan telur dari tahun 2019 sampai tahun 2021 tidak stabil. Dimana pada tahun 2019 sampai tahun 2020 telur jumbo mengalami penurunan dan begitu pula dengan telur super dan telur remban, sedang pada telur retak mengalami kenaikan karena harga pada telur retak lebih murah dibandingkan dengan telur yang lain dan masyarakat sekitar lebih memilih untuk membeli telur retak. Pada tahun 2020 sampai 2021 telur jumbo, super dan remban mengalami penurunan lagi karena berkurangnya permintaan pada telur tersebut dikarenakan covid 19. Sedangkan pada telur retak mengalami peningkatan.

Dari *uraian* diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Tinjauan Strategi Penetapan Harga Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Telur PT. Family farm di Payakumbuh”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah strategi penetapan harga yang digunakan untuk meningkatkan penjualan telur di Payakumbuh?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi penetapan harga yang digunakan untuk meningkatkan penjualan telur di Payakumbuh.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan informasi serta dapat digunakan untuk pengembangan ilmu bagi peneliti dengan menjadikan penelitian ini sebagai acuan untuk penelitian lebih lanjut.

2. Manfaat Praktis Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi tambahan dan wawasan perusahaan sebagai sumber informasi dalam menghadapi perang harga.

3. Manfaat Praktis Bagi Peneliti

Penulis dapat memperoleh pengalaman meneliti dan mengaplikasikan teori-teori yang diperoleh dibangku kuliah ke dalam kenyataan sesungguhnya di lapangan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Strategi penetapan harga yang diterapkan pada perusahaan Family Farm adalah sebagai berikut :

a. Orientasi biaya

Adalah pengeluaran modal yang digunakan untuk menghasilkan suatu produk barang. Biaya disini merupakan total biaya produksi, dan bukan pada harga. Pada strategi ini organisasi berfokus pada bagaimana perusahaan mampu memproduksi barang dengan biaya yang rendah. Strategi ini sangat cocok untuk PT. Family Farm yaitu Rp. 21.000.

b. Orientasi pesaing

Berdasarkan hasil observasi yang penulis temukan harga pada pesaing melalui group Whatsapp dan berita dari mulut ke mulut dengan harga pesaing adalah Rp. 23.000 dan pada PT. Family farm dengan harga Rp. 21.000.

B. Saran

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan dan kesimpulan diatas, penulis mengajukan beberapa saran yang mungkin bisa dilakukan oleh PT. Family Farm pada periode – periode selanjutnya terutama pada masa pandemic Covid-19 ini yaitu dengan menetapkan harga penetrasi, yaitu penawaran harga murah untuk produk atau jasa yang baru di lirik produsen. dimana konsumen membeli lebih banyak produk dengan harga murah dari

produk dan *market leader* atau produk dapat mencapai pasar dalam waktu dekat. Kemudian ada beberapa saran yang mungkin dapat digunakan oleh PT. Family Farm dimasa mendatang.

Selain dari strategi yang telah dibahas, sebaiknya PT. Family Farm perlu menambah strategi harga yang lain seperti strategi harga ganjil agar ciri khas PT. Family Farm sebagai perusahaan distributor telur ayam yang memiliki produk berkualitas dengan harga yang murah semakin dikenal konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Stijanto. 2009. Aplikasi Praktis Riset Pemasaran. Jakarta : Gramedia.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 12. Jakarta : Erlangga.
- Ma'ruf, Hendri. 2006. Pemasaran Ritel. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Machfoedz, Mahmud. 2010. Komunikasi Pemasaran Modern. Yogyakarta : Cakra Ilmu.
- Prasetijo Ristianti dan Ihalauw John J.O.I. 2005. Perilaku Konsumen. Yogyakarta : Andi Offset.
- P.B. Triton. 2008. Marketing Strategic: Meningkatkan Pangsa Pasar & Daya Saing. Yogyakarta : Tugu Publisher.
- Suyanto, M. 2007. Marketing Strategy: Top Brand Indonesia. Yogyakarta : Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2007. Pemasaran Jasa. Malang : Bayumedia.
- Utami, Christina Whidya. 2006. Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern. Jakarta : Salemba Empat.