

EVALUASI STRATEGI PENETAPAN HARGA JUAL DALAM BISNIS GOURMET LAND CAFE

Lilian Yulia Abadi

Program studi International Business Management Universitas Ciputra Surabaya
E-mail: lilianyuliaabadi@gmail.com

Abstract: *The purpose of this research is to determine the selling price in Gourmet Land cafe. This research employs cost-based pricing, value-based pricing, mark-up pricing, and competition-based pricing. This research is a descriptive qualitative research which uses the company's financial data to obtain information. Observation, interview, and documentation are used as data collection methods, while Source Triangulation is used as data analysis tool. Based on the predetermined set of criteria, eight study informants are selected. They are the owner of Head On cafe, the owner of Ronk cafe, two consumers of Gourmet Land cafe, two consumers of Head On cafe, and two consumers of Ronk cafe. Based on the data analysis results which involve production cost calculation and price comparison with each business competitor, this research concludes that Gourmet land cafe changing the first strategy and competition-based pricing is the most suitable pricing method for Gourmet Land cafe. This method is divided into three categories, namely bearish, normal, and bullish price.*

Keywords: *Cafe, Pricing Method, Cost of Good Sold, Selling Price*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk melakukan evaluasi strategi penetapan harga jual dalam bisnis Gourmet land cafe. Penelitian ini menggunakan metode cost based pricing, value based pricing, mark up pricing dan competitive based pricing. Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dimana penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data keuangan di Gourmet land cafe. Penelitian ini juga dilengkapi dengan observasi, wawancara dan dokumentasi dan dilakukan validasi dengan triangulasi sumber. Berdasarkan kriteria tersebut, ada 8 informan yang dipilih; pemilik Head On Cafe, Pemilik Ronk Cafe, dua orang konsumen Gourmet Land Cafe, dua orang konsumen Head On Cafe dan dua orang konsumen Ronk Cafe. Analisis data yang dikumpulkan dari awal mulanya perhitungan harga pokok produksi dari Gourmet Land Cafe dan membandingkan harga dari setiap kompetitor maka hasil evaluasi strategi metode penetapan harga jual dalam bisnis Gourmet land cafe ini menggunakan competitive based pricing yang terbagi menjadi 3 kategori yaitu membagi menjadi harga saat bearish, normal dan bullish.

Kata kunci: *Café, Penetapan Harga Jual, Harga Pokok Produksi, Harga Jual*

PENDAHULUAN

Melihat data-data dari industri makanan dan minuman dari tahun ke tahun yang terus meningkat Gourmet land cafe melihat peluang untuk menjadi entrepreneur di bidang tersebut. Bisnis Gourmet land cafe dimulai dari bisnis pre-order yang bernama POTETOT yang dikerjakan beserta kedua rekannya pada bulan Februari tahun 2013. POTETOT adalah sebuah paket makanan yang dijual berupa mash potato, bbq grilled chicken and vegetable. Penjualan POTETOT ini dimulai dengan sistem pre-order di kalangan Universitas Ciputra. Peminat terus meningkat dari setiap bulannya dan setelah 6 bulan berjalan salah satu rekan mengundurkan diri dikarenakan memiliki masalah internal. Usaha tersebut tidak berhenti dan bermula dari mata kuliah Entrepreneurship 3 terbentuklah Gourmet land cafe yang beranggotakan tiga orang. Gourmet land cafe dibuka dari 11 Desember 2013 di Jalan Raya Taman International H-12/1.

Waktu berjalan dan Gourmet land cafe melihat sejak tahun 2013 hingga tahun 2015 bahwa penetapan harga jual merupakan salah satu hal penting dalam perkembangan bisnis makanan dan minuman, untuk menentukan harga pokok produksi dan margin yang didapat serta berapa persen markup yang dapat dilakukan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi tanpa mengurangi minat masyarakat terhadap produk/jasa tersebut. Terlihat dari indikasi survei yang telah dilakukan pada 200 pelanggan yang telah mengunjungi Gourmet land cafe (Lampiran Survei) bahwa harga termasuk menjadi prioritas utama untuk kesuksesan usaha. Dilihat dari data penjualan (Lampiran Laporan Penjualan) dine-in and catering yang dialami oleh Gourmet land cafe penjualan terus menurun pemilik ingin meneliti ke dalam masalah penetapan harga .

Pada 24 Februari 2015 Gourmet land cafe mengalami musibah kebakaran yang cukup besar dan perlu waktu beberapa bulan untuk perbaikan, perundingan dan dilakukan pembukaan kembali dari bisnis Gourmet land cafe. Kebakaran yang dialami Gourmet land cafe tidak membuat bisnis menjadi tutup, Gourmet land cafe tetap melakukan penjualan secara berkala dengan cara melakukan catering makanan pembuka, makanan berat, makanan ringan hingga makanan penutup. Gourmet land cafe menggunakan tiga metode dalam menentukan harga jual. Dua metode tersebut adalah cost based pricing, mark up pricing, value based pricing dan competitive based pricing. Dimana Gourmet land cafe saat ini melakukan cara penetapan harga dari melihat persepsi dari pemilik Gourmet land cafe sendiri mengenai nilai tambah dan membandingkan harga dengan kompetitor yang sudah ada. Dengan demikian penulis ingin mengevaluasi tentang penetapan harga jual dalam bisnis Gourmet land cafe. Melihat lebih dalam dari penetapan harga dengan metode cost based pricing, mark up pricing ,value based pricing dan competitive based pricing yang dimulai dari perhitungan harga pokok produksi. Tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk melakukan evaluasi strategi penetapan harga jual dalam bisnis Gourmet land cafe.

LANDASAN TEORI

Strategi

Strategi adalah rencana jangka panjang, diikuti tindakan yang ditujukan untuk mencapai tujuan tertentu, yang umumnya adalah "Kemenangan". Asal kata "strategi" turunan dari kata dalam bahasa Yunani, strategos (Sedarmayanti, 2014:2).

Peranan Harga

Harga memainkan peranan penting bagi perekonomian secara makro, konsumen dan perusahaan. (Tjiptono dan Chandra, 2012:319)

- a) Bagi Perekonomian, harga sebuah produk berpengaruh dalam tingkat upah, sewa, bunga, laba serta faktor dalam produksi seperti tenaga kerja, modal dan kewirausahaan. Tingkat upah yang tinggi akan mendorong tenaga kerja, modal dan kewirausahaan untuk menentukan daya tarik mereka dalam penawaran dan permintaan.
- b) Bagi konsumen. Faktor harga bisa menjadi salah satu hal yang dijadikan pertimbangan dalam pembelian produk. Mayoritas konsumen seringkali dipengaruhi oleh harga walaupun ada faktor lain seperti citra merek, lokasi toko, layanan, nilai, fitur produk dan kualitas produk. Harga yang tinggi biasanya mencerminkan kualitas produk yang bagus atau produk tersebut spesial.
- c) Bagi perusahaan, harga merupakan salah satu bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan. Permintaan pasar atas produk dipengaruhi oleh harga yang bisa dibilang menjadi determinan utama. Bauran pemasaran lainnya membutuhkan pengeluaran dana yang besar seperti produk, distribusi dan promosi. Harga juga merupakan determinan dari pengaruh persaingan yang berada di pangsa pasar perusahaan

Klasifikasi Biaya

Keberhasilan dalam merencanakan dan mengendalikan biaya tergantung pada pemahaman yang menyeluruh atas hubungan antara biaya dan aktivitas bisnis. Studi dan analisis yang hati-hati atas dampak aktivitas bisnis umumnya akan menghasilkan klasifikasi biaya (Dewi dan Kristanto, 2015:11).

1. Biaya Tetap

Biaya yang tidak berubah jumlahnya walaupun jumlah yang diproduksi/dijual berubah dalam kapasitas normal. Contoh : Biaya Pembelian Mesin.

2. Biaya Variabel

Biaya yang jumlahnya berubah-ubah, namun perubahannya sebanding dengan perubahan volume produksi/penjualan. Contoh : Biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung.

Penelitian ini akan melakukan pengelompokan klasifikasi biaya dalam biaya tetap dan biaya variabel yang akan menghasilkan biaya-biaya yang akan masuk dalam harga pokok produksi. Harga pokok produksi adalah harga yang akan digunakan sebagai acuan dalam evaluasi dengan menggunakan metode cost based pricing dan mark up pricing, value based pricing dan competitive based pricing.

Harga Pokok Produksi

Penentuan Harga pokok adalah bagaimana memperhitungkan biaya kepada suatu produk, pemesanan atau jasa (Bustami & Nurlela, 2013:40). Dalam perusahaan manufaktur, bahan dibedakan menjadi bahan baku dan bahan penolong. Bahan baku merupakan bahan yang membentuk bagian menyeluruh dari produk jadi, misalnya dalam perusahaan mebel, bahan baku kayu dan rotan. Biaya yang timbul akibat pemakaian bahan baku disebut bahan baku (Dewi dan Kristanto, 2015:27). Harga pokok adalah biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan/membeli barang tersebut (Kurniawan, 2014:47). Perhitungan HPP untuk perusahaan manufaktur adalah sebagai berikut (Ariefiansyah & Utami, 2012:42): Persediaan barang dalam proses awal + Semua biaya langsung dan tidak langsung – Persediaan barang dalam proses akhir.

Metode Penetapan Harga Jual

Cost Based Pricing dan Mark Up Pricing

Harga diterapkan setelah menghitung biaya produksi dan pemasaran ditambah dengan jumlah tertentu sehingga dapat menutupi biaya-biaya langsung hingga overhead dan laba. (Kurniawan, 2014:44). Melihat dari sebuah chart (Lampiran D) biaya tetap dan biaya variabel adalah biaya yang sangat berpengaruh dalam penetapan harga. Contoh jika perusahaan manufaktur menginvestasikan modal \$ 1.000.000 berapa harga jual untuk mendapatkan ROI 20% dan breakeven ?

$$\text{Break-even volume} : (\text{fixed cost}) / (\text{price-variable cost}) = (\$ 300.000) / (\$20 - \$10) = 30.000$$

$$\text{Price} = \text{Unit cost} + (\text{desired return} \times \text{invested capital}) / (\text{unit sales})$$

Sumber : Kotler dan Keller 2012: 398

$$= \$ 16 + (20\% \times \$ 1.000.000) / (50.000)$$

$$= \$ 20$$

Perusahaan manufaktur tersebut setelah menemukan harga per unit nya yaitu \$16 barulah bisa mencari harga jual dengan meningkatkan margin 20% dan menghasilkan \$20 yang menjadi harga jualnya kemudian barulah perusahaan sendiri atau perusahaan lain meningkatkan harga jual tersebut yang sebenarnya termasuk dalam teori Mark up pricing (dalam Kotler dan Keller, 2012:396) Gourmet land cafe menggunakan dasar harga pokok produk untuk menghitung harga jual dan menentukan berapakah produk yang harus terjual untuk pengembalian modal serta berapa persen laba yang akan diperoleh.

Value Based Pricing

Dalam beberapa tahun terakhir beberapa perusahaan banyak yang menggunakan metode nilai harga ini. Mereka mendapatkan pelanggan setia karena menawarkan harga yang relatif rendah dan memberikan produk berkualitas tinggi. Selama ini perusahaan yang baik dalam menjalankan metode ini adalah IKEA, Target dan Southwest Airlines. (Kotler dan Keller, 2012:399). Gourmet land cafe saat ini belum bisa menggunakan value based pricing dikarenakan belum ada value yang bisa dilihat dari kejadian kebakaran dan konsumen juga akan lupa dengan bagaimana tempat, pelayanan yang diberikan saat masih adanya dine-in di Gourmet land café

Competitive Based Pricing

Metode penetapan ini berorientasi pada kekuatan pasar, di mana harga jual dapat sama dengan produk pesaing, bisa lebih mahal atau lebih murah. Metode penetapan harga ini digunakan jika terjadi persaingan yang ketat dan produk tidak terlihat perbedaannya dengan produk pesaing dan adanya pasar oligopoli. Perusahaan akan menurunkan harga lebih murah dari produk pesaing jika pengecer bertujuan pada total penjualan dengan

keuntungan relatif kecil. (Sunyoto, 2014:147). Membandingkan harga dengan kompetitor juga bisa dilakukan dengan benchmarking.

Tujuan Penetapan Harga

Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan setelah produk itu terjual ke konsumen. (Kurniawan, 2014:34) Ada beberapa tujuan dalam menetapkan harga yaitu memperoleh keuntungan yang optimal, membuat perusahaan tetap bertahan, mencapai ROI (Rate of Return), menguasai pangsa pasar dan mempertahankan status Quo.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif yang artinya lebih melihat masalah tentang manusia dan sosial dimana penulis melakukan penelitian secara alami dari subjek yang berada di lingkungan sekitar dan bukan hasil atau manipulasi variabel. (Gunawan, 2014:15)

Penelitian yang bertujuan untuk membandingkan sesuatu produk, kejadian, kegiatan yang sudah dijalankan dengan standar yang telah diterapkan sebelumnya apakah sudah sesuai dengan standar atau melebihi atau belum (Sujarweni, 2014:10). Penelitian ini melihat dan melakukan evaluasi strategi penetapan harga dalam bisnis Gourmet Land Cafe.

Subjek dan objek penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah warga masyarakat Surabaya yang pernah melakukan pembelian di Gourmet land cafe maupun di tempat kompetitor dan pemilik usaha cafe di kota Surabaya. Penelitian akan diterapkan di kota Surabaya dengan melakukan Observasi, Wawancara dan Dokumentasi kepada 6 orang konsumen dari Gourmet land cafe dan dua kompetitor yaitu Head On Cafe dan Ronk Cafe serta pemilik usaha masing-masing kompetitor.

Validitas dan reliabilitas

Penelitian ini menggunakan cara pengujian triangulasi, dengan triangulasi sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data. Triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber yaitu dengan mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber (Sugiyono, 2013:397,440). Reliabilitas berhubungan dengan akurasi dan konsistensi. Suatu pengukur dikatakan realibel jika dapat dipercaya, supaya dapat dipercaya maka hasil dari pengukuran harus akurat dan konsisten. Dikatakan konsisten jika beberapa pengukuran terhadap subjek yang sama diperoleh hasil yang tidak berbeda (Hartono, 2013:146). Peneliti akan melihat dari hasil wawancara berupa rekaman tertulis, hasil observasi dalam dokumen tertulis dan laporan keuangan Gourmet land cafe yang telah diuji validitas dan reabilitasnya untuk dapat digunakan dalam penelitian ini.

Metode analisis data

Menurut Miles dan Huberman (1984) dalam Sugiyono (2013:404) tahapan dalam analisis data ada tiga:

1. *Data Collection* (Pengumpulan Data), yaitu pengumpulan data dari wawancara dan observasi.
2. *Data Reduction* (Reduksi Data), dilakukan dengan cara merangkum, memilih hal-hal yang pokok dan fokus pada hal-hal yang penting.
3. *Data Display* (Penyajian Data), data dapat berbentuk uraian singkat, bagan, diagram, atau tabel.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Penetapan harga pada Gourmet land cafe pada awalnya menggunakan rumus:

$$\text{Harga Pokok Produksi} + \text{Margin } 200\% = \text{Harga Jual}$$

Perhitungan tersebut didasarkan pada ketentuan cost based pricing, namun pada dasarnya cafe memberikan minimum margin 100% dan melakukan substitusi silang pada setiap produknya. Gourmet land cafe langsung

memberikan 200% hanya dengan asumsi bahwa akan mendapatkan keuntungan yang lebih besar ketika margin bertambah besar, namun dari keputusan ini mengakibatkan banyaknya konsumen yang berkomentar tentang harga yang kurang tepat dan sebanyak 49,5% dari 200 konsumen memberikan nilai “poor” pada kolom value for money.

Melihat dari teori Harga pokok adalah biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan/membeli barang tersebut (Kurniawan, 2014:47). Menurut hasil wawancara dari kedua kompetitor yang dapat dikatakan bahwa

“Harga pokok produksi merupakan suatu faktor penting dalam menetapkan harga dalam sebuah produk”

“Penetapan Harga cafe adalah harga pokok produk + Margin 100%, tetapi diperlukan juga substitusi silang dimana ada makanan yang marginnya sedikit dan banyak”

Terlihat juga dari pentingnya harga pokok produk yaitu untuk menentukan harga jual produk, memantau realisasi biaya produksi, menghitung laba atau rugi periodik dan menentukan harga pokok produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan neraca (Mulyadi 2010: 65).

Penentuan harga dapat dilihat dari dua perspektif. Melihat dari sisi value based pricing, keinginan dari konsumen adalah tempat yang nyaman, makanan yang enak, fasilitas yang mencukupi serta dari pihak konsumen mampu untuk mengeluarkan Rp 20.000 hingga Rp 100.000 untuk sekali makan di cafe. Gourmet land cafe sudah memenuhi keinginan dari konsumen dalam sisi ini dimana Gourmet land cafe tidak memiliki menu diatas Rp 100.000 dan sudah memberikan rasa, tempat dan fasilitas yang cukup untuk konsumen.

Melihat dari sisi competitive based pricing dimana melakukan perbandingan harga terhadap kompetitor yaitu Head On cafe dan Ronk Café

Peneliti memilih menggunakan competitive based pricing karena penetapan harga sendiri yang diberikan oleh kompetitor juga mempertimbangkan value yang diinginkan oleh konsumen, selain itu strategi ini juga mempermudahkan Gourmet land cafe untuk mengerti harga yang diberikan oleh pesaing yang menjadikan harga yang diberikan nantinya oleh Gourmet land cafe tidak akan lebih mahal dan lebih murah dari kompetitor, oleh karena itu konsumen akan lebih memilih untuk makan di Gourmet land cafe.

Maka dari itu Gourmet land cafe mengambil keputusan untuk memilih competitive based pricing dengan penetapan harga :

Tabel 4.2 Penetapan Harga Gourmet Land Cafe

Produk	Bearish	Normal	Bulish
Mixed Snack	Rp. 28.000	Rp. 33.600	Rp. 43.680
Spaghetti Bolognaise	Rp. 30.000	Rp. 36.000	Rp. 46.800
Pannacota	Rp. 20.000	Rp. 24.000	Rp. 31.200

Kolom bearish membantu memberikan harga yang rendah tetapi masih memberikan total keuntungan yang cukup besar untuk Gourmet land cafe. Jika sebelumnya pada saat lebaran Gourmet land cafe pernah memberikan pasta di harga Rp 15.000 yang sudah satu paket dengan es teh. Keuntungan yang diperoleh sangat sedikit bisa dibilang tidak ada, maka dari itu ketiga tabel tersebut dibutuhkan. Harga pada kolom ini juga bisa dijadikan harga promo pada saat kompetitor sedang tidak melakukan acara atau promosi, dengan begitu konsumen akan lebih tertarik untuk datang di Gourmet land cafe.

Harga pada kolom normal adalah harga yang akan digunakan dalam buku menu, harga tersebut digunakan sebagai harga tetap yang digunakan dalam penjualan sehari-hari.

Harga di kolom bullish akan diberikan pada saat event tertentu, contohnya pada event Valentine pada 14 Februari, dan juga saat ada event penting lainnya yang juga bisa bergabung dengan event organizer untuk membuat acara lebih menarik untuk didatangi oleh konsumen. Paket untuk pasangan dan keluarga akan diberikan harga yang cukup mahal karena cenderung konsumen akan menyiapkan biaya khusus pada hari-hari penting.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi serta analisis yang telah dilakukan menggunakan

metode penetapan harga jual dalam bisnis Gourmet land cafe maka hasil evaluasi strategi metode penetapan harga jual dalam bisnis Gourmet land cafe ini mengganti strategi awal yaitu harga jual = harga pokok produksi + margin 200% dan menggunakan competitive based pricing yang terbagi menjadi 3 kategori yaitu membagi menjadi harga saat bearish, normal dan bullish.

Keterbatasan

Sampel penelitian hanya menggunakan perusahaan Gourmet land cafe pada industri makanan dan minuman dengan menggunakan metoda purposive sampling, sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisasi secara luas untuk setiap perusahaan di Indonesia. Penelitian selanjutnya diharapkan bisa menggunakan semua sektor dan menambah tahun pengamatan.

Saran

Pergantian harga tidak secara langsung fluktuatif melainkan dasar 3 pembagian harga ini akan menjadi batasan rendah dan batasan tinggi untuk menaikkan harga dan menurunkan harga. Perubahan harga tidak dilaksanakan sehari-hari tetapi dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan. Salah satu contohnya adalah saat bulan puasa biasanya pembeli di siang hari mulai berkurang dari sanalah ditetapkan harga pada kolom bearish di siang hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariefiansyah, R., & Utami, M. M. (2012). Cara Membuat HPP (Harga Pokok Penjualan) Dengan Praktis. Jakarta Timur: New Agogos.
- Bustami, B., & Nurlela. (2013). Akutansi Biaya. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Ceylana, H. H., Koseb, B., & Aydin, M. (2014). A Research on Service Sector using Van Westerndorp Price Sensitivity Scale. 1-6.
- Dewi, S. P., & Kristanto, S. B. (2015). Akutansi biaya. Bogor: IN MEDIA.
- Gunawan, I. (2014). Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hartono, J. (2013). Metodologi Penelitian Bisnis. Yogyakarta: BPFE.
- Indrawan, R. (2014). Metodologi Penelitian. Bandung: PT Refika Aditama.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Marketing Management 14th Edition. New Jersey : Pearson.
- Kurniawan, A. (2014). Total Marketing. Yogyakarta: PT. BUKU KITA.
- Mulyadi (2010), Sistem Akuntansi edisi tiga. Jakarta:Salemba Empat
- Prof. Dr.Hj.Sedarmayanti, M. (2014). Manajemen Strategi. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Sengpoh, L. (2014). The Competitive Pricing Behavior of Low Cost Airlines in the Perspective of Sun Tzu Art of War. Social and Behavioral Sciences, 741-748.
- Sujarweni, W. (2014). Metodologi Penelitian. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru.
- Sunyoto, D. (2014). Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Woran, R., Ilat, V., & Mawikere, L. (2014). Penentuan Harga Jual Produk Dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing pada UD.Vanelia. EMBA, 1659-1669.
- (2015, 03 24). Dipetik 11 11, 2015, dari sindonews.com:
<http://ekbis.sindonews.com/read/980564/34/pengusaha-restoran-keluhkan-pelemahan-rupiah-1427170468>