

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Konteks Penelitian**

Penetapan harga sudah menjadi bagian dari kehidupan ekonomi, terutama di dunia usaha, menjalankan suatu usaha tidak akan bisa lepas darinya. Menetapkan harga terlalu tinggi pada suatu produk akan berdampak pada penjualan dan keuntungan dalam lingkungan bisnis yang selalu berubah. Harga juga menjadi salah satu indikator bagi konsumen untuk menentukan pilihan melakukan pembelian atau tidak. Untuk menghindari hal ini, suatu usaha harus memiliki strategi penetapan harga untuk tetap berada di pasar dan memenangkan persaingan.<sup>1</sup>

Perusahaan harus dapat bertahan hidup dan meningkatkan keunggulannya dalam persaingan global dengan berkembang menjadi bisnis regional dan global. Salah satu masalah yang sering dihadapi oleh bisnis adalah pertumbuhannya selalu melampaui tujuan yang telah ditetapkan, yang menyebabkan ketidakpastian yang menyulitkan untuk mempertahankan kehidupan perusahaan. Perusahaan hanya dapat mencapai tujuan dan sasarannya jika memiliki keunggulan bersaing yang tepat dan berkelanjutan. Perusahaan harus mempertahankan persaingan dengan membuat strategi dan menerapkannya secara langsung. Strategi yang dipilih oleh perusahaan akan berbeda dengan perusahaan lainnya, karena masing-masing perusahaan memiliki keunikan yang berbeda-beda, sehingga keputusan yang baik di satu perusahaan belum tentu juga baik pada perusahaan lainnya. Untuk mencapai hal ini, analisis yang

---

<sup>1</sup> Maharani Vinci, Manajemen Bisnis Eceran, (Bandung: Sinar Baru Algesindo, 2015), 129

tepat harus dilakukan, dimulai dengan mengidentifikasi elemen internal dan eksternal yang mendukung perusahaan, memperkuat organisasi, dan meningkatkan kemampuan kepemimpinan bisnis.<sup>22</sup>

Harga adalah jumlah uang yang dibayarkan untuk barang atau jasa. Harga juga dapat diartikan sebagai jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan barang atau jasa tersebut. Saat menetapkan harga, pedagang mempertimbangkan banyak faktor, termasuk kondisi ekonomi, elastisitas harga, tujuan bisnis, aspek hukum dan etis, bauran pemasaran, ukuran bisnis, dan persaingan. Kondisi ekonomi secara makro sangat mengganggu perusahaan dalam menetapkan harga, karena disaat bahan baku naik, daya beli masyarakat turun sedangkan perusahaan harus menentukan harga baru akibat dari kenaikan bahan baku tersebut. Alasan lain, di antaranya adalah penipuan dan informasi yang tidak merata, transparansi yang rendah, perairan harga yang disebabkan oleh praktek monopoli dan persaingan tidak sehat, dan penyalahgunaan kelemahan konsumen, seperti SDM yang lemah, pekerja yang tidak terpelajar, atau keadaan konsumen yang terdesak untuk memenuhi kebutuhan mereka.<sup>3</sup>

Dengan demikian, penelitian ini mengangkat sebuah UMKM Studio Foto yang masyarakat tentu tidak asing dengan apa itu Studio Foto. Salah satu studio foto yang populer di Kota Kediri yaitu Studio Foto “4 Warna” Kota Kediri. Studio Foto “4 Warna” adalah salah satu tempat yang menyediakan layanan jasa yang bergerak di bidang fotografi. Berdiri sejak Januari 2015, Studio Foto “4 Warna” ini menyediakan layanan jasa berupa layanan jasa foto

---

<sup>2</sup> Ibid, hal.130

<sup>3</sup> Ali Hasan. Marketing, (Yogyakarta: Media Pressindo, 2016), 304

*Prewedding, Wedding, Single, Couple, Group & Family.*

Bauran pemasaran pada perusahaan jasa adalah pengembangan dari teori bauran pemasaran. Bauran pemasaran hanya mencakup 4P, yaitu : *Product, Price, Place, dan Promotion.* Sedangkan untuk perusahaan jasa para ahli pemasaran menambahkan 3 unsur, yaitu : *People, Process, dan Physical Evidence.*<sup>4</sup>

Studio foto “4 Warna” ini menetapkan harga atas produk/jasa nya berbeda – beda tergantung pada paket yang diambil, semakin lengkap fasilitas yang didapatkan semakin banyak biaya yang dikeluarkan. Selain itu target pasar setiap *vendor* foto selalu berbeda – beda, ada yang mengambil harga dengan standar menengah ke bawah maupun menengah ke atas semua itu disesuaikan kembali dengan peralatan yang dimiliki tentunya. Studio foto ini menjadi lebih ramai setiap harinya saat bulan pernikahan yang biasanya pada bulan Syawal setelah bulan Ramadhan maupun saat wisuda sekolah/kampus ataupun berbagai *event* lainnya. Berikut adalah perbedaan unit usaha studio foto berdasarkan teori bauran pemasaran:

**Tabel 1.1 Perbandingan Studio Foto Berdasarkan Teori Bauran Pemasaran**

No.	Studio Foto	4WarnaPhotography	GreatdayPictures	Berdua Pictures
1.	<b>Product dan Price</b>  Produk Paket Jasa Dokumentasi Wedding dan Harga	Paket Full Day  Standar : Rp2.500.000 Premium : Rp4.000.000 Paket Half Day Standar : Rp1.500.000 Premium : Rp3.000.000 Video Cinematic : Rp1.500.000	Paket Diamond : Rp 3.500.000  Paket Platinum : Rp 3.000.000 Paket Gold : Rp 2.250.000 Paket Silver : Rp1.500.000	Paket Platinum : Rp 2.750.000  Paket Gold : Rp 2.000.00 Paket Silver : Rp 1.250.000

<sup>4</sup> Ali Hasan. *Marketing*, (Yogyakarta: Media Pressindo, 2016), 304

		Video Dokumentasi : Rp 1.000.000		
2.	<b>Place dan Physical evidence</b>  Alamat/ Desain Tempat Usaha	Jalan Penanggungan No. 9B Kec. Mojaroto Kota Kediri  Studio cukup luas dan bersih, terdapat 3 ruangan studio, tempat parkir yang luas.	Jalan Veteran Gang 5 No. 11 Kec. Mojaroto Kota Kediri  Studio tidak begitu luas namun tergolong bersih, terdapat 3 ruangan studio, tempat parkir yang sempit	Jl. Kopen Ds.Semen Kec. Semen Kab.Kediri  Studio sangat kecil namun cukup bersih, belum terdapat ruangan untuk studio, tempat parkir yang tidak luas.
3.	<b>People</b>  Alat dan Jumlah karyawan	Peralatan yang lengkap, jumlah pekerja 7 orang yang meliputi admin, fotografer, dan memiliki freelance sebanyak 5 Orang	Peralatan yang tidak terlalu lengkap, jumlah pekerja 5 orang meliputi admin, fotografer videographer, terdapat freelance sebanyak 2 Orang	Peralatan yang tidak terlalu lengkap, jumlah pekerja 3 orang termasuk fotografer dan editor
5.	<b>Promotion</b>  Promosi	Melalui sosial media Instagram, Facebook, Whatsapp, melalui mulut ke mulut, maupun bekerjasama dengan sekolah tertentu	Melalui mulut ke mulut, media sosial Instagram dengan memanfaatkan fitur promosi, dan whatsapp, dan bekerjasama dengan vendor lain	Melalui mulut ke mulut, menggunakan media social Instagram dengan beberapa akun untuk berbagai kategori
6.	<b>Process</b>	Jam buka setiap hari dan hari libur tetap buka (jam 09.00 – 21.00), Kunjungan konsumen 50 orang/bulan	Jam buka setiap hari dan hari libur tetap buka (jam 09.00 – 21.00), 20 orang/bulan	Jam buka setiap hari dan hari libur tetap buka (jam 09.00 – 21.00), 10 orang/bulan

(Sumber : Studio Foto 4 Warna, Greatday & Berdua Pictures)

Berdasarkan data tabel diatas, peneliti mengambil 3 sampel *vendor* fotografi yang ada di kota Kediri. Pengambilan sampel tersebut sudah peneliti rangkum dari banyaknya *vendor* fotografi di kota Kediri dengan melihat pasar yang dituju yakni menengah kebawah, menengah maupun menengah keatas. Dan dari tabel tersebut yang banyak diminati oleh konsumen dilihat dari rata – rata pembeli adalah “4 Warna *Photography*”. Harga paket *wedding* yang bervariasi, peralatan yang lengkap, benefit yang didapat dan serta jam terbang seluruh fotografer di “4 Warna” jadi bahan pertimbangan konsumen dalam

memilih *vendor* dokumentasi mereka. Studio 4 Warna Photography menunjukkan penerapan 7 P pada bauran pemasaran lebih baik dari pada kedua studio lainnya.

Maka peneliti memilih studio foto “4 Warna” *Photography* sebagai tempat penelitian guna mengetahui strategi penetapan harga yang dilakukan oleh studio foto tersebut khususnya terkait meningkatkan penjualan dalam perspektif ekonomi Syariah. Menurut Al-Ghazali mengenai harga yang berlaku ditentukan dari praktik pasar, konsep ini yang dikenal sebagai *at-tsaman al adil* atau harga yang adil atau *equilibrium price* dikalangan ilmuwan kontemporer.<sup>5</sup>

Kemudian peneliti melakukan observasi awal dengan mengambil data penjualan yang didapat sebelum dan sesudah penetapan harga. Pengambilan sampel diambil dari harga paket wedding tahun 2022 dan 2023.

**Tabel 1.2 Perbandingan Jumlah Pembeli Tahun 2022 dan 2023**

No.	Harga Sebelum	Jasa yang diberikan	Jumlah pembeli/thn	Harga Sesudah	Jasa yang diberikan	Jumlah pembeli/thn
1.	Paket FullDay Standar : Rp 1.750.000 Premium : Rp 2.500.000	2 fotografer dengan benefit all file copy berupa CD dan cetak 10RS Lembar	148 Konsumen	Paket FullDay Standar : Rp 2.500.000 Premium : Rp 4.000.000	2 fotografer dengan benefit cetak 12RS 2 lembardan 10RS 3 lembar, 1 album foto 20 halaman, dan 1 cd all copy	267 Konsumen

(Sumber : Studio Foto 4 Warna Kota Kediri)

Dari data yang diperoleh pada tabel diatas, ada kebijakan perubahan harga paket full day pada tahun 2022 dan tahun 2023 mengalami kenaikan. Kenaikan harga tersebut juga jasa yang diterima oleh konsumen juga meningkat. Berdasarkan observasi dampak dari penetapan harga tersebut terdapat jumlah

<sup>5</sup> Adiwarman Azwar Karim, Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam, (Jakarta:Raja Grafindo, 2014), hlm. 235

konsumen yang naik atas harga yang ditetapkan. Dengan memperbanyak benefit dan peralatan yang mumpuni dari tahun ke tahun serta pengalaman fotografer/videographer maka banyak konsumen yang memilih “4 Warna” *Photography* sebagai vendor dokumentasi khususnya di sektor Wedding. Uraian tersebut dapat dijabarkan pada tabel berikut ini:

**Tabel 1.3 Implementasi Strategi Penetapan Harga Pada 4 Warna Photography**

No.	Indikator Strategi Penetapan Harga	Implementasi Penetapan Harga
1.	Keterjangkauan harga	Harga yang ditetapkan masih setara dengan studio lainnya.
2.	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Jasa yang diterima oleh konsumen juga meningkat, yaitu adanya tambahan output yang diterima yaitu cetak 12R, album foto dan CD.
3.	Daya saing harga	Walaupun harga yang ditetapkan masih setara dengan studio lainnya, akan tetapi peralatan yang digunakan telah menggunakan peralatan yang modern dan baru.
4.	Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga sudah sesuai dengan adanya peningkatan output yang diterima dibandingkan dengan harga sebelumnya dan peralatan yang digunakan juga sudah peralatan yang baru.

Sumber; Observasi lapangan

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti tertarik untuk mengajukan penelitian yang berjudul “Strategi Penetapan Harga Studio Foto Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus Studio Foto 4 Warna *Photography* Kota Kediri)”.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian diatas, maka fokus penelitiannya adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi penetapan harga dalam meningkatkan volume penjualan pada studio “4 Warna”?
2. Bagaimana strategi penetapan harga studio “4 Warna” dalam meningkatkan volume penjualan perspektif ekonomi Syariah?

### **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi penetapan harga untuk meningkatkan volume penjualan pada studio “4 Warna”.
2. Untuk mengetahui bagaimana strategi penetapan harga untuk meningkatkan volume penjualan perspektif ekonomi syariah pada studio “4 Warna”.

### **D. Manfaat Penelitian**

Berikut adalah manfaat dari penelitian skripsi ini :

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi akademisi untuk penelitian yang serupa di waktu mendatang. Mereka juga diharapkan dapat memperluas pengetahuan dan membantu mengembangkan ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari di perguruan tinggi

2. Secara Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini akan memberikan informasi bagi masyarakat yang belum tahu tentang Studio Foto dan menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku usaha untuk memulai usaha di bidang dokumentasi fotografi dan videografi serta memberikan pengetahuan bagi akademisi untuk penelitian lanjutan. Selain itu, hasil penelitian ini akan memberikan wawasan tambahan bagi penulis dan peneliti.

### **E. Penelitian Terdahulu**

Sebagai pembanding dan referensi atau acuan penelitian, maka peneliti membutuhkan beberapa penelitian yang telah dilakukan terlebih dahulu dengan permasalahan atau pembahasan yang relevan dengan apa yang akan peneliti

lakukan. Penelitian tersebut antara lain :

1. Skripsi yang ditulis oleh Ayu Nurhayati Mahasiswa IAIN Kediri pada tahun 2019 yang berjudul “Strategi Penetapan Harga Pada Jasa Penitipan Anak di *Baby Care* LPIT Nurul Izzah Gurah Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam”, fokus penelitian ini adalah penetapan harga di *Baby Care* LPIT Nurul Izzah Gurah. Penelitian ini memanfaatkan metode kualitatif dengan mempertimbangkan hubungan sebagai dasar penetapan harga. Temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi penetapan harga tersebut didesain untuk saling mendukung, tanpa menimbulkan kerugian bagi pihak manapun.
2. Skripsi yang ditulis oleh Alfi Hidayat Mahasiswa IAIN Kediri tahun 2020 yang berjudul “Pengaruh Harga Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Jaket *Hoodie* (Studi Pada *Glory Outfit* Blitar)”, penelitian ini menunjukkan adanya dua strategi penetapan harga, yaitu melalui pengenalan produk baru dengan model terbaru di toko dan melalui penerapan harga tunggal sebesar 35.000 untuk memberikan pelanggan harga terendah. Analisis ekonomi Syariah terhadap strategi penetapan harga untuk meningkatkan penjualan dilakukan dengan merujuk pada ayat Al – Quran yang sesuai prinsip syariat Islam. Strategi penetapan harga ini didasarkan pada petunjuk Al – Quran, hadis, dan pandangan beberapa ulama terkait penetapan harga yang diadopsi oleh masyarakat setempat. Semua ini dilakukan dengan tujuan agar pembeli dan penjual saling mendukung tanpa merugikan pihak satu sama lain.
3. Skripsi oleh Muhammad Ismail Ali Serunting Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang tahun 2017 yang berjudul “Strategi

Penetapan Harga ATK CV. Putra Pelangi Berkah Menurut Perspektif Ekonomi Islam”, penelitian ini mengkaji penetapan harga ATK dari sudut pandang ekonomi syariah. Temuan dari penelitian bahwa penetapan harga terdapat standar harga yang berlaku di pasaran dan sesuai dengan prinsip ekonomi Islam, di mana keuntungan dapat diperluas tanpa menghambat pilihan pembeli dan berdasarkan kesepakatan bersama. Ini sesuai dengan teori ekonomi Islam bahwa penetapan harga bertujuan untuk menjaga stabilitas harga demi kepentingan masyarakat.

4. Skripsi oleh Lativa Dwi Septianisya Mahasiswa IAIN Kediri tahun 2019 yang berjudul “Peran Harga Terhadap Keputusan Pembelian Beras (Studi Pada Kios Bapak Samadun Di Pasar Ngadiluwih)”, penelitian ini berfokus pada preferensi pembelian beras di kios milik Bapak Samadun di Pasar Ngadiluwih. Temuan penelitian menunjukkan bahwa harga beras di kios Bapak Samadun tergolong dalam kategori ekonomis, dan pilihan pembelian beras di kios tersebut dikatakan sangat tinggi.
5. Skripsi oleh Ahmad Ridwan Mahasiswa Universitas Negeri Islam Sultan Syarif Kasim tahun 2020 yang berjudul “Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan D’Ratu *Fashion* Jalan Cipta Karya Sidomulyo Bar Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”, fokus dari penelitian ini adalah mencari metode penetapan harga yang efektif untuk meningkatkan penjualan di D’Ratu Fashion Pekanbaru.