

**BIMBINGAN TEKNIS PENETAPAN HARGA JUAL SUATU BARANG
DALAM PENINGKATAN PENJUALAN PADA USAHA KECIL MANDIRI
DI DESA MEDAN SENEMBAH KECAMATAN TANJUNG MORAWA
KABUPATEN DELI SERDANG SUMATERA UTARA**

Indra Fauzi¹⁾, Horia Siregar²⁾, Abdul Malik³⁾
Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah¹⁾
Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah²⁾
Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah³⁾

ABSTRAK

Dalam masa persaingan yang sangat ketat saat ini, menyadari pemasaran semata-mata tidak hanya melakukan proses penjualan saja, akan tetapi juga harus menuntut kejelian perusahaan dalam menerapkan suatu kebijakan yang akan dibuatnya. Dalam usaha memenangkan persaingan tersebut, perusahaan perlu menerapkan berbagai konsep, strategi dan kebijakan pemasaran yang bertujuan agar produk yang dihasilkan tetap diminati oleh pasar. Semua organisasi laba dan nirlaba menetapkan harga atas produk atau jasa mereka. Umumnya harga ditetapkan oleh pembeli dan penjual yang saling bernegosiasi. Melalui tawar menawar akhirnya penjual dan pembeli akan sampai pada harga yang dapat diterima. Melalui pengabdian ini diharapkan pelaku usaha mampu menerapkan harga yang sesuai dengan produk yang dihasilkan.

Kata Kunci: Harga Jual, Penjualan

ABSTRACT

In the current tight competition, realizing marketing is not only about the sales process, but also must demand the company's foresight in implementing a policy that will be made. In an effort to win the competition, companies need to apply various concepts, strategies and marketing policies that aim to keep the products produced by the market. All profit and non-profit organizations set prices for their products or services. Prices are generally set by buyers and sellers who negotiate with each other. Through bargaining, the seller and buyer will finally arrive at an acceptable price. Through this service, it is expected that business actors will be able to apply prices in accordance with the products produced.

Keywords: Sales Price, Sales

PENDAHULUAN

Perkembangan di bidang perekonomian selama ini telah banyak membawa akibat yang cukup pesat dalam dunia usaha. Sehubungan dengan itu banyak perusahaan baru berdiri dan kembalinya perusahaan yang direhabilitasi, maka berakibat timbulnya persaingan yang ketat diantara perusahaan-perusahaan tersebut. Baik itu persaingan antar perusahaan sejenis maupun perusahaan yang tidak sejenis.

Kegiatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bidang usaha yang dapat berkembang dalam perekonomian nasional. UMKM menjadi wadah yang baik bagi penciptaan lapangan pekerjaan yang produktif. Hal ini disebabkan UMKM merupakan usaha yang bersifat padat karya, tidak membutuhkan persyaratan tertentu seperti tingkat pendidikan, keahlian (keterampilan) pekerja, dan penggunaan modal usaha relatif sedikit serta teknologi yang digunakan cenderung sederhana. Oleh sebab itu UMKM memegang peranan penting dalam perbaikan perekonomian Indonesia, baik ditinjau dari segi jumlah usaha, segi penciptaan lapangan kerja, maupun dari segi pertumbuhan ekonomi nasional yang diukur dengan Produk Domestik Bruto. Memperhatikan ciri dan peranannya yang sangat potensial bagi pembangunan di

sektor ekonomi, maka usaha kecil perlu terus menerus dibina dan diberdayakan secara berkelanjutan agar dapat lebih berkembang dan maju.

Dalam masa persaingan yang sangat ketat saat ini, menyadari pemasaran semata-mata tidak hanya melakukan proses penjualan saja, akan tetapi juga harus menuntut kejelian perusahaan dalam menerapkan suatu kebijakan yang akan dibuatnya. Dalam usaha memenangkan persaingan tersebut, perusahaan perlu menerapkan berbagai konsep, strategi dan kebijakan pemasaran yang bertujuan agar produk yang dihasilkan tetap diminati oleh pasar. Semua organisasi laba dan nirlaba menetapkan harga atas produk atau jasa mereka. Umumnya harga ditetapkan oleh pembeli dan penjual yang saling bernegosiasi. Melalui tawar menawar akhirnya penjual dan pembeli akan sampai pada harga yang dapat diterima. Harga berperan sebagai penentu utama pilihan pembeli, walaupun faktor-faktor non harga telah menjadi semakin penting dalam perilaku pembeli selama ini, harga masih tetap merupakan salah satu unsur terpenting yang menentukan pangsa pasar dan profitabilitas perusahaan. Penentuan harga barang dan jasa merupakan suatu strategi kunci sebagai akibat dari berbagai hal seperti persaingan yang semakin ketat, rendah dan tingginya pertumbuhan ekonomi, dan peluang bagi suatu usaha untuk memantapkan posisinya di pasar. Harga sangat mempengaruhi posisi dan kinerja keuangan, dan juga sangat mempengaruhi persepsi pembeli dan penentuan posisi merek. Harga menjadi suatu ukuran bagi konsumen tatkala ia mengalami kesulitan dalam menilai mutu produk yang kompleks yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Apabila yang diinginkan oleh konsumen adalah barang dengan kualitas atau mutu yang baik, maka tentunya harga barang

tersebut adalah mahal. Sebaliknya apabila yang diinginkan oleh konsumen adalah barang dengan kualitas biasa-biasa saja atau tidak terlalu baik, maka harga barang tersebut adalah tidak terlalu mahal.

Salah satu subsektor usaha yang cukup berkembang di Desa Medan Senembah Kecamatan Tanjung Morawa adalah berbagai pengrajin sapu ijuk. Segmen pasar yang di tuju pada pengrajin sapu ijuk di wilayah ini pada umumnya adalah kelompok masyarakat dengan pendapatan menengah ke bawah. Meskipun tergolong dalam usaha rumahan tentunya setiap pemilik usaha sapu ijuk di Desa Medan Sinembah tentu memiliki tujuan ingin agar usaha terus mengalami perkembangan sehingga dapat terus tumbuh menjadi usaha yang lebih besar namun terkendala dengan teknis penetapan harga yang sesuai atas produk yang dihasilkan.

Setelah dilakukan pengamatan, masalah yang dihadapi para usaha pengrajin saat ini adalah dalam hal penetapan harga jual suatu produk dimana penetapan harga jual ini berkaitan langsung dengan kontinuitas suatu usaha pengrajin terlebih usaha yang tidak ada sumber atau lembaga yang mengatur mengenai harga eceran tertinggi dari suatu produk.

Beberapa permasalahan yang ingin diatasi melalui program ini antara lain:

1. Bagaimana menetapkan harga jual yang terjangkau dengan pangsa pasar yang dituju?

2. Bagaimana membuat membuat suatu harga produk agar mampu bersaing dengan produk lain yang sejenis?
3. Bagaimana mengubah pola berpikir masyarakat pengguna produk bahwa uang yang dikeluarkan untuk membeli produk sudah sebanding dengan manfaatnya?

METODE PELAKSANAAN

Pada program yang akan dilaksanakan untuk penyelesaian permasalahan pada program yang akan dilaksanakan adalah

1. Menganalisis potensi usaha sapu ijuk di Kabupaten/Kota Tanjung Morawa,
2. Memberikan rekomendasi program pengembangan usaha industri sapu ijuk melalui penetapan harga yang sesuai dengan daya beli masyarakat.

Berdasarkan hasil temuan penelitian langsung kondisi mitra adalah sebagai berikut :

- (1) Mitra merupakan kelompok usaha sapu ijuk
- (2) Mitra merupakan industri rumah tangga sehingga produksi tidak optimal (belum memenuhi target) dan industri rumah tangga sapu ijuk masih bersifat sederhana.
- (3) Hasil langsung dijual dipasar (kebutuhan masyarakat sekitar).
Belum ada kegiatan lain yang mengarah pada pemberdayaan masyarakat, khususnya pada kelompok mitra

Prosedur kerja untuk mendukung realisasi solusi yang ditawarkan maka terlebih dahulu melakukan observasi awal pelaku usaha di lapangan, melakukan pendekatan melalui wawancara dan menemukan fenomena permasalahan. Setelah observasi lalu dilakukan pengkajian permasalahan dan menemukan solusi yang hendak ditawarkan, selanjutnya menyusun prioritas tahap-tahap pelaksanaan dan selanjutnya barulah melakukan pengabdian dengan memberikan penyuluhan-penyuluhan. sosialisai teknis penetapan harga jual suatu produk yang baik.

Bentuk dari partisipasi Mitra dalam kegiatan ini adalah berkordinasi dengan Pengabdi dari UMN Al –Washliyah Medan untuk mempersiapkan segala sesuatunya antara lain :

- a. Peserta yang akan mengikuti Kegiatan Sosialisasi ini.
- b. Menyiapkan segala Akomodasi Peserta dan Pengabdi Dengan biaya dari pihak pengabdi dari UMN Al Washliyah Medan.
- c. Menyiapkan Administrasi Persuratan yang diperlukan oleh Pihak Pengabdi.

Evaluasi program pengabdian masyarakat dengan melihat keluaran dan masukan yang dihasilkan dari yang diterapkan dalam kegiatan sosialisasi ini yaitu hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat dimana pelaku usaha mampu menerapkan atau menetapkan harga yang sesuai dengan metode yang disampaikan oleh tim pengabdian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Desa Medan Senembah Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang. Kegiatan ini disambut dengan baik oleh Kepala Desa, aparat desa dan para pemuda di daerah tersebut. Kegiatan ini dihadiri oleh lebih dari 30 orang masyarakat dan diantaranya merupakan para pelaku bisnis yang berdomisili di wilayah tersebut.

Dalam pengabdian masyarakat diharapkan peran pemilik usaha dalam meningkatkan bisnis. Oleh karenanya diharapkan pada era millennial para pemilik usaha sebagai motor kegiatan perekonomian dapat menjadikan bidang kewirausahaan sebagai wadah tempat mengasah kegiatan *entrepreneurship*. Hasil pengabdian kepada masyarakat yang sudah dilakukan yaitu :

1. Adanya dorongan dan kesadaran diri para pengusaha dalam berwirausaha, bahwasannya wirausaha dapat memberikan dampak yang cukup besar untuk keberlangsungan perekonomian di masa mendatang.
2. Pemahaman para pemilik dalam menetapkan harga yang sesuai pada produk yang dihasilkan
3. Pemahaman para pelaku usaha dalam membuat iklan bersponsor di media sosial. Mulai dari tahapan pembuatan akun media sosial, mengolah bahasa dalam menerbitkan iklan bersponsor, menentukan target pasar (seperti usia, lokasi, jenis kelamin, dll), pemilihan daerah domisili iklan yang akan diterbitkan, pemilihan biaya yang akan digunakan dalam beriklan dan menentukan berapa lama iklan akan diterbitkan. Setelah tahap penerbitan iklan melalui media sosial para pelaku usaha juga diajarkan tata cara melayani customer yang datang melalui media sosial mereka sehingga dapat terjalannya pembelian jangka panjang antara konsumen dan para pelaku usaha.
4. Kegiatan pelatihan ini tidak hanya satu arah, tetapi terjadi dua arah dengan adanya sesi diskusi. Diskusi berlangsung setelah penyampaian materi dengan tertib dan terarah.

KESIMPULAN

Terdapat implementasi Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Penjualan yaitu melalui 2 metode: Strategi Penetapan Harga Produk Baru dan Strategi Harga Tunggal. Ada dua strategi pokok yang dapat dilakukan oleh pemilik usaha dalam menetapkan harga produk baru, yaitu: Skimming pricing dan Penetration pricing. Skimming pricing merupakan strategi yang menetapkan harga tinggi pada suatu produk baru. Sedangkan Penetration pricing merupakan strategi penetapan harga yang rendah untuk produk baru. Adapun metode yang kedua adalah Strategi Fleksibilitas Harga, yaitu dalam strategi ini pemilik usaha menetapkan harga tunggal, yaitu membebaskan harga yang sama kepada setiap pelanggan yang membeli produk dengan kuantitas dan kualitas yang sama.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Medan Sinembah Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang telah berjalan dengan lancar, masyarakat khususnya para pemilik usaha sangat antusias terhadap kegiatan

tersebut. Kegiatan ini menambah motivasi dan wawasan pengetahuan dalam berwirausaha dan juga menetapkan suatu harga produk sehingga mampu bersaing dengan pebisnis lainnya. Dengan terselenggaranya kegiatan ini

masyarakat khususnya para pemilik usaha mampu menetapkan metode yang sesuai dengan produk yang mereka hasilkan sehingga memiliki nilai tambah bagi usaha itu sendiri selain memiliki asumsi anggapan yang tepat bagi konsumen pengguna setia produk yang dihasilkan.

REFERENSI

- David, Fred R. (2004). Manajemen Strategis: Konsep-konsep (Edisi Kesembilan). PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kantor Kepala Desa. (2015). Beberapa Industri Kecil dan Menengah wilayah Desa Medan Sinembah 2013. Medan Sinembah. Kantor Kepala Desa
- Teguh, M. (2010). Ekonomi Industri. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Todaro, Michael, P. (2004). Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga, Jilid I. Edisi Kedelapan, Erlangga. Jakarta
- Lubis, Mitra Mustika, Khairul Shaleh, Fatmawaty; Strategi pengembangan Usaha Berdasarkan Analisis Lingkungan Usaha Pada Industri Sapu Ijuk Desa Medan Sinembah Kecamatan Tanjung Morawa. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Vol.22 No. 44 April-Juni 2016 (67-73).