

ANALYSIS OF PRICING STRATEGY AND PRODUCT INNOVATION IN INCREASING SALES (CASE STUDY ON DYMAS KULIT MAGETAN)”

by Titi Rapini

Submission date: 14-Jun-2020 08:17PM (UTC+0700)

Submission ID: 1343494932

File name: 4_ANALYSIS_OF_PRICING_STRATEGY.pdf (376.76K)

Word count: 2481

Character count: 15399



“
*ANALYSIS OF PRICING STRATEGY AND PRODUCT INNOVATION IN
INCREASING SALES (CASE STUDY ON DYMAS KULIT MAGETAN)”*

Luluk Nadiroh, Titi Rapini, Umi Farida

Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Email Korespondensi : luluknadiroh48@gmail.com

ABSTRAK

Perusahaan Dymas Kulit merupakan perusahaan yang membuat usaha kerajinan kulit seperti halnya sepatu dan sandal. Perusahaan ini berlokasi di Jl. Imam Bonjol Magetan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif. Pengumpulan data dengan mengumpulkan data aktual yang relevan atau dua sumber data primer ataupun sekunder yang melalui observasi dan wawancara diperusahaan Dymas Kulit. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi yang digunakan perusahaan Dymas Kulit dalam menetapkan Strategi Harga ada tiga yaitu: Strategi Harga Rendah, Strategi Harga Diskon, Strategi Harga Cuci Gudang. Strategi Inovasi produk yang digunakan perusahaan Dymas Kulit ada dua yaitu: Inovasi bertahap, Inovasi produk. Hambatan-hambatan perusahaan melakukan inovasi itudiantaranya: 1. Biaya yang digunakan untuk berinovasi sangat tinggi, 2. Kurangnya ide yang kreatif, 3. Karyawan yang inovatif tidak memadai. Target pasar yang dibidik oleh Dymas Kulit yaitu Masyarakat menengah kebawah seperti Pegawai Perempuan, Pelajar dan masyarakat umum lainnya

Kata Kunci: Harga, Inovasi Produk dan Penjualan

PENDAHULUAN

Produk di negara Indonesia kini semakin berkembang dengan baik berbagai macam industri mulai menjamur dari industri besar, industri menengah hingga industri kecil dengan banyak berdirinya berbagai industri membawa dampak positif bagi lapangan kerja yang menyerap banyak tenaga kerja serta mengurangi banyaknya pengangguran yang terjadi di Indonesia dengan adanya berbagai industri banyak sekali persaingan yang sengit di antara mereka antara lain dalam masalah produk, harga yang ditawarkan serta berbagai kelebihan/keunggulan yang mereka miliki demi memenuhi kepuasan konsumen dan tentunya bersaing secara sehat serta tidak merugikan orang lain.

Berbagai macam cara dilakukan oleh para marketing demi menarik banyak konsumen antara lain dengan memberikan daya tarik melalui Strategi-strategi yang diterapkan pada perusahaan masing-masing demi lancarnya usaha agar mampu bersaing.

Salah satu strategi pemasaran yang dapat dipilih yaitu strategi harga. Menurut Fandy Tjiptono (2014) Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya pengeluaran. strategi

Selain strategi diatas yang dapat meningkatkan penjualan dalam perusahaan yaitu strategi inovasi produk. Menurut



Griffin, (2004) dalam Rofiyati, (2012:51) Inovasi adalah Usaha yang terkelola dari suatu organisasi untuk mengembangkan produk atau jasa baru, atau kegunaan baru dari produk atau jasa yang ada. Produk yang selalu berinovasi akan menjadi suatu daya tarik untuk para konsumennya dan akan menjadi suatu kesuksesan dan keberhasilan perusahaan tentunya hal ini tidak mudah untuk dilakukan karena harus berupaya se kreatif mungkin agar produk yang dihasilkan tidak mengalami kegagalan.

Peneliti mengambil tempat penelitian di perusahaan DYMAS KULIT Magetan. Dymas Kulit adalah salah satu toko yang menjual kerajinan yang berasal dari Kulit, Dymas Kulit berdiri pada tahun 1998, Dymas Kulit mempunyai 3 cabang di daerah Magetan sendiri yaitu di Jalan Imam Bonjol, Jalan Sawo Selosari dan Jalan Raya Sarangan blok M Candirejo Magetan. Macam dan jenis produk yang dihasilkan meliputi: Sepatu dan Sandal laki-laki maupun Perempuan dengan berbagai macam variasi harga Dymas Kulit memiliki Model, Desain dan Warna yang menarik, hal ini diterapkan sesuai dengan Trend masa kini agar mampu bersaing dengan baik, Dymas Kulit juga menerima pesanan dari konsumen bahkan ada pula konsumen yang membawa contoh gambar sepatu atau sandal yang mereka inginkan untuk dibuatkan dengan model yang sama. Dymas Kulit menerapkan strategi harga yaitu mulai dari strategi harga rendah yang mana harga yang diterapkan rendah dari pada pesaingnya, strategi harga diskon dilakukan hanya untuk pembelian partai besar, dan strategi harga cuci gudang dilakukan pada akhir tahun apabila terdapat barang yang lama tidak terjual.

Berikut ini adalah data penjualan perusahaan Dymas Kulit:

Tabel 1 Data Penjualan Perusahaan DYMAS KULIT

Tahun	Penjualan (Rp)
2013	590.000.000
2014	560.500.000
2015	467.450.000
2016	606.000.700
2017	750.800.000

Sumber : Perusahaan Dymas Kulit

Berdasarkan data diatas Perusahaan Dymas Kulit melakukan strategi inovasi produk agar produk yang dihasilkan tidak kalah dari pesaing-pesaingnya dan dapat meningkatkan penjualannya. Inovasi yang dilakukan yaitu dengan cara mengubah produk lama dengan menambahkan hiasan-hiasan ataupun desain dan warnanya. Selain itu pihak perusahaan juga membuat produk yang belum ada dipasaran.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada Dymas Kulit yang berada di Jln. Imam Bonjol No.27 Magetan, memilih perusahaan Dymas Kulit karena Dymas Kulit merupakan tempat yang menjual kerajinan kulit yang merupakan ciri khas Magetan.

Jenis dan sumber data menggunakan jenis data primer dan sekunder. Data primer dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi dengan mendokumentasikan melalui foto lokasi perusahaan, inventaris perusahaan serta fasilitas pendukung kegiatan pemasaran dan wawancara mengenai macam-macam produk, harga dari produk, strategi



pengembangan produk, strategi distribusi yang diterapkan serta daerah pemasaran. Data sekunder meliputi, gambaran umum perusahaan, struktur organisasi perusahaan, jenis produk yang ditawarkan.

Metode Analisis Data yang digunakan adalah metode deskriptif analisis yang menggambarkan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah unit yang diteliti tanpa mempersoalkan hubungan antar variable dengan pendekatan Kualitatif yaitu teknik pengolahan data yang dilakukan dengan membandingkan antara data yang satu dengan data yang lain untuk mendapatkan kesimpulan dengan dasar teori-teori Strategi Harga dan Strategi Inovasi Produk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1.1 Strategi yang digunakan :

1. Strategi Harga

Strategi harga yang diterapkan di perusahaan Dymas Kulit meliputi:

a. Strategi Harga Rendah

Strategi harga rendah merupakan strategi yang menekankan pada upaya memproduksi produk standart dengan biaya per unitnya rendah.

Strategi harga rendah yang digunakan Dymas kulit ialah strategi dimana harga yang ditetapkan lebih murah dari para pesaing-pesaingnya karena pihak perusahaan tidak mengambil keuntungan yang besar tetapi hanya mengambil keuntungan Rp. 10.000,00- Rp.15.000,00. Biasanya Strategi harga rendah ini disertai dengan produk yang hampir sama dengan toko-toko lain.

b. Strategi Harga Diskon

Strategi harga diskon tersebut digunakan Dymas Kulit hanya untuk Konsumen yang membeli dengan jumlah banyak untuk dijual kembali kepada orang lain atau disebut juga dengan pengecer.

c. Strategi Harga Cuci Gudang

Strategi ini diterapkan dalam perusahaan untuk produk-produk yang sudah lama tersimpan digudang, produk yang lama tidak terjual atau barang yang sudah tidak Update, biasanya strategi ini hanya dilakukan pada akhir tahun.

1.2 Strategi Harga berperan dalam meningkatkan penjualan

Bagi konsumen harga merupakan faktor yang menentukan dalam pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk atau tidak. Dalam hal ini pengaruh dari harga sebuah produk sangat berpengaruh terhadap penjualan. Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal. Pembelian konsumen dipengaruhi oleh suatu barang relatif murah maka memungkinkan angka penjualan pun semakin tinggi dan jika suatu barang relatif mahal maka akan memungkinkan penjualan menjadi rendah (Samhudi 2016).

2. Strategi Inovasi Produk

Adapun Inovasi yang digunakan di Dymas Kulit yaitu :

a. Inovasi bertahap

Menurut Griffin, (2004) dalam Rofiyati, (2012:51) produk, jasa atau teknologi baru yang memodifikasi produk, jasa atau teknologi yang ada.



Dymas Kulit melakukan inovasi didapat serta melakukan perbaikan dari dengan cara menggabungkan produk barang-barang yang telah dihasilkan yang sudah ada dan produk yang baru. sebelumnya dan mewujudkan ide tersebut

b. Inovasi produk dengan membuat produk yang benar-benar

Menurut Griffin, (2004) dalam baru dari hasil pemikirannya.

Rofiyati, (2012:51) Inovasi produk (product innovation) adalah perubahan dalam karakteristik atau kinerja dari produk atau jasa yang ada atau penciptaan dari produk atau jasa yang sama sekali baru.

Tabel 2 Data Penjualan Perusahaan Dymas Kulit

Sumber : Perusahaan Dymas Kulit

Tabel diatas dapat disimpulkan bahwa Perusahaan Dymas Kulit Penjualan pada 5 tahun yang terakhir mengalami dua fase yaitu Kenaikan dan penurunan. Tahun 2014 perusahaan mengalami penurunan yang awalnya penjualan Rp. 590.000.000,00 menjadi Rp. 560.500.000,00 dengan perubahan -5,4% dan pada tahun 2015 juga mengalami penurunan penjualan sebesar Rp. 467.450.000,00 hal ini terjadi karena konsumen mulai bosan dengan produk yang ada. Tahun 2016 mulai mengalami kenaikan penjualan dari tahun 2015 Rp. 467.450.000,00 menjadi Rp. 606.000.700,00 dengan tingkat perubahan dari -19,9 % menjadi 22,86 % hal ini terjadi karena adanya inovasi dalam produknya sehingga konsumen lebih tertarik dengan produknya dan pada tahun 2017 juga mengalami kenaikan sebesar Rp. 750.800.000,00 dengan tingkat perubahan 19,28. Hasil dari analisa penjualan diatas dapat disimpulkan bahwa Inovasi produk dapat mempengaruhi tingkat penjualan suatu perusahaan karena para konsumen akan memilki daya tarik tersendiri apabila produk yang ada unik dan menarik.

Dymas Kulit dalam hal ini menciptakan suatu ide kreatif dari ilmu yang telah

Menurut Nasution (2005:44)

Inovasi produk terdapat 3 macam kategori yaitu:

1. Perluasan Lini Produk yaitu produk-produk yang relatif baru bagi pasar namun tidak baru lagi bagi perusahaan.
2. Me too products adalah produk-produk relatif baru bagi perusahaan namun pasar telah mengenalnya

Tahun	Penjualan (Rp)	Perubahan (%)
2013	590.000.000	-
2014	560.500.000	-5,4%
2015	467.450.000	-19,9 %
2016	606.000.700	22,86 %
2017	750.800.000	19,28%
Rata-rata	594.950.140	

terlebih dahulu.

3. New to the world products
Merupakan produk yang benar-benar baru baik bagi perusahaan maupun pasar.

1.2 Strategi Inovasi berperan dalam meningkatkan penjualan

Inovasi Produk sangat erat kaitannya dengan keberhasilan suatu perusahaan dalam usaha meningkatkan penjualannya. Dengan melakukan inovasi produk maka peluang perusahaan akan semakin besar. Bila pelanggan bertambah maka penjualan akan semakin meningkat (Stanton)



2.1 Hambatan perusahaan dalam melakukan Inovasi

Setiap perusahaan pasti mempunyai hambatan-hambatan tersendiri namun sebagai produsen kita harus pandai mencari solusi atas hambatan tersebut. Banyak rintangan-rintangan yang harus dihadapi dan difikirkan sebaik mungkin, Seperti halnya Dymas Kulit dalam melakukan Inovasi produknya memiliki berbagai hambatan-hambatan yang terjadi pada bisnis yang dijalankannya.

Hambatan-hambatan itu diantaranya:

1. Biaya yang digunakan untuk berinovasi sangat tinggi.
2. Kurangnya ide yang kreatif.
3. Karyawan yang inovatif tidak memadai.

KESIMPULAN

Berdasarkan Penelitian yang telah dilakukan, terdapat kesimpulan dan beberapa saran dari peneliti sebagai berikut:

a. Strategi yang digunakan perusahaan Dymas Kulit dalam menetapkan Strategi Harga ada tiga yaitu:

1. Strategi Harga Rendah

Strategi harga rendah yang digunakan Dymas kulit ialah strategi dimana harga yang di tetapkan lebih murah dari para pesaing-pesaingnya karena pihak perusahaan tidak mengambil keuntungan yang besar tetapi hanya mengambil keuntungan yang cukup. Biasanya Strategi harga rendah ini disertai dengan produk yang hampir sama dengan toko-toko lain.

2. Strategi Harga Diskon

Strategi harga diskon tersebut digunakan Dymas Kulit hanya untuk Konsumen yang membeli dengan jumlah banyak untuk dijual kembali

kepada orang lain atau disebut juga dengan pengecer.

3. Strategi Harga Cuci Gudang

Dymas Kulit juga menerapkan Cuci gudang untuk produk produk yang lama tidak terjual atau barang yang sudah tidak Update, biasanya strategi ini hanya dilakukan pada akhir tahun.

b. Strategi Inovasi produk yang digunakan perusahaan Dymas Kulit ada dua yaitu:

1. Inovasi bertahap

Dymas Kulit melakukan inovasi dengan cara menggabungkan produk yang sudah ada dan produk yang baru.

2. Inovasi produk

Dymas Kulit dalam hal ini menciptakan suatu ide kreatif dari ilmu yang telah didapat serta melakukan perbaikan dari barang-barang yang telah dihasilkan sebelumnya dan mewujudkan ide tersebut dengan membuat produk yang benar-benar baru dari hasil pemikirannya.

Saran

Kesimpulan dari penelitian diatas maka penulis memberi saran pada perusahaan Dymas Kulit untuk tahun-tahun selanjutnya.

Saran tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut :

a. Saran Strategi Harga

1. Strategi Harga Rendah

Strategi ini harus selalu ditetapkan oleh Perusahaan Dymas Kulit, karena dengan adanya strategi ini diterapkan akan menarik hati para konsumen agar terkesan dengan harga yang miring dibandingkan dengan para pesaingnya.

2. Strategi Harga Diskon

Strategi Harga diskon sebaiknya tidak diterapkan untuk



pengecer saja tetapi juga dilakukan untuk konsumen dengan pembelian sedikit agar semakin menarik minat konsumen dalam membeli produknya, apalagi saat ini masyarakat kita terkadang mudah tertarik dengan adanya harga diskon.

3. Strategi Harga Cuci Gudang

Strategi cuci gudang dilakukan Dymas kulit dengan tujuan mengurangi jumlah produk yang sudah lama. Strategi harga cuci gudang sebaiknya selalu diperhatikan dalam menjaga produknya seperti produk yang dijual selalu dibersihkan, menyediakan box khusus untuk barangnya tetapi seharusnya disediakan box yang cukup untuk menampung barang tersebut termasuk hindari box yang sangat minim untuk menampung jumlah yang banyak karena para konsumennya akan malas untuk mencarinya.

Tiga Strategi harga yang diterapkan, peneliti menyarankan agar perusahaan Dymas Kulit dapat menambah strategi lain seperti strategi harga bundel yang mana strategi ini akan mengurangi jumlah produk yang tidak laku terjual dengan cara menggabungkan dua produk yang berbeda dengan harga yang terjangkau untuk strategi ini harus dilakukan dalam hari-hari tertentu seperti Hari raya idul fitri atau yang lainnya.

b. Saran Strategi Inovasi produk

1. Inovasi Produk

Inovasi sangat penting dilakukan di Perusahaan Dymas kulit untuk membuat kesan unik pada produknya yang berbeda dengan yang lain.

Sebaiknya Inovasi yang dilakukan harus bisa memuaskan seperti menambah pernak-pernik di produknya.

2. Inovasi bertahap

Perusahaan Dymas Kulit melakukan inovasi dengan cara menggabungkan produk yang sudah ada dan produk yang baru. Inovasi ini bertujuan untuk memberi kesan yang sedikit nberbeda dengan perusahaan yang lainnya, tetapi dalam hal ini perusahaan belum sepenuhnya dijalankan karena masih ada beberapa barang yang sama dengan perusahaan yang lainnya.

Saran Dymas Kulit untuk kedepannya harus bekerja keras dalam berinovasi, tidak ada salahnya jika produk yang dibuat mirip perusahaan lain tetapi harus menambah sedikit perubahan yang dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Cahyono, Bayu “ Analisis Strategi Penetapan Harga pada Taman Pintar Yogyakarta” „Skripsi Ekonomi, Yogyakarta, Universitas Negeri Yogyakarta, 2014.
- Kotler, P., & Keller, K.L (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketigabelas. Jilid 1. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Marga, Yudhanta “ Strategi Penetapan Harga dalam upaya Meningkatkan Penjualan pada Sepatu Bakti



- Surakarta” Skripsi Ekonomi,
Surakarta, Universitas Sebelas
Maret, 2010.
- Martina, Sopa & Ramdhan (2013)
“ Strategi Inovasi Produk wisata
dalam upaya Meningkatkan Minat
berkunjung wisatawan ke Grama
Tirta Jatiluhur Purwakarta.
- Nasution,H.N.2005.Inovasi Organisasi:
Konsep dan Pengukuran.Usahawan
No. 09 th XXXIV september 2005.
- Rofiaty (2012). Inovasi dan Kinerja :
Knowledge Sharing Behaviour
pada UKM : Cetakan pertama.
Malang : Perpustakaan Nasional
Katalog dalam Terbitan (KDT).
- Sudaryono (2016). Manajemen Pemasaran
Teori dan Implementasi : Edisi 1.
Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Swastha, Basu & Irawan (2008).
Manajemen Pemasaran Modern :
Edisi kedua. Yogyakarta : Penerbit
Liberty Offset - Yogyakarta.
- Santoso, Slamet (2014). *Statistika
Ekonomi Plus Aplikasi Spss* :
Cetakan II. Ponorogo : UNMUH
Ponorogo Press.
- Tjiptono, Fandy (2014). *Strategi
Pemasaran : Edisi III*. Yogyakarta :
Penerbit Andi.

ANALYSIS OF PRICING STRATEGY AND PRODUCT INNOVATION IN INCREASING SALES (CASE STUDY ON DYMAS KULIT MAGETAN)”

ORIGINALITY REPORT

8%

SIMILARITY INDEX

4%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

2%

★ Submitted to Universitas Negeri Jakarta

Student Paper

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On