

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Penetapan harga atau *pricing* merupakan salah satu strategi utama dalam pemasaran, karena berperan penting dalam menghadapi persaingan yang intens dan menjadi sarana bagi suatu bisnis untuk menentukan posisinya di pasar.¹ Harga memegang peranan krusial dalam mempertahankan sekaligus memperkuat posisi perusahaan di pasar, yang terlihat dari besarnya pangsa pasar yang dimiliki.² Selain itu, strategi harga yang tepat juga berkontribusi pada peningkatan penjualan serta keuntungan perusahaan.³ Strategi penetapan harga adalah salah satu upaya untuk mencapai profitabilitas.⁴ Dalam menetapkan harga sebuah produk, perusahaan sebaiknya menjalankan enam tahapan utama, yaitu menetapkan tujuan penetapan harga, menganalisis permintaan pasar, menghitung biaya produksi, menilai kondisi persaingan, menentukan pendekatan penetapan harga, serta menetapkan harga akhir yang akan diterapkan.⁵

¹ Sulistyowati, 'Pengelolaan Peternakan Ayam Ras Petelur Dalam Meningkatkan Pendapatan Ditinjau', *Journal Of Management And Sharia Business*, 2.2 (2022), 166–89 <<https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Muraqobah/Article/Download/281/219/900>>.

² Anwar Sodik Sulistyowati, Basma Eno Ketherin, Amalia Anjani Arifiyanti, 'Analisa Segmentasi Konsumen Menggunakan Algoritma K-Means Clustering', *Sains Dan Teknologi Terapan*, 2018, 51–58 <<https://jurnal.wicida.ac.id/index.php/Sebatik/Article/Download/1991/725/7142>>.

³ Mega Putri Ardianti Sulistyowati, 'Strategi Pengembangan Wisata Edukasi Perspektif Manajemen Syariah (Studi Pada Base Farm Kwt Bangun Sejahtera Burengan Kota Kediri)' *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 3.1 (2024), 67–78 <<https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Proceedings/Article/View/1794>>.

⁴ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, Dan Strategi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2018).

⁵ Mohammad Suyanto, *Marketing Strategy*, Yogyakarta (Andi, 2018) 123.

Dengan demikian, harga turut menentukan tingkat daya saing perusahaan serta kemampuannya dalam menarik dan memengaruhi keputusan konsumen.⁶ Penetapan harga yang terlalu tinggi dapat menurunkan volume penjualan, sedangkan harga yang terlalu rendah berisiko mengurangi margin keuntungan dan nilai penjualan secara keseluruhan.⁷ Penetapan harga memiliki peran penting dalam membantu perusahaan mencapai target dan tujuan penjualannya. Keberhasilan dalam meraih tujuan tersebut hanya dapat dicapai apabila perusahaan memiliki keunggulan kompetitif. Oleh karena itu, membangun keunggulan tersebut harus dilakukan secara strategis, berkesinambungan, dan mempertimbangkan berbagai faktor yang memengaruhi dinamika persaingan. Perusahaan juga perlu merancang dan menjalankan strategi yang sesuai untuk bertahan dan bersaing di pasar.

Dalam hal penetapan harga, perusahaan sebaiknya menentukan harga yang mendekati harga dari pesaing utamanya, terutama jika pesaing tersebut dianggap sebagai kompetitor utama di pasar.⁸ Apabila kualitas produk atau layanan yang ditawarkan melebihi kualitas milik pesaing, maka perusahaan memiliki peluang untuk menetapkan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan pesaing tersebut.⁹ Namun, apabila kualitas yang ditawarkan lebih rendah dibandingkan dengan pesaing, maka sebaiknya perusahaan menetapkan

⁶ Yeni Sintya Wati, M Soleh Mauludin, and Sidanatul Janah, Pengembangan Usaha Berbasis Ramah Lingkungan Berdasarkan Konsep Triple Bottom Line (Studi Kasus Batik Lochantara)', *'Istihmar : Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, 8 (1) (2024), pp. 12–24.

⁷ Agusra, 'Penetapan Harga Jual Pada Bofet Martabak Kubang Wadesta Bandar Buat', (*Skripsi: Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat*, 2022).

⁸ Lukman Hidayat and Suhandi Halim, "Analisis Biaya Produksi Dalam Meningkatkan Profitabilitas Perusahaan," *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 1, no. 2 (2013): 159–68, <https://doi.org/10.37641/jimkes.v1i2.263>.

⁹ Eva Yuniarti Utami and others, 'Strategi Penetrasi Pasar Global: Eksplorasi Bibliometrik Tentang Pemasaran Internasional, Mode Masuk Pasar, Dan Strategi Ekspor', *Jurnal Bisnisan : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5.2 (2023), 25–38, Doi:10.52005/Bisnisan.V5i2.155.

harga yang lebih rendah guna tetap bersaing di pasar.¹⁰ Hal ini dikarenakan penetapan harga (*pricing*) merupakan satu-satunya sumber keuntungan pada suatu bisnis.¹¹

Selain itu dalam fiqih Islam dikenal dua istilah berbeda mengenai harga suatu barang, yaitu *As-ṣamandan As-si'r*. *As-ṣaman* adalah patokan harga suatu barang, sedangkan *As-si'r* adalah harga yang berlaku secara aktual di dalam pasar. Ulama fiqih membagi *As-si'r* menjadi dua macam. Pertama, harga yang berlaku secara alami, tanpa campur tangan pemerintah. Dalam hal ini, pedagang bebas menjual barang dengan harga yang wajar, dengan mempertimbangkan keuntungannya. Pemerintah, dalam harga yang berlaku secara alami, tidak boleh campur tangan, karena campur tangan pemerintah dalam kasus ini dapat membatasi kebebasan dan merugikan hak para pedagang ataupun produsen. Kedua, harga suatu komoditas yang ditetapkan pemerintah setelah mempertimbangkan modal dan keuntungan wajar bagi pedagang maupun produsen serta melihat keadaan ekonomi yang riil dan dayabeli masyarakat. Penetapan harga pemerintah dalam pemerintah ini disebut dengan *At-tas'ir Al-jabbari*.¹²

Adapun hadits Rasulullah SAW yang berkaitan dengan penetapan harga adalah suatu riwayat dari Anas bin Malik:¹³

¹⁰ *Ibid.*, 127.

¹¹ Liana Nawangsari, 'Analisis Penetapan Harga Jual Produk Dalam Meningkatkan Laba Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Legian Resto Jember', (*Skripsi: Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Pembangunan Jember*, 2016), 1–23.

¹² Setiawan Budi Utomo, *Fiqih Aktual (Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer)*, (Jakarta: Gema Insani, Tt), 90.

¹³ Syaikh Prof. Dr. Kholid Bin 'Ali Bin Muhammad Al Musyaiqih, *Al Mukhtashor Fil Mu'amalat*, Terbitan Maktabah Ar Rusyd, Cetakan Tahun 1431, 25-26.

عَنْ قُتَيْبَةَ ، وَثُبَيْتٍ ، وَوُحَيْدٍ ، عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ ، قَالَ: غَلَا السُّعْرُ بِالْمَدِينَةِ عَلَى
 عَهْدِ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ ، فَقَالَ النَّاسُ : يَا رَسُولَ اللَّهِ ، غَلَا السُّعْرُ ،
 فَسَعَّرْنَا ، فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّزَّاقُ ، إِنِّي لأَرْجُو أَنْ أَلْقَى اللَّهَ ، عُرٌّ
 وَجَلٌّ ، وَلَيْسَ أَحَدٌ مِنْكُمْ بِطَلَبِي َبِظُلْمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ.

Diriwayatkan dari Anas RA, pernah terjadi pada masa rasulullah saw, harga-harga barang naik di kota madinah, kemudian para sahabat meminta rasulullah saw menetapkan harga. Maka rasulullah bersabda: *sesungguhnya allah swt dzat yang maha menetapkan harga, yang maha memegang, yang maha melepas, dan yang memberikan rezeki. Aku sangat berharap bisa bertemu allah swt tanpa seorang pun dari kalian yang menuntutku dengan tuduhan kedzaliman dalam darah dan harta.*

Hadits di atas dijadikan dalil oleh para ulama tentang larangan pematokan harga barang di pasaran, karena dianggap perbuatan zalim atas kebebasan harta. Membatasi harga berarti meniadakan kebebasan tersebut. Pematokan harga tersebut membahayakan, bahkan termasuk sangat membahayakan umat dalam keadaan perang maupun damai. Pematokan harga tersebut membahayakan kerusakan dan mempengaruhi produksi, bahkan juga dapat menyebabkan krisis (resesi) ekonomi.¹⁴ Dalam hal ini penetapan harga harus memperhatikan hal-hal yang mana yang dilarang dan mana yang tidak dalam hukum Islam.

¹⁴ An-Nabhani, *Membangun Sistem Ekonomi Alternatif*, Ramadhani, Solo, 2000. 213

Profitabilitas merupakan bagian yang dipakai guna mengukur keberhasilan sebuah bisnis karena modal yang dimanfaatkan dengan efektif menghasilkan keuntungan yang diharapkan. Tingkat profitabilitas lebih utama dari pada laba.¹⁵ Hal itu dikarenakan, laba yang diperoleh perusahaan itu besar menunjukkan bahwa kinerja yang diterapkan oleh perusahaan berjalan dengan baik. Profitabilitas mempunyai arti penting bagi sebuah usaha untuk mempertahankan kelangsungan bisnis dalam jangka panjang, karena profitabilitas menjadi petunjuk apakah bisnis tersebut memiliki prospek yang baik untuk masa depan.¹⁶ Profitabilitas merujuk pada kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Tanpa keuntungan, bisnis akan sulit mendapatkan modal dari luar. Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur bagaimana penggunaan aset atau ekuitas menghasilkan laba finansial.

¹⁵ Hery, *Analisis Laporan Keuangan*, Jakarta (PT. Grasindo, 2018).

¹⁶ Soni Maulana Ahmad And Sulistyowati Sulistyowati, 'Pemberdayaan Masyarakat Budidaya Maggot Bsf Dalam Mengatasi Kenaikan Harga Pakan Ternak', *Journal Of Empowerment*, 2.2 (2021), 243 Doi:10.35194/Je.V2i2.1763.

Tabel 1. 1 Daftar beberapa usaha dagang grosir makanan hewan dan peningkatan profitabilitas pada Tahun 2021-2023 di Kota Kediri

No	Nama Usaha Dagang	Alamat	Strategi Harga	Data Peningkatan pada Tahun 2021-2023			Persentase Kenaikan
				Thn	Penjualan	Profitabilitas	
1.	UD. Ava Jaya Bird and Petshop	Jl. Mojoroto Gang IV No. 49, Mojoroto, Kecamatan Mojoroto, Kota Kediri	a. Strategi penetrasi harga: Menetapkan harga produk 5% lebih murah dari kompetitor b. Strategi fleksibilitas harga (retail & grosir): - Harga beda untuk jumlah pembelian dan jenis pelanggan - Harga lebih murah untuk pembelian grosir c. Strategi diskon/promosi harga: <i>free</i> ongkir, tester gratis untuk pelanggan baru, dukungan pemasaran seperti banner dan <i>merchandise</i> d. Strategi harga berbasis biaya (<i>Cost-Based</i>): Menghitung <i>mark up</i> berdasarkan HPP, margin 5%	2021	Rp. 159.658.876	Rp. 59.934.287	42,93%
				2022	Rp. 174.834.567	Rp. 69.968.346	
				2023	Rp. 207.936.000	Rp. 84.000.000	
2.	UD. Pakan Pak Eko	Jl. Dandangan, Kecamatan Kota, Kota Kediri	a. Strategi penetrasi harga: Menetapkan harga produk 8% mengikuti pasar b. Mengguakan strategi Fleksibilitas Harga (retail & grosir) dengan memberikan harga tunggal untuk pembelian retail dan grosir c. Strategi promosi harga dengan memberikan <i>free</i> ongkir hanya di wilayah kota kediri saja.	2021	Rp. 147.575.685	Rp. 49.687.287	30,15%
				2022	Rp. 163.768.986	Rp. 58.677.320	
				2023	Rp. 197.632.525	Rp. 64.675.659	
3.	UD. Tani Jaya Petshop	Desa Bawang, Kecamatan Pesantren, Kota Kediri	a. Strategi penetrasi harga: Menetapkan harga produk 8% mengikuti pasar b. Mengguakan strategi Fleksibilitas Harga (retail & grosir) dengan memberikan harga tunggal untuk pembelian retail dan grosir	2021	Rp. 154.630.675	Rp. 57.934.287	32,31%
				2022	Rp. 166.698.673	Rp. 63.675.852	
				2023	Rp. 200.086.126	Rp. 76.657.778	
4.	UD. Kaki Empat	Jl. Tembus Kaliombo, No. 16a, Kaliombo, Kecamatan Kota, Kota Kediri	a. Mengguakan strategi fleksibilitas harga (retail & grosir) dengan memberikan harga tunggal untuk pembelian retail dan grosir. b. Strategi promosi harga dengan memberikan <i>free</i> ongkir dengan minimal pembelian Rp. 4.000.000 pendistribusian hanya di sekitar wilayah kediri.	2021	Rp. 150.630.675	Rp. 50.934.287	36,75%
				2022	Rp. 170.698.673	Rp. 60.675.852	
				2023	Rp. 190.086.126	Rp. 69.657.778	
5.	UD. Dunia	Jl. Soekarno Hatta, No. 68,	Hanya mengguakan strategi fleksibilitas harga (retail & grosir)	2021	Rp. 145.630.675	Rp. 45.934.287	

	Satwa	Tepus, Sukorejo, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Kediri.	dengan memberikan harga tunggal untuk pembelian retail dan grosir	2022	Rp. 165.698.673	Rp. 55.675.852	40,16%
				2023	Rp. 195.086.126	Rp. 65.657.778	

Sumber : Hasil observasi lapangan (pada tanggal 17 September 2024).¹⁷

Seiring dengan pesatnya perkembangan industri *petshop*, permintaan konsumen terhadap produk juga mengalami peningkatan yang signifikan. Industri ini dianggap sebagai salah satu sektor yang menjanjikan karena permintaan akan makanan hewan terus meningkat seiring dengan pertumbuhan populasi hewan peliharaan di seluruh dunia. Penetapan harga yang tepat dapat mempercepat peningkatan keuntungan seiring dengan bertambahnya volume penjualan.¹⁸ Dengan banyaknya persaingan di industri *petshop*, konsumen memiliki berbagai pilihan untuk memilih harga yang lebih murah, sehingga usaha seperti UD. Ava Jaya *Bird and Petshop* yang beralamat di Jl. Mojoroto Gang IV No. 49, Kecamatan Mojoroto, Kota Kediri. Fokus utama adalah menjaga kestabilan harga agar konsumen merasa harga yang ditawarkan terjangkau, sehingga mereka terdorong untuk melakukan pembelian ulang atau *repurchase*.

Industri makanan hewan di Indonesia memiliki prospek yang sangat menjanjikan dalam beberapa tahun ke depan. Hal ini disebabkan oleh pertumbuhan pasar yang konsisten, di mana nilai pasar makanan hewan peliharaan di Indonesia mencapai USD 370,6 juta pada tahun 2021 dengan tingkat pertumbuhan tahunan gabungan (CAGR) sebesar 24,7% sejak 2016.¹⁹

Peningkatan jumlah pemilik hewan peliharaan, terutama kucing dan anjing,

¹⁷ Hasil observasi lapangan pada tanggal 17 September 2024.

¹⁸ Sulistyowati, 'Analisi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Gojek Di Kota Semarang', *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Manajemen*, 1.3 (2022), 119–27 <<https://Journal.Unimar-Amni.Ac.Id/Index.Php/Ebismen/Article/View/73>>.

¹⁹ Euromonitor International, "Pet Care in Indonesia," 2022, <https://cacaflymetrodata.com/pet-food-in-indonesia-facing-huge-increment-in-post-pandemic-era>.

turut mendorong lonjakan permintaan terhadap produk makanan hewan yang berkualitas dan bergizi.²⁰ Selain itu, sekitar 95% produk makanan hewan di Indonesia masih berasal dari impor, yang menunjukkan adanya peluang besar bagi pelaku usaha lokal untuk mengembangkan produksi sendiri dengan memanfaatkan bahan baku lokal yang melimpah.²¹ Kesenjangan antara kebutuhan pasar dan pasokan domestik inilah yang menciptakan ruang inovasi dan perluasan pasar bagi industri lokal. Di sisi lain, tren global seperti halal makanan hewan, *grain-free*, *plant-based*, dan produk organik mulai diminati oleh konsumen Indonesia yang semakin sadar akan kesehatan dan keberlanjutan.²² Ditambah lagi, saluran distribusi yang semakin luas melalui *e-commerce*, *marketplace*, serta pertumbuhan petshop di berbagai daerah turut mendukung kemudahan akses masyarakat terhadap produk-produk makanan hewan. Karena bersifat konsumsi rutin, produk ini memiliki karakteristik repeat order yang tinggi, sehingga memberikan stabilitas pendapatan bagi pelaku usaha. Dengan dukungan strategi pemasaran yang tepat dan kemampuan memenuhi preferensi lokal, bisnis makanan hewan sangat berpotensi menjadi sektor usaha yang menguntungkan dan berkelanjutan.

Dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa terdapat lima usaha dagang grosir makanan hewan di wilayah Kota dan Kabupaten Kediri yang mengalami peningkatan profitabilitas selama periode tahun 2021 hingga 2023. Masing-masing usaha menerapkan strategi harga yang bervariasi, mulai dari strategi

²⁰ Y. Hadi, S. P., & Martindasari, "Tren Pertumbuhan Produk Pet Food Di Indonesia Dan Dampaknya Terhadap Ketahanan Pangan," *Jurnal Agribisnis Peternakan* 10, no. 1 (2021): 45–52.

²¹ T Damayanti, "Analisis Strategi Pengembangan Industri Pet Food Di Indonesia" (Prosiding Seminar Nasional Agroindustri dan Teknologi, IPB University, 2020).

²² R Harahap, A., & Yuniarti, "Perubahan Perilaku Konsumen Pet Food Di Era Modern: Peluang Untuk Inovasi Produk Lokal," *Jurnal Inovasi Pangan Dan Gizi* 6, no. 2 (2022): 73–80.

penetrasi harga, fleksibilitas harga, strategi promosi, hingga strategi harga berbasis biaya (*cost-based pricing*). Dari kelima usaha tersebut, UD. Ava Jaya *Bird and Petshop* menunjukkan penerapan strategi harga yang paling lengkap, meliputi empat pendekatan sekaligus, yaitu strategi penetrasi, fleksibilitas harga antara pembeli grosir dan retail, promosi harga seperti gratis ongkir dan tester gratis, serta strategi penetapan harga berdasarkan biaya dengan margin 5%. Hal ini berdampak positif terhadap profitabilitas usaha tersebut, yang mengalami peningkatan sebesar 42,93% dalam kurun waktu tiga tahun. Sebaliknya, usaha lainnya seperti UD. Dunia Satwa hanya menerapkan satu jenis strategi, yaitu fleksibilitas harga untuk pembelian retail dan grosir. Meskipun demikian, usaha ini tetap mencatat peningkatan profitabilitas yang cukup signifikan sebesar 40,16%, yang dapat diasumsikan dipengaruhi oleh faktor lain seperti efisiensi operasional atau posisi pasar yang strategis. Usaha lain seperti UD. Pakan Pak Eko, UD. Tani Jaya *Petshop*, dan UD. Kaki Empat menerapkan strategi yang serupa, dengan perbedaan terletak pada tingkat intensitas promosi dan fleksibilitas harga. Kenaikan profitabilitas dari ketiga usaha tersebut masing-masing sebesar 30,15%, 32,31%, dan 36,75%. UD. Ava Jaya *Bird and Petshop* ini mengalami peningkatan dan terus mengembangkan usahanya, serta menambah beberapa strategi diantaranya adalah:

Tabel 1. 2 Strategi penetapan harga di UD. Ava Jaya *Bird and Petshop*

Strategi Penetapan Harga	Tujuan	Catatan
Strategi Penetrasi Harga	Menetapkan harga awal yang cukup rendah pada tahap awal	Menjual produk 5% lebih murah dibandingkan kompetitor di Kota Kediri. Terutama bagi pelanggan yang melakukan pembelian secara grosir..
Strategi Fleksibilitas Harga (retail & grosir)	Harga disesuaikan berdasarkan jumlah pembelian serta jenis pelanggan, yaitu antara pembeli retail (eceran) dan pembeli grosir seperti reseller	a. Strategi harga tunggal: Menetapkan harga yang sama untuk semua pelanggan yang membeli secara eceran (retail). b. Strategi harga fleksibel Memberikan harga yang lebih rendah untuk pembelian dalam jumlah besar (grosir), khususnya bagi pelanggan yang berperan sebagai reseller.
Strategi Diskon / Promosi Harga	Meningkatkan penjualan di momen tertentu seperti saat produk baru dikenalkan atau membersihkan stok lama agar tidak menumpuk dan kadaluarsa, kegiatan ini biasanya dilakukan tiap 3 bulan sekali secara insidental	1. Diskon untuk Pembelian Grosir a. Harga yang lebih murah diberikan kepada pelanggan yang membeli dalam jumlah besar. b. Misalnya, harga standar per karung Rp. 400.000 dapat potongan harga 2% jika membeli dalam jumlah tertentu (misalnya pembelian minimal 3 karung). 2. Gratis Ongkos Kirim (<i>Free Delivery</i>) a. Untuk wilayah sekitar Kota Kediri, tanpa minimal pembelian mendapatkan layanan pengantaran gratis (COD). b. Untuk wilayah sekitar Kabupaten Kediri, pengantaran gratis (COD) diberikan untuk pembelian minimal Rp 3.000.000. 3. Dukungan Promosi untuk Reseller a. Pembeli pertama diberikan tester makanan hewan secara gratis b. Banner dan <i>merchandise</i> diberikan secara gratis untuk pembelian minimal 5 karung
Strategi Harga Berbasis Biaya (<i>Cost-Based</i>)	Menjamin keuntungan dengan menghitung Harga Pokok Produksi (HPP) secara akurat agar seluruh biaya operasional dapat tertutupi	Menghitung harga Menghitung Total Biaya Produksi, meliputi: a. Biaya variabel b. Biaya tetap c. Biaya penuh Contoh Perhitungan Harga: a. HPP Rp 400.000 per karung. b. Harga jual: Rp 20.000 per kilogram. c. Markup: sekitar 5% sebagai margin keuntungan.

Sumber : Hasil wawancara bapak nanang (pada tanggal 17 September 2024).²³

Dari tabel 1.2 dapat dilihat bahwa UD. Ava Jaya *Bird and Petshop* menerapkan strategi yang beragam dan fleksibel untuk mengoptimalkan penjualan serta menarik berbagai segmen pelanggan. Pertama, strategi penetrasi harga dilakukan dengan menetapkan harga awal yang lebih rendah sekitar 5% dibandingkan harga kompetitor. Pendekatan ini bertujuan untuk menarik pelanggan baru, khususnya bagi pembeli grosir yang berperan besar

²³Nanang Apriyanto, "Hasil Wawancara" (Kediri, 17 September 2024).

dalam mendorong volume penjualan. Kedua, strategi fleksibilitas harga memungkinkan perusahaan untuk membedakan harga berdasarkan jenis pelanggan dan jumlah pembelian. Untuk pelanggan retail, diterapkan harga tunggal, sedangkan bagi pelanggan grosir seperti reseller, diberikan harga khusus yang lebih rendah untuk pembelian dalam jumlah besar. Strategi ini mendorong loyalitas pelanggan dan mendorong pembelian dalam skala besar.

Selanjutnya, strategi diskon dan promosi harga dilaksanakan secara insidental setiap tiga bulan, utamanya saat peluncuran produk baru atau untuk menghabiskan stok lama agar tidak menumpuk dan kadaluarsa. Promosi ini meliputi potongan harga grosir, layanan gratis ongkos kirim (dengan ketentuan tertentu), serta pemberian dukungan promosi bagi reseller seperti tester makanan hewan, banner, dan *merchandise* gratis. Terakhir, strategi harga berbasis biaya diterapkan dengan menghitung harga pokok produksi (HPP) secara akurat, mencakup biaya variabel, tetap, dan total biaya penuh. Harga jual ditetapkan dengan menambahkan margin keuntungan sebesar 5%, sehingga perusahaan tetap memperoleh keuntungan meskipun harga kompetitif.

Tempat yang akan dilakukan penelitian yaitu di UD. Ava Jaya *Bird and Petshop* yang Merupakan salah satu bisnis perdagangan di Kota Kediri yang telah beroperasi sejak tahun 2018 hingga sekarang, UD. Ava Jaya *Bird and Petshop* ini merupakan distributor/usaha grosir yang bergerak dibidang kebutuhan *Petshop*/hewan peliharaan mulai dari makanan, perawatan, dan juga perlengkapan aksesoris hewan, dengan mempekerjakan 3 orang tenaga kerja.

Berikut merupakan daftar nama usaha dagang grosir makanan hewan di Kota Kediri:

Dari hasil observasi data yang dipaparkan diatas dapat disimpulkan bahwa konsumen di UD. Ava Jaya *Bird and Petshop* menunjukkan perkembangan yang sangat positif dari tahun ke tahun.. Salah satunya dilihat dari profitabilitas penjualan, UD. Ava Jaya *Bird and Petshop* mengalami peningkatan pada tahun 2022 yakni sebesar Rp. 69.968.346,- dan pada tahun 2023 sebesar Rp. 84.000.000.- di bandingkan tahun 2021 yang hanya sebesar Rp. 59.934.287,-. Dalam periode 2021–2023, profit meningkat sebesar Rp 24.065.713 atau sekitar 42,93 %.

Dari data di atas juga menggambarkan bahwa dalam tiga tahun terakhir, penjualan makanan hewan UD. Ava Jaya *Bird and Petshop* terus mengalami kenaikan. Hal ini terlihat dari peningkatan volume penjualan serta profitabilitas usaha selama periode tersebut. Penulis memilih UD. Ava Jaya *Bird and Petshop* dengan alasan secara keseluruhan UD. Ava Jaya *Bird and Petshop* merupakan salah satu distributor/usaha grosir yang memiliki jaringan pelanggan luas di Kota Kediri dan lebih unggul dibandingkan pesaingnya dalam beberapa aspek seperti variasi produk baik makanan kering maupun basah, harga, program loyalitas, dan layanan pelanggan. Dalam industri yang berkembang pesat seperti makanan hewan, penelitian ini dapat menggali strategi penetapan harga yang diterapkan oleh UD. Ava Jaya *Bird and Petshop* dalam menghadapi persaingan dan meningkatkan profitabilitas.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti berminat untuk menggali lebih mendalam mengenai konsep serta cara UD. Ava Jaya *Bird and Petshop*

dapat menjalankan usahanya ditengah persaingan. Dengan ini Peneliti berminat melakukan studi dengan judul “Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Profitabilitas (Studi di UD. Ava Jaya *Bird and Petshop* Kecamatan Mojoroto, Kota Kediri)”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah penulis paparkan, dapat ditemukan fokus penelitian yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Penetapan Harga UD. Ava Jaya *Bird and Petshop*?
2. Bagaimana Peran Strategi Penetapan Harga dalam Meningkatkan Profitabilitas UD. Ava Jaya *Bird and Petshop*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini antara lain:

1. Untuk Menjelaskan Strategi Penetapan Harga UD. Ava Jaya *Bird and Petshop*.
2. Untuk Menjelaskan Peran Strategi Penetapan Harga dalam Meningkatkan Profitabilitas UD. Ava Jaya *Bird and Petshop*.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang telah dijelaskan, penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat, baik dari segi teori maupun aplikasi praktis:

1. Manfaat secara teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menambah literatur kajian ilmiah dan khazanah ilmu pengetahuan dibidang manajemen bisnis syariah. Khususnya di lingkungan Institut Agama Islam Negeri Kediri yang berkaitan dengan strategi penetapan harga dalam meningkatkan

profitabilitas UD. Ava Jaya *Bird and Petshop* Kecamatan Mojoroto, Kota Kediri.

2. Manfaat Secara Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan dan pengetahuan penulis dalam melakukan penelitian di bidang manajemen bisnis syariah khususnya pada strategi penetapan harga dalam meningkatkan profitabilitas.

b. Bagi Akademisi

Bagi akademik penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pelajar, mahasiswa, para akademisi, serta terutama para pelaku ekonomi.

c. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan penelitian ini diharapkan sebagai saran dan informasi bagi perusahaan agar lebih fokus dalam meningkatkan profitabilitas, sekaligus menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan harga produk.

E. Penelitian Terdahulu

Telah pustaka yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Penelitian dengan judul “Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Toko Baju Salsa Serba 35.000 di Kediri)”.²⁴

Penelitian ini mengkaji strategi penetapan harga yang diterapkan untuk meningkatkan volume penjualan di Toko Baju Salsa Serba 35.000 yang

²⁴ May Shelfi Putri I, ‘Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Toko Baju Salsa Serba 35.000 Di Kediri)’, (*Skripsi*: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Iain Kediri, 2019), 1–23 <<https://etheses.iainkediri.ac.id/10729/>>.

berlokasi di Kediri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa toko tersebut menggunakan strategi harga tunggal untuk memudahkan konsumen dalam memperkirakan pengeluaran, sehingga proses pembelian menjadi lebih efisien. Produk yang dijual memiliki variasi harga, ada yang lebih rendah maupun lebih tinggi dari harga jual, namun pemilik toko menetapkan satu harga tetap untuk produk yang dijual kembali di toko tersebut. Dalam menentukan harga tunggal sebesar Rp 35.000, pemilik toko juga mempertimbangkan keuntungan yang diperoleh. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian sebelumnya, yaitu keduanya membahas tentang strategi penetapan harga. Kemudian yang membedakan dengan penelitian ini dengan peneliti sebelumnya adalah penetapan harga baju, sedangkan peneliti ini yaitu tentang penetapan harga makanan hewan.

2. Penelitian dengan judul “Strategi Penetapan Harga Pada Jasa Penitipan Anak Di Baby Care Lpit Nurul Izzah Gurah Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam”.²⁵

Penelitian ini berfokus pada strategi penetapan harga pada layanan penitipan anak di Baby Care LPIT Nurul Izzah Gurah dilihat dari perspektif etika bisnis Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Baby Care LPIT Nurul Izzah Gurah menerapkan strategi penetapan harga berbasis hubungan (*relationship-based pricing*), karena awalnya didirikan untuk memberikan kemudahan bagi para karyawan yang memiliki ikatan dengan lembaga tersebut, dan kemudian diperluas untuk melayani masyarakat umum. Kesamaan penelitian ini dengan studi sebelumnya

²⁵ Ayu Nurhayati, ‘Strategi Penetapan Harga Pada Jasa Penitipan Anak Di Baby Care Lpit Nurul Izzah Gurah Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam’, (*Skripsi*: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Iain Kediri, 2019) <[Http://Etheses.Iainkediri.Ac.Id/1196/](http://Etheses.Iainkediri.Ac.Id/1196/)>.

terletak pada fokus keduanya yang mengkaji strategi penetapan harga. Kemudian yang membedakan dengan penelitian ini dengan peneliti sebelumnya adalah penetapan harga jasa penitipan anak, sedangkan peneliti ini yaitu tentang penetapan harga makanan hewan.

3. Penelitian dengan judul “Analisis Penetapan Harga Jual Pakaian Bekas Import Dalam Meningkatkan Penjualan Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Gombek Gringging Penjual Pakaian Bekas Kabupaten Kediri)”.²⁶

Penelitian ini berfokus pada penetapan harga jual pakaian bekas impor dalam upaya meningkatkan penjualan dari sudut pandang ekonomi Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik penetapan harga pakaian bekas di Pasar Gombek Gringging Kediri dinilai sah sesuai dengan kualitas produk yang dijual, seperti adanya merek tertentu dan kondisi barang yang mungkin memiliki cacat atau tidak, dan barang tanpa merek. Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang penetapan harga. yang membedakan dengan penelitian ini dengan peneliti sebelumnya adalah penetapan harga sembako, sedangkan peneliti ini yaitu tentang penetapan harga makanan hewan.

²⁶ Isnaini Ekasari, ‘Analisis Penetapan Harga Jual Pakaian Bekas Import Dalam Meningkatkan Penjualan Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Gombek Gringging Penjual Pakaian Bekas Kabupaten Kediri)’, (*Skripsi: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Iain Kediri, 2023*) <<https://etheses.iainkediri.ac.id/11772/>>.

4. Penelitian dengan judul “Strategi Bersaing Dalam Penetapan Harga Pada Kuliner Amanah Mahasiswa IAIN Palangkaraya”.²⁷

Penelitian ini membahas mengenai penerapan strategi bersaing dalam penetapan harga kuliner. Hasil dari penelitian ini adalah strategi bersaing dilakukan Kuliner Amanah menggunakan strategi penetrasi, karena harga Kuliner Amanah mengikuti harga pasaran, dan Kuliner Amanah dinilai sesuai dengan ekonomi Islam karena menerapkan seperti keadilan, ijab dan kabul, keuntungan, dan larangan ihtikar. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama meneliti penetapan harga, namun yang membedakan dengan penelitian ini dengan peneliti sebelumnya adalah penetapan harga kuliner, sedangkan peneliti ini yaitu tentang penetapan harga makanan hewan.

5. Penelitian dengan judul “Analisis Metode Penetapan Harga Pada Komoditi Karet Terhadap Kesejahteraan Petani Karet Dalam Perspektif Ekonomi Islam”.²⁸

Penelitian ini membahas mengenai metode penetapan harga pada komoditi karet untuk kesejahteraan petani karet. Hasil dari penelitian ini penetapan Harga karet yang ditetapkan oleh tengkulak kepada petani karet di Desa Kemalo Abung, Kecamatan Abung Selatan, Kabupaten Lampung Utara, belum mampu meningkatkan kesejahteraan para petani. Dari sudut pandang etika bisnis, terutama mengenai kejujuran dan keadilan, praktik tersebut sudah diterapkan, tetapi prinsip keterbukaan masih belum

²⁷ Hermawati, “Strategi Bersaing Dalam Penetapan Harga Pada Kuliner Amanah Mahasiswa Iain Palangkaraya” (*Skripsi*: IAIN Palangkaraya, 2019).

²⁸ M Hendri Kurniawan, ‘Analisis Metode Penetapan Harga Pada Komoditi Karet terhadap Kesejahteraan Petani Karet Dalam Perspektif Ekonomi Islam’, (*Skripsi*: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019).

terpenuhi. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan studi sebelumnya, yaitu keduanya meneliti tentang meningkatkan pendapatan. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada objek penelitiannya, penelitian sebelumnya adalah penetapan harga komoditi sedangkan peneliti yaitu pada penetapan harga makanan hewan.