

**TINJAUAN ATAS PENETAPAN HARGA PADA JIWANI COFFEE
PADANG**

TUGAS AKHIR

*Diajukan kepada Tim penguji Tugas Akhir Program Studi Manajemen
Perdagangan DIII sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh
Gelara AhliMadya*



Oleh :

**REZKY RAMADHAN
2019/19134076**

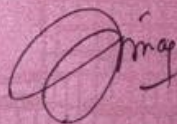
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERDAGANGAN
PROGRAM DIPLOMA III
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
202**

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

**TINJAUAN ATAS PENETAPAN HARGA PADA JIWANI COFFEE
PADANG**

Nama : Rezky Ramadhan
NIM/TM : 19134076
Program Studi : Manajemen Perdagangan
Fakultas Ekonomi : Ekonomi

Disetujui oleh,
Ketua Program Studi DIII
Manajemen Perdagangan



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

Padang, Januari 2023

Pembimbing Tugas Akhir



Rizki Sri Lasmini, S.E., M.M
NIP. 198809222019032011

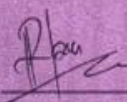
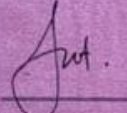
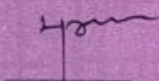
PENGESAHAN TUGAS AKHIR

**TINJAUAN ATAS PENETAPAN HARGA PADA JIWANI COFFEE
PADANG**

Nama : Rezky Ramadhan
NIM/TM : 19134076
Program Studi : Manajemen Perdagangan
Fakultas Ekonomi : Ekonomi

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

Padang, Mei 2023

No.	Nama	Tim Penguji	Tanda Tangan
1.	Rizki Sri Lasmini, SE, M.M.	(Ketua)	
2.	Yunita Engriani, SE, MM	(Anggota)	
3.	Abel Tasman, SE, MM	(Anggota)	

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rezky Ramadhan
BP/NIM : 2019/19134076
Tempat/Tgl.Lahir : Dumai/ 18 Desember 2000
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)
Keahlian : Diploma
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Komplek Taman Graha Indah Lestari No. C2
Judul Tugas Akhir : Tinjauan Atas Penetapan Harga Pada Jiwani Coffee Padang

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 di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendirian 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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidakbenaran 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 berlaku

Padang, Agustus 2023

: menyatakan,



Rezky Ramadhan
NIM. 19134076

ABSTRAK

**Judul :Tinjauan Atas Penetapan Harga Pada Jiwani
CoffeePadang**

Pembimbing : Rizki Sri Lasmini, SE, M.M

Penelitian ini bertujuan untuk meninjau penetapan harga yang dilakukan oleh Jiwani Coffee di Kota Padang dalam menjalankan usahanya untuk meningkatkan jumlah pelanggan.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, 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 wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Dari hasil pembahasan dapat di jelaskan bahwa Jiwani Coffee menerapkan beberapa metode penetapan harga seperti **Tujuan pada citra,Stabilitas harga,Penetration, dan fleksibilitas harga** dari beberapa variabel penetapan harga tersebut digunakan Jiwani Coffee untuk meningkatkan jumlah pelanggan.

Kata Kunci : Penetapan Harga

Kata Kunci : Penetapan Harga

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “**Tinjauan Atas Penetapan Harga Pada Jiwani Coffee Padang**”. Penulisan Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Tersusunnya Tugas Akhir ini tidak luput dari bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya serta nikmat kesehatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan sebaiknya.
2. Kepada kedua orang tua dan keluarga yang senantiasa memberikan dukungan moril maupun materil kepada penulis selama menjalani proses penyusunan Tugas Akhir ini.
3. Bapak Dekan Dr. Idris, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
4. Ibu Dina Patrisia, SE, M.Si, Ph.D selaku Ketua Program Studi DIII Manajemen Perdagangan beserta para dosen dan seluruh karyawan/staf pegawai Fakultas Ekonomi atas bantuan yang

diberikan selama penulis mengikuti studi.

5. Ibu Rizki Sri Lasmini, SE, M.M selaku dosen Pembimbing Akademik dan Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama perkuliahan hingga penyelesaian Tugas Akhir ini.
6. Kepada owner Jiwani *Coffee* yang telah memberikan waktu dan kesediannya kepada penulis untuk memperoleh data dalam menyelesaikan Tugas Akhir penulis.
7. Kepada rekan – rekan seperjuangan dalam bangku perkuliahan, khususnya Program Studi DIII Manajemen Perdagangan.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan, karena terbatasnya kemampuan, pengalaman, dan pengetahuan. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun agar penulis dapat memperbaiki pada karya ilmiah selanjutnya. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II.....	7
LANDASAN TEORI	7
A. Bauran Pemasaran.....	7
B. Defenisi Penetapan Harga	13
C. Tujuan Penetapan Harga	14
D. Metode Penetapan Harga	16
E. Strategi Penetapan Harga	18
F. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga.....	23
BAB III	27
PENDEKATAN PENELITIAN.....	27
A. Bentuk Penelitian	27
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	27
C. Rancangan Penelitian	27
BAB IV	31
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	31
A. Profil Perusahaan.....	31
B. Hasil Penelitian	35
BAB V	44
PENUTUP	44
A. Kesimpulan	44
B. Saran.....	45

DAFTAR PUSTAKA	46
LAMPIRAN.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perbandingan Harga Jiwani coffee dengan coffeeshop lainya	5
Tabel 2. Daftar Harga Produk Minuman	40
Tabel 3. Daftar Harga Produk Makanan	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.Tempat Jiwani Coffee	33
Gambar 2.Struktur Jiwani Coffee	34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Observasi.....	64
Lampiran 2. Surat Wawancara.....	65
Lampiran 3. Foto Wawancara.....	67

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam dunia usaha, persaingan sudah sangat umum terjadi, persaingan bisnis yang ketat menuntut setiap perusahaan untuk saling berkompetensi, sehingga setiap perusahaan perlu memperhatikan efektifitas dan efisiensi serta harus mempunyai strategi tersendiri didalam memasarkan hasil produksinya untuk mencapai tujuan yang ditetapkan perusahaan.

Untuk itu perusahaan harus mempunyai strategi yang tepat untuk mencapai tujuan tersebut. Hampir semua perusahaan di Indonesia baik perusahaan manufaktur maupun perusahaan jasa telah mengalami dampak dari krisis ekonomi. Ada beberapa hal yang menjadi ancaman bagi kelangsungan hidup perusahaan. salah satunya adalah daya beli masyarakat yang semakin menurun.

Dengan kemudahan pihak pemerintah memberikan izin bagi masyarakat untuk mendirikan perusahaan swasta dengan tujuan untuk memenuhi permintaan konsumen disamping mencari laba dari setiap kegiatan operasional yang dijalankan, sehingga masing-masing perusahaan yang harus mempunyai strategi tersendiri didalam memasarkan hasil produksinya.

Untuk memperoleh laba dari kegiatan operasionalnya dalam berbagai faktor diperhatikan seperti penghasilan dan biaya yang lebih rendah dari penghasilan itu, perusahaan dapat mencapai laba yang diinginkan. Dalam upaya mencari laba yang besar, perusahaan harus mampu menjual dalam jumlah yang besar dan tingkatan harga tertentu.

Penjualan yang dilakukan perusahaan ditentukan dan permintaan konsumen terhadap barang yang dijual dan salah satu yang mempengaruhi permintaan konsumen dalam suatu barang adalah harga jual barang yang bersangkutan. Apalagi jumlah perusahaan yang bersifat persaingan sempurna dimana terdapat banyak penjual, konsumen mempunyai banyak pilihan terhadap barang yang dibutuhkan berdasarkan harga dan tingkat kepuasan yang diperoleh dan barang-barang yang dibelinya.

Selama ini disebabkan karena adanya penetapan harga penjualan sebelum dikalkulasi sejumlah biaya yang telah dikeluarkan oleh perusahaan, karena hasil produksi diserahkan pada bagian pemasaran untuk menetapkan harga jual. Dengan adanya penetapan dari harga ini maka akan lebih mudah dalam mendapatkan konsumen lebih banyak, sehingga dapat meningkatkan dari suatu penjualan. Harga bisa disebut sebagai elemen yang paling penting dalam strategi pemasaran, karena harga dapat berhubungan dengan elemen-elemen lain didalam bauran pemasaran. Oleh sebab itu harga merupakan elemen utama atau elemen penting dibauran pemasaran.

Dikarenakan harga yang bisa mendapatkan pendapatan dalam penjualan atau bisa disebut sebagai elemen mandiri dalam bauran pemasaran (Kencana, 2019).

Perhatian produsen tidak terbatas pada persediaan barang atau hasil produksinya saja, tetapi juga bagaimana barang itu dapat mencapai pasar. Pasar yang dimaksud disini adalah terdiri dari pelanggan potensial dengan kebutuhan dan keinginan tertentu. Selain itu menentukan harga juga akan dapat menggambarkan biaya yang akan diterima kembali oleh penjual. Dengan adanya penetapan harga maka akan dapat bersaing maupun dapat untuk memimpin dan menguasai pasar (Patra & Salim, 2016).

Sehubungan dengan uraian diatas, maka salah satu kebijakan perusahaan untuk mencapai keuntungan adalah dengan cara analisis penetapan harga jual barang. Bahwa dalam menetapkan harga jual merupakan *profit planning approach* yang didasarkan pada hubungan antara volume penjualan, laba, dan pembiayaan. Oleh karena itu perusahaan harus mampu dalam menetapkan harga sebagai pedoman dalam menentukan kebijaksanaan dalam bidang penjualan maupun dibidang perencanaan laba dan keuntungan.

Dalam hal penetapan harga jual terlebih dahulu harus biaya per unit produk yang dihasilkan. Tanpa mengetahui harga per unit produk harga jual tidak mungkin dapat ditentukan, dalam penetapan harga jual yang pertama kali dilakukan adalah perhitungan biaya per unit produk. Kemudian dari penetapan

harga akan dapat digunakan dalam meningkatkan penjualan, dimana penjualan merupakan kegiatan yang mana mampu untuk memenuhi dan memuaskan dari kebutuhan maupun keinginan dari adanya pertukaran produk yang bernilai (Kotler & Keller, 2009). Oleh karena itu, dengan adanya ketetapan harga yang baik dan benar maka perusahaan akan dapat meningkatkan penjualan, dan mampu untuk memberikan laba dengan maksimal.

Jiwani coffe yang berada di Jl.belakang olo 1 No. 20, Kota Padang , merupakan salah satu usaha bisnis dibidang kuliner dengan nuansa modern yang menyajikan berbagai macam menu makanan, walaupun dengan nama *Coffee* tetapi bisnis ini lebih bergerak pada bidang kuliner. Berbagai macam

strategi telah diterapkan pada Jiwani *coffee* untuk dapat merebut dan menarik perhatian pelanggan salah satunya dalam menetapkan harga dimana jiwani *coffee* dituntut untuk dapat cermat dalam menentukan harga penjualan karna pada saat ini konsumen cenderung memilih produk yang cukup berkualitas dengan harga yang lebih ekonomis agar produk yang dijual dapat diminikmati oleh berbagai kalangan sehingga perlu adanya konsep penetapan harga yang lebih baik lagi. Berikut perbandingan harga kafe yang menjual *coffee* :

Tabel 1. Perbandingan Harga Jiwani coffee dengan coffeeshop lainya

JIWANI <i>COFFEE</i>		MERJER <i>COFFEE</i>	
ESPRESSO	15.000	ESPRESSO	15.000
KOPI SUSU	22.000	KOPI SUSU	25.000
MACHIATO	35.000	MACHIATO	35.000
CAFFE LATTE	26.000	CAFFE LATTE	38.000
LEMON TEA	20.000	LEMON TEA	20.000
TARO	33.000	TARO	35.000
GREEN TEA	34.000	GREEN TEA	34.000

Sumber : Owner jiwani coffee

Berdasarkan data diatas, harga produk/*coffee* jiwani lebih mahal dibandingkan kafe yang sekelas yaitu bengras kopi. Mengingat sudah menjamurnya *coffee* shop di kota padang, maka persaingan akan semakin ketat, maka penulis terdorong untuk meneliti bagaimana penetapan harga pada Jiwani *Coffee* dalam menghadapi persaingan antara *coffee* shop lainnya agar mampu bersaing.

Berdasarkan penjelasan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian Tugas Akhir dengan mengangkat judul yaitu: “**TINJAUAN PENETAPAN HARGA PADA JIWANI *COFFEE* UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan

di atas, untuk memudahkan dalam penyelesaian permasalahan yang menjadi dasar dalam penulisan ini, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu : “Bagaimana proses penetapan harga yang dilakukan oleh pihak Jiwani *Coffee* padang?”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meninjau bagaimana proses penetapan harga pada Jiwani *Coffee*.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian diharapkan dapat mengetahui penetapan harga pada jiwani *coffee*.

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan sumber pengetahuan, bagi semuapihak yang ingin mempelajari ilmu pemasaran dan bagi pihak Jiwani *Coffee*.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan acuan oleh Jiwani *Coffee* dalam meningkatkan strategi dalam penjualannya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil pembahasan yang diuraikan dapat diambil kesimpulan yaitu:

1. Jiwani *Coffee* Padang menetapkan harga berdasarkan beberapa faktor yaitu pesaing, biaya produksi, biaya operasi dan biaya non operasi. Harga yang ditetapkan pun merupakan harga yang dapat dijangkau sesuai target pasar Jiwani *Coffee*. Owner Jiwani *Coffee* pun telah mempertimbangkan dan meriset terlebih dahulu untuk menetapkan harga produknya.
2. Berdasarkan harga yang ditetapkan diharapkan dapat meningkat penjualan produk dan juga menjadi kepuasan konsumen. Dalam menentukan harga, Jiwani *Coffee* juga mempertimbangkan harga dari para pesaingnya. Jika perusahaan menetapkan harga lebih mahal daripada pesaingnya, maka resiko yang akan dihadapi adalah produknya kurang laku di pasaran. Dan jika harga yang ditetapkan perusahaan jauh lebih murah dibanding harga para pesaingnya maka perusahaan akan kehilangan peluang untuk memperoleh laba yang lebih tinggi walaupun penjualannya lebih besar dari pada penjualan pesaing.

B. Saran

Dari kesimpulan yang penulis uraikan, Untuk proses penetapan harga yang dilakukan oleh pihak *Jiwani Coffee* padang, Maka penulis mengajukan beberapa saran yang sekiranya bisa untuk dijadikan bahan pertimbangan bagi *Jiwani Coffee*, yaitu:

1. Sebaiknya *Jiwani Coffee* mulai memikirkan menggunakan strategi penerapan harga diskon untuk produk-produk tertentu. harga diskon pada suatu produk adalah salah satu daya tarik bagi konsumen atau masyarakat untuk selalu belanja di perusahaan yang selalu menerapkan harga diskon pada produk-produknya dan menjadi nilai tambah untuk meningkatkan jumlah volume penjualan.
2. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia, karena Sumber daya manusia merupakan kunci utama keberhasilan dalam menjalankan visi, misi dan tujuan perusahaan.
3. Sebaiknya *Jiwani Coffee* memperluas lahan parkirnya, agar setiap pelanggan yang ingin datang ke *Jiwani Coffee* tidak bingung untuk memarkirkan kendaraannya dan hal ini dapat mencegah konsumen pergi hanya karna tidak dapat parkir.

DAFTAR PUSTAKA

- Mulyadi, 2010, Akuntansi Biaya, Penentuan Harga Pokok dan Pengendalian Biaya, BPFE, Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Dewantoro, Sukarno. Strategi Penetapan Harga Pada PT Madubaru Bantul. Tugas Akhir. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta. 2015.
- Ma'ruf, Ali. Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Study Kasus di Toko Keripik Sawangan No 1 Purwokerto), Purwokerto : Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 2017.
- Nurokhmah, Tati. Strategi Penetapan harga dalam meningkatkan volume penjualan pada kayla fashion serba 35.000 purwokerto. 2018.
- Sugiyono. Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kualitatif). Bandung: Alfabeta. 2009.
- Tri, Kristina Wulandari. "Pengaruh Penentuan Harga Jual Dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan Kapas Putih Di Klaten", Surakarta: Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta. 2006.
- V Pakiding, Yizka. Analisis Pengaruh Harga dan Volume Penjualan Terhadap Kinerja Keuangan Pada PT Sermani Steel Makassar. 2012
- Anjar, Nova. Analisis Harga dan Produk pada Penjualan. Semarang: Skripsi Universitas Negeri Semarang. 2012
- Secapramana, Verina H. Model Dalam Strategi Penetapan Harga. Vol. 9 Nomor. 1. 2000. Surabaya
- Slat, Andre Hendry. Analisis Harga Pokok Produk. Vol 1 No. 3 Juni 2013
- Wulandari, Kristina Tri. Pengaruh Penentuan Harga Jual dan Biaya Promosi terhadap Volume Penjualan pada Perusahaan Kapas Putih di Klaten. Skripsi. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta. 2006
- Alamudi, F. (2017). Strategi Penentuan Harga Dalam Upaya Meningkatkan