

**STRATEGI PENETAPAN HARGA GULA PADA PTPN XI
PG. SEMBORO KECAMATAN SEMBORO KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jember
Program Studi Ekonomi Syari'ah

Oleh:

Asmaul Humairo

NIM: E20152013

Disetujui Pembimbing



Daru Anondo, SE, M.Si

NIP. 19750303 200901 1 009

**STRATEGI PENETAPAN HARGA GULA PADA PTPN XI
PG. SEMBORO KECAMATAN SEMBORO KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jember
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari : Senin

Tanggal : 15 Juli 2019

Tim Penguji

Ketua



Nikmatul Masruroh, M.E.I
NIP. 19820922 200901 2 005

Sekretaris



Suprianik, SE., M.Si
NUP. 201603136

Anggota :

1. Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I
2. Daru Anondo, SE., M.Si



Menyetujui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Kholid Rifai, SE., M.Si
NIP. 19680807 200003 1 001

MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.(“QS. An-Nisa:29)¹

Sebagaimana terdapat dalam hadist Anas yang diriwayatkan oleh Abu Daud :

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ الْمُثَنَّى حَدَّثَنَا حَجَّاجٌ حَدَّثَنَا حَمَّادُ بْنُ سَلَمَةَ عَنْ قَتَادَةَ وَحَمِيدٍ
وَتَابِتٍ عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ قَالَ قَالَ غَلَا السَّعْرُ عَلَى عَهْدِ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ
وَسَلَّمَ فَقَالُوا يَا رَسُولَ اللَّهِ قَدْ غَلَا السَّعْرُ فَسَعَّرْنَا فَقَالَ إِنَّ اللَّهَ هُوَ
الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّازِقُ إِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى رَبِّي وَلَيْسَ أَحَدٌ يَطْلُبُنِي بِمَظْلَمَةٍ
فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ

Artinya : Anas berkata: “Ya Rasul! Harga barang menjadi mahal, tentukanlah harga bagi kami.”Nabi SAW bersabda: “Allah sendirilah yang menentukan harga, dialah yang mengekang dan melepas serta pemberi rezeki. Aku berharap akan bertemu Allah dalam keadaan tidak ada seorang pun dari kalian yang menggugat diriku karena aku pernah berbuat zalim, baik terhadap jiwa maupun harta.”²

(Matan lain: Turmudzi 1235, Ibnu Majah 2191, Ahmad 12131, Darimi 2433)

IAIN JEMBER

¹ Departemen Agama RI, *Mushaf Aisyah Al-Qur'an dan Terjemah*, (Bandung : JABAL, 2005), 83

² Ibnu Majah, *Sunan Ibnu Majah Juz 2* (TT Halaman 741)

PERSEMBAHAN

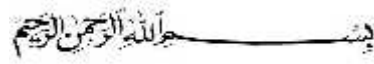
Karya tulis ini merupakan sebagian dari rangkaian proses kehidupan yang pendek. Atas berkah dan rahmat Allah SWT serta do'a dari orang-orang yang turut dalam penulisan karya tulis ini sehingga dapat terselesaikan. Saya persembahkan untuk orang-orang yang telah memberikan arti bagi hidup saya dengan pengorbanan, kasih sayang dan ketulusannya, yaitu :

1. Kepada kedua orang tua saya, ayahanda (Suryo Adi Wiyono) dan ibunda (Ida Royani) tercinta yang tak pernah lelah membesarkanku dengan penuh kasih sayang, serta memberikan dukungan, perjuangan, motivasi dan pengorbanan dalam hidup ini. Terimakasih atas do'a yang tak kunjung henti dipanjatkan.
2. Satu-satunya saudara kandungku yaitu adikku (Nadila Septi Anggraini) yang sangat tersayang. Selalu memberikan dukungan dan semangat dan selalu mengisi hari-hariku dengan canda tawa dan kasih sayangnya. Terimakasih buat adikku.
3. Seluruh keluarga besar yang senantiasa menjadi semangat dalam setiap proses saya menjadi pribadi yang lebih baik lagi sehingga aku tak mampu membedakan senyum dan tangis mereka.
4. Teman-teman ES1 (Ekonomi Syariah) seperjuangan angkatan 2015 terutama untuk Firda Hamdani yang selalu memberikan dorongan untuk selalu optimis dalam penyelesaian skripsi ini dan mengisi hari-hariku dengan canda tawa seperti saudara kandung.

5. Saudara-saudaraku PSHT (Persaudaraan Setia Hati Terate) ucapan terimakasih ku. Terutama untuk pelatih-pelatihku polsek kaliwates dan letingan 2016 dan juga terutama Mas Dodik, Mas Muheb, Mas Iqbal, Mas Saor, Mas Gilang, Mas Sofyan Dan Mas Fahrur atas segala bentuk perjuangan, ilmu dan pengalaman yang luar biasa dari kalian. Semangat juang dan pantang menyerah yang kalian ajarkan akan menjadi bekal di kehidupan selanjutnya.
6. Almamater IAIN Jember dan seluruh dosen IAIN Jember khususnya dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang bersedia meluangkan waktu dan tenaganya untuk memberikan ilmu kepada saya.



KATA PENGANTAR



Alhamdulillah segenap puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan taufik serta hidayah-Nya sehingga perencanaan, pelaksanaan, dan penyusun skripsi yang berjudul “Strategi Penetapan Harga Gula Pada PTPN XI PG. Semboro Kecamatan Semboro Kabupaten Jember” dapat terselesaikan dengan lancar. Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada baginda Rasulullah SAW. Semoga kita mendapatkan syafa’atnya di hari kiamat kelak. Penulis skripsi ini bertujuan untuk melengkapi sebagian persyaratan guna memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Jember.

Penulis menyadari sepenuhnya, tanpa bimbingan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E., MM. selaku Rektor IAIN Jember yang telah memberikan segala fasilitas yang membantu kelancaran atas terselesainya penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifai, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember.
3. Ibu Nikmatul Masruroh, M.E.I selaku Ketua Prodi Ekonomi Syari’ah.
4. Bapak Daru Anondo, S.E, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar meluangkan waktu dan pemikiran untuk memberikan ilmu dan pengarahan selama penyusunan skripsi ini.

5. Segenap penguji yang telah berkenan menguji skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya yang telah memberikan ilmu kepada penulis sehingga dapat mengetahui apa yang tidak diketahui.
7. Bapak Yudho selaku bagian SDM di pabrik gula semboro yang telah mengarahkan selama penelitian hingga selesai melengkapi data-data skripsi.
8. Bapak Hj. Yeyek selaku petani tebu yang telah meluangkan waktu yang telah memberikan data untuk melengkapi skripsi ini.
9. Bapak Roni selaku bagian divisi pemasaran PTPN XI Surabaya yang telah meluangkan waktu yang telah memberikan data untuk melengkapi skripsi ini.
10. Bapak Rizal selaku bagian divisi pemasaran PTPN XI Surabaya yang telah meluangkan waktu yang telah memberikan data untuk melengkapi skripsi ini.
11. Ibu Sahara selaku bagian divisi pemasaran PTPN XI Surabaya yang telah meluangkan waktu yang telah memberikan data untuk melengkapi skripsi ini.
12. Bapak Suryo selaku bagian SKW Tanaman PG. Semboro yang telah meluangkan waktu yang telah memberikan data untuk melengkapi skripsi ini.
13. Bapak Fadil selaku mandor tanaman PG. Semboro yang telah meluangkan waktu yang telah memberikan data untuk melengkapi skripsi ini.

Tiada kata yang dapat penulis ucapkan semoga Allah SWT, memberi balasan kebaikan atas semua jasa yang telah diberikan. Akhirnya penulis menyadari bahwa skripsi ini masih mempunyai banyak kekurangan, sehingga masih perlu tahap penyempurnaan. Namun walau dengan referensi dan waktu yang terbatas, penulis mencoba untuk menyusunnya berdasarkan kemampuan

yang penulis miliki dan untuk lebih menyempurnakan tentu tidak lepas dari kritik dan saran dari para pembaca. Terakhir, harapan peneliti semoga apa yang terkandung dalam penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak.

Jember, 02 Juli 2019

ASMAUL HUMAIRO
NIM. E20152013



ABSTRAK

Asmaul Humairo, Daru Anondo., 2019: Strategi Penetapan Harga Pada Gula PTPN XI PG. Semboro Kecamatan Semboro Kabupaten Jember

Perusahaan PTPN XI adalah salah satu perusahaan yang menerapkan metode dalam menetapkan harga jual gula. Dalam penelitian ini mengambil dua tempat perusahaan sebagai tempat penelitian. Pertama yaitu PTPN XI pusat yang berlokasi di Jalan Merak No. 1 Kecamatan Krembangan Kabupaten Surabaya. Yang kedua yaitu PTPN XI pabrik gula Semboro salah satu unit PTPN XI yang berlokasi di Desa Semboro Kecamatan Semboro Kabupaten Jember. Dari kedua perusahaan diatas bagaimana strategi penetapan harga yang baik dan benar. Maka peneliti membuat suatu metode agar metode mana yang digunakan oleh perusahaan tersebut.

Berdasarkan pengertian dan latar belakang diatas, maka yang menjadi fokus penelitian dalam penulisan ini adalah strategi penetapan harga gula yang digunakan perusahaan PTPN XI PG. Semboro.

Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan strategi penetapan harga gula yang digunakan perusahaan PTPN XI PG. Semboro.

Untuk mengidentifikasi permasalahan tersebut, pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, karena dalam penelitian ini nantinya akan menghasilkan data yang bersifat deskriptif mengenai strategi penetapan harga gula. Adapun tehnik pengumpulan data menggunakan wawancara, obeservasi dan dokumentasi.

Penelitian ini memperoleh kesimpulan strategi penetapan harga yang digunakan yaitu penetapan harga jual diatur oleh pemerintah, penentuan harga jual pesanan khusus, penentuan harga jual kontrak dan penentuan harga jual per unit.

Kata Kunci : Strategi, Penetapan Harga

IAIN JEMBER

ABSTRACT

Asmaul Humairo, Daru Anondo., 2019: Price Determination Strategy in PG PTPN XI Sugar. Semboro Semboro District, Jember Regency

PTPN XI company is one of the companies that applies the method of setting the selling price of sugar. In this study took two company places as a place of research. The first is the central PTPN XI located on Jalan Merak No. 1 Krembangan District, Surabaya Regency. The second is PTPN XI Semboro sugar factory, one of PTPN XI units located in Semboro Village, Semboro District, Jember Regency. From the two companies above, how is the pricing strategy good and correct. So the researcher makes a method so which method is used by the company.

Based on the above understanding and background, the focus of the research in this paper are the sugar pricing strategy used by the company PTPN XI PG. Semboro.

The purpose of this study is to describe the sugar pricing strategy used by the company PTPN XI PG. Semboro.

To identify these problems, the research approach used in this study is a qualitative approach, because in this study later it will produce descriptive data about the sugar pricing strategy. The technique of data collection using interviews, observation and documentation.

This study draws conclusions the pricing strategy used is the selling price setting regulated by the government, determining the selling price of special orders, determining the selling price of the contract and determining the selling price of the unit.

Keywords: Strategy, Pricing

IAIN JEMBER

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR BAGAN.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
E. Definisi Istilah.....	12
F. Sistematika Pembahasan	13
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	
A. Kajian Terdahulu	15
B. Kajian Teori.....	27

1. Penetapan Harga	27
a. Peranan Harga	27
b. Tujuan Penetapan Harga	28
c. Faktor-Faktor Penetapan Harga	30
d. Metode Penetapan Harga	35
e. Penyesuaian Khusus Terhadap Harga.....	42
2. Konsep Harga dalam Ekonomi Islam	44
a. Penetapan Harga dalam Ekonomi islam	44
b. Dasar Hukum	50
c. Penyebab Rusaknya Harga.....	53

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	54
B. Lokasi Penelitian	55
C. Subyek Penelitian	55
D. Teknik Pengumpulan Data	56
1. Observasi	56
2. Wawancara.....	57
3. Dokumentasi	58
E. Analisis Data	59
F. Keabsahan Data	59
1. Triangulasi Sumber.....	60
2. Triangulasi Teknik.....	60

G. Tahap-Tahap Penelitian.....	60
1. Tahap Pra Lapangan	60
2. Tahap Pekerja Lapangan.....	61
3. Tahap Analisis Data.....	61

BAB VI PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	63
1. PT Perkebunan Nusantara XI Surabaya.....	63
a. Sejarah Singkat Berdirinya PTPN XI Surabaya	63
b. Visi dan Misi	65
c. Budaya Perusahaan	65
d. Values.....	66
e. Struktur Organisasi	67
f. Ruang Lingkup Kegiatan/Usaha PTPN XI Surabaya	69
2. PTPN XI Pabrik Gula Semboro.....	73
a. Sejarah Singkat Berdirinya Pabrik Gula Semboro.....	73
b. Visi dan Misi	75
c. Budaya Perusahaan	76
d. Values.....	77
e. Meaning.....	77
f. Struktur Organisasi	78
g. Ruang Lingkup Kegiatan/Usaha PTPN XI Surabaya	79

B. Penyajian Data dan Analisis	83
C. Pembahasan Temuan	104
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	119
B. Saran-saran	121
DAFTAR PUSTAKA	122
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
1. Pernyataan Keaslian Tulisan	
2. Matrik Penelitian	
3. Teks Wawancara	
4. Surat Ijin Penelitian skripsi dari IAIN Jember	
5. Jurnal Penelitian	
6. Surat Keterangan Selesai Penelitian	
7. SOP (<i>Standar Operasional Prosedur</i>) PT. Perkebunan Nusantara XI	
8. Rekanan PT. Perkebunan Nusantara XI	
9. Dokumentasi	
10. Biodata penulis	

IAIN JEMBER

DAFTAR TABEL

No.	Uraian	Hal
1.1.	Aktivitas dan Wilayah Kerja PTPN XI Surabaya.....	6
2.1.	Metode, Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	24



DAFTAR BAGAN

No.	Uraian	Hal
4.1.	Struktur Organisasi PT Perkebunan Nusantara XI	68
4.2.	Struktur Organisasi Pabrik Gula Semboro	78



DAFTAR GAMBAR

No.	Uraian	Hal
4.1.	<i>Sugar Price</i>	87
4.2.	<i>SISKAPERBAPO</i>	87



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha pada saat ini membuat pengusaha harus semakin pandai dalam menerapkan strategi yang tepat untuk mempertahankan kelangsungan usahanya. Pada umumnya konsumen membeli suatu produk atau barang pertama kali yang dilihat adalah harga. Karena harga menjadi daya tarik bagi konsumen. Semakin banyak konsumen yang tertarik, maka akan menentukan posisi suatu perusahaan dalam persaingan. Ketatnya tingkat persaingan membuat para pengusaha berupaya untuk lebih menetapkan posisi perusahaan pada tingkat industri yang sejenis di tengah keadaan yang tidak menentu. Supaya dapat bersaing, bertahan hidup atau bahkan mengembangkan usahanya perusahaan harus mempunyai keunggulan, terutama dari sisi harga jual, karena pada umumnya harga jual merupakan pertimbangan penting bagi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli atau tidak. Oleh karena itu, perusahaan sangat membutuhkan informasi tentang harga pokok produksi yang akurat, untuk dapat menentukan harga jual yang bersaing.¹

Semua perusahaan yang bergerak dalam bidang apapun mempunyai tujuan utama yaitu memperoleh laba yang seoptimal mungkin dengan memanfaatkan sumber ekonomi dan faktor-faktor produksi yang terbatas

¹ Putri Apriani, "Analisis Perhitungan Harga Pokok Terhadap Harga Jual Pada CV Warna Indah", (Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang 2015)

secara efektif dan efisien. Semakin banyaknya perusahaan sejenis yang bermunculan, sehingga dibutuhkan manajemen yang baik guna mencapai tujuan yang diinginkan oleh perusahaan. Manajemen yang baik adalah manajemen yang bisa mengatur dan membuat kebijakan terkait dengan penetapan harga yang sesuai dan diharapkan dapat memberikan keuntungan yang maksimal terhadap perusahaan. Untuk itu seorang manajer yang bertanggungjawab terhadap penetapan harga ini harus selalu aktif mencari informasi tentang harga yang sesuai dengan pasar.²

Penetapan harga merupakan salah satu keputusan penting dalam pemasaran global. Harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang memberikan pemasukan bagi pemasaran, sedangkan elemen-elemen lainnya (produk, distribusi, dan promosi) justru membutuhkan dana besar. Sebagai salah satu variabel bauran pemasaran, selain produk, distribusi, dan promosi, harga juga mempunyai peranan yang sangat penting bagi pemasar untuk menjangkau pasar sasaran atau untuk menarik pembeli. Persoalan yang kompleks selalu dihadapi oleh pemasar dalam upaya menetapkan harga untuk produknya. Kita akan melihat bahwa kekomplekan dan pentingnya penetapan harga ini memerlukan suatu pendekatan yang sistematis, yang melibatkan penetapan tujuan dan pengembangan suatu struktur penetapan harga yang tepat.³ Karena selain mempengaruhi laba yang ingin dicapai perusahaan juga mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan.

² Agus Athori “Keputusan Penetapan Harga Jual Untuk Pesanan Khusus Dengan Menerapkan Cost Plus Pricing Pada Perusahaan Roti Lezzat Jombang”, (Universitas Islam Kadiri 2017)

³ <http://widyo.staff.gunadarma.ac.id/Downloads/files/39421/Strategi+Penetapan+Harga.pdf>
(di akses pada 12 Februari 2019)

Oleh karena itu dalam menentukan harga jual produk, tidak dapat dilakukan sekali saja tetapi harus selalu dievaluasi dan disesuaikan dengan kondisi yang sedang dihadapi perusahaan. Penentuan harga jual yang salah bisa berakibat fatal pada masalah keuangan perusahaan dan akan mempengaruhi kontinuitas usaha perusahaan tersebut seperti kerugian terus menerus. Perubahan harga jual mempunyai tujuan untuk menyesuaikan agar harga baru yang ditetapkan dapat mencerminkan biaya saat ini.⁴

Harga bisa diungkapkan dengan berbagai istilah, misalnya iuran, tarif, sewa, bunga, premium, komisi, upah, gaji, honorarium, SPP, dan sebagainya. Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Oleh karena penetapan harga mempengaruhi pendapatan total dan biaya total, maka keputusan dan strategi penetapan harga memegang peranan penting dalam setiap perusahaan. Sementara itu, dari sudut pandang konsumen, harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa.⁵

Dulu, harga beroperasi sebagai determinan utama pilihan pembeli. Konsumen dan agen pembelian mempunyai lebih banyak akses pada informasi harga dan pemberi diskon harga. Konsumen menekan pengecer untuk menurunkan harga mereka. Pengecer menekan produsen untuk menurunkan harga mereka. Hasilnya adalah pasar yang ditentukan karakternya oleh diskon

⁴ Supriyono, *Akutansi Biaya Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok Buku I Edisi 2*, (Yogyakarta: BPFE, 2011), 314

⁵ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi III*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008), 151

besar-besaran dan promosi penjualan. Contoh Gilette memperlihatkan kekuatan penetapan harga. Kekuatan penetapan harga jelas merupakan keputusan yang kompleks dan sulit dan banyak pemasar mengabaikan strategi penetapan harga mereka. Pemasar holistik harus memperhitungkan banyak faktor dalam mengambil keputusan penetapan harga perusahaan, pelanggan, persaingan dan lingkungan pemasaran. Keputusan harga harus konsisten dengan strategi pemasaran perusahaan dan pasar sasaran serta positioning mereknya.⁶

Mekanisme pasar pada intinya adalah mekanisme harga, turun dan naiknya harga sebagai akibat dari suatu dinamika permintaan (supply) dan penawaran (demand) dari pihak-pihak terkait. Suatu permintaan dan penawaran adalah dua kekuatan yang saling tarik menarik sehingga membentuk suatu komonitas pasar.⁷ Bila suatu permintaan terjadi secara alami dan normal, maka suatu kegiatan pasar akan berjalan stabil dan kondusif, tetapi sebaliknya bila pasar berjalan tidak normal dan penuh rekayasa, maka pasar akan rusak.⁸

Sebelum memasarkan produknya perusahaan harus menentukan target pasar. Target pasar menjadi salah satu hal penting dalam menentukan harga jual suatu produk. Hal ini terjadi karena harga berpengaruh secara langsung terhadap target pasar yang dipilih oleh perusahaan. Perusahaan harus memilih target pasar yang tepat sesuai dengan produk yang ditawarkan.

⁶ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 jilid 2*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 68

⁷ Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: IIIT Indonesia, 2006), 9

⁸ *Ibid*, 80

Ketepatan memilih target pasar akan berpengaruh secara langsung terhadap penjualan, sehingga perusahaan harus berhati-hati dalam menentukan target pasar. Sebelum menjual produknya, perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor pembentuk harga. Hal ini penting karena harga akan berpengaruh pada pendapatan, profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan. Melalui harga yang dibayarkan oleh pelanggan, perusahaan mendapatkan pemasukan yang didalamnya terdapat pula unsur keuntungan/laba. Harga dapat pula menjadi indikator kualitas produk, hal ini disebabkan oleh pandangan konsumen bahwa produk dengan harga murah memiliki kualitas buruk, sedangkan produk dengan harga yang mahal memiliki kualitas yang baik. Terlepas dari hal itu, harga murah dapat dijangkau oleh banyak lapisan konsumen, sehingga pangsa pasarnya menjadi lebih luas.⁹

Strategi harga juga merupakan hal yang penting pada perusahaan PTPN XI di Surabaya. PTPN XI adalah perusahaan perkebunan yang telah beroperasi sejak jaman pemerintahan Belanda dan bergerak di bidang industri gula dengan bahan baku utama adalah tebu. PTPN XI merupakan gabungan antara PT. Perkebunan XX (Persero) dan PT. Perkebunan XXIV-XXV (Persero). Restrukturisasi terakhir terjadi pada tahun 1996 bersamaan dengan penggabungan 14 PTP menjadi 14 PTPN. Kemudian pada tahun 2014, PTPN XI yang berkantor pusat di Jalan Merak Surabaya ini menjadi bagian holding perkebunan di bawah komando PTPN III. PTPN XI mengoperasikan 16 unit usaha pabrik gula tersebar di wilayah Jawa Timur, 1 unit usaha pabrik alkohol

⁹ Sukarno Dewantoro, "Strategi Penetapan Harga Pada PT Madubaru Bantul", (Universitas Negeri Yogyakarta 2015)

dan spirtus, 1 unit usaha pabrik karung, 4 rumah sakit, 2 klinik kesehatan dan 1 daerah pengembangan lahan tebu. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1.1
Aktivitas dan Wilayah Kerja PTPN XI Surabaya

No	Nama Unit	Kategori	Alamat	Status
1	PG Soedhono	Unit	Desa Tepas, Geneng, Kab. Ngawi	Aktif
2	PG Poerwodadie	Unit	Desa Palem, Karangrejo, Kab. Magetan	Aktif
3	PG Redjosarie	Unit	Desa Rejosari, Kawedanan, Kab. Magetan	Aktif
4	PG Pagottan	Unit	Desa Pagotan, Geger, Kab. Madiun	Aktif
5	PG Kanigoro	Unit	Desa Sidorejo, Wungu, Kab. Madiun	Aktif
6	PG Kedawung	Unit	Desa Kedawung Kulon, Grati, Kab. Pasuruan	Aktif
7	PG Wonolangan	Unit	Desa Kedawung Dalem, Dringu, Kab. Probolinggo	Aktif
8	PG Gending	Unit	Desa Sebaung, Gending, Kab. Probolinggo	Aktif
9	PG Padjarakan	Unit	Desa Sukokerto, Padjarakan, Kab. Probolinggo	Aktif
10	PG Djatiroto	Unit	Desa Kaliboto, Jatiroto, Kab. Lumajang	Aktif
11	PG Semboro	Unit	Desa/Kec. Semboro, Kab. Jember	Aktif
12	PG Wringinanom	Unit	Jl. Raya Wringinanom, Panarukan, Kab. Situbondo	Aktif
13	PG Olean	Unit	Desa Olean, Kab. Situbondo	Aktif
14	PG Pandjie	Unit	Jl. Raya Banyuwangi Km 3 Pandji, Situbondo	Aktif
15	PG Asembagoes	Unit	Desa Trigonco, Asembagus, Situbondo	Aktif
16	PG Pradjekan	Unit	Jl. Situbondo Km 22 Prajekan Kidul, Prajekan, Kab. Bondowoso	Aktif
17	PASA Hilirisasi	Unit	Kabupaten Lumajang	Aktif

	Usaha			
18	Pabrik Karung Plastik Rosella Baru	Unit	Kabupaten Mojokerto	Aktif
19	RSU Lavalette	Unit	Kotamadya Malang	Aktif
20	RSU Wonolangan	Unit	Kabupaten Probolinggo	Aktif
21	RSU Djatiroto	Unit	Kabupaten Lumajang	Aktif
22	RSU Elizabeth	Unit	Kabupaten Situbondo	Aktif
23	Klinik Utama Welas Asih Medika	Unit	Surabaya	Aktif
24	Balai Pengobatan Argosari	Unit	Madiun	Aktif
25	DPLT PG Poewodadie	Unit	Kabupaten Bojonegoro	Aktif
26	DPLT PG Asembagoes	Unit	Kabupaten Banyuwangi	Aktif

Sumber : PT Perkebunan Nusantara XI Surabaya 17 Juni 2019

Dalam penelitian ini mengambil dua tempat perusahaan sebagai tempat penelitian. Pertama yaitu PT Perkebunan Nusantara XI pusat Surabaya yang berlokasi di Jalan Merak No. 1 Surabaya. Dimana perusahaan ini berdiri dari tahun 1996 bergerak dibidang usaha agribisnis perkebunan tebu yang menghasilkan produk utama gula pasir dan tetes. Namun, tiga tahun terakhir ini PTPN menurunkan harga gula dari 1 Kg dengan harga Rp. 9,700 menjadi Rp. 9,300. Dengan harga gula menurun tersebut membuat pendapatan dari perusahaan menurun. Karena di pasar gula tidak terjual dengan baik. Hal ini juga di sebabkan oleh pemerintah yang mengimpor gula besar-besaran. Gula impor di bandrol dalam 1 Kg dengan seharga Rp. 6,500 tetapi dalam bentuk *Raw Sugar*. *Raw Sugar* adalah tebu setengah jadi. Sehingga pabrik tebu harus mengelola kembali *Raw Sugar* tersebut sampai menjadi gula kristal putih. Pemerintah menjualnya 1 Kg dengan harga Rp. 8,000 di pasar sedangkan

PTPN dengan hasil produksi dari sumber daya alam sendiri masih kalah saing dengan gula impor yang telah dilakukan oleh pemerintah secara besar-besaran. Dengan adanya perbedaan harga tersebut antara gula lokal dan gula impor membuat pemasaran yang dilakukan PTPN XI menurun. BULOG dan vendor-vendor pun sampai tidak mengambil gula yang telah dibeli karena dipasar tidak terjual dengan baik, membuat gudang pabrik gula menjadi penuh dan sampai harus menyewa gudang diluar untuk menampung gula tersebut. PTPN XI harus membuat strategi penetapan harga dalam persaingan perdagangan tersebut untuk menutupi biaya produksi. Tidak hanya gula pemerintah mengimpor secara besar-besaran tetapi bahan baku lain juga dilakukan oleh pemerintah seperti pepaya, bawang merah, beras dan lain-lain. Membuat persaingan dalam pemasaran semakin ketat dalam menentukan 4p (*product, place, price, promotion*). Apalagi lebih khususnya dalam price yaitu dalam menetapkan harga sesuai dengan permintaan.¹⁰

Yang kedua yaitu salah satu unit dari PTPN adalah pabrik gula Semboro yang berada di Kecamatan Semboro, Kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur. PG Semboro adalah salah satu unit usaha di bawah naungan PTPN XI. Proses pembuatan gula di PTPN XI menggunakan bahan baku tebu yang berasal dari tebu sendiri yang dikelola oleh pabrik gula maupun tebu rakyat yang diusahakan para petani sekitar wilayah operasional melalui kemitraan dengan pabrik gula (PG). PT Perkebunan Nusantara XI tidak hanya memproduksi tebu dari HGU atau TS (Tebu Sendiri). Tetapi juga

¹⁰ Suwadi, *Argumen*, 9 Januari 2019.

memproduksi *Raw Sugar* milik pemerintah dan mengelola hasil TR (Tebu Rakyat) dengan sistem bagi hasil. Petanipun mempunyai sistem dalam penjualan dan menetapkan harga.¹¹ Dari kedua PTPN pusat dan salah satu unit PTPN diatas bagaimana dalam menetapkan harga.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti bermaksud melakukan penelitian yang berjudul **“Strategi Penetapan Harga Gula Pada PTPN XI PG. Semboro Kecamatan Semboro Kabupaten Jember”**.

B. Rumusan Masalah

Untuk mempermudah peneliti, maka peneliti memilih dan menentukan fokus penelitian yang hendak dikaji agar tidak melebar ke mana-mana. Adapun fokus penelitian yang muncul berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya adalah bagaimana strategi penetapan harga gula yang digunakan perusahaan PTPN XI PG. Semboro ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan pokok tiap penelitian ialah mencari jawaban dari permasalahan yang diajukan.¹² Didalamnya merupakan gambaran tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian dan harus mengacu kepada masalah-masalah yang telah dirumuskan sebelumnya.¹³ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi penetapan harga gula yang digunakan perusahaan PTPN XI PG. Semboro ?

¹¹ Yudho, *Argumen*, 8 Januari 2019

¹² Moh. Kasiram, *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif* (Malang: UIN Maliki Press, 2008), 250

¹³ Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2015), 45

D. Manfaat Penelitian

Secara praktis proses penelitian diharapkan memberikan manfaat kepada peneliti secara pribadi maupun seluruh pihak yang bersangkutan untuk mengembangkan penelitian berjudul Strategi Penetapan Harga Gula Pada PTPN XI PG. Semboro Kecamatan Semboro Kabupaten Jember. Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Bagi pengetahuan penulis secara teoritis mengenai Strategi Penetapan Harga Gula Pada PTPN XI PG. Semboro Kecamatan Semboro Kabupaten Jember.
- b. Bagi Kabupaten Jember

Dapat mengambil manfaat dari penelitian ini dan menjadi bahan masukan dalam perumusan kebijakan.

- c. Bagi Kalangan Akademisi IAIN Jember

Hasil penelitian ini semoga bermanfaat dan memberikan nilai positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan baik dalam tataran teoritis maupun praktis.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti

- 1) Peneliti dapat berbagi informasi pengetahuan dan memberikan kontribusi yang berguna sehingga dapat mengetahui Strategi Penetapan Harga Gula Pada PTPN XI PG. Semboro Kecamatan Semboro Kabupaten Jember.

2) Memberikan wawasan yang utuh dan konkrit terhadap disiplin ilmu yang dimiliki peneliti, khususnya yang berkaitan dengan penetapan harga gula.

b. Bagi PTPN XI

Dapat dijadikan acuan untuk kemajuan dan keberhasilan dalam menjalankan program penetapan harga gula.

c. Bagi masyarakat

Untuk memberikan informasi mengenai adanya harga gula di PT. Perkebunan Nusantara XI pabrik gula Semboro.

d. Bagi Akademisi

Bagi IAIN Jember, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam program studi Ekonomi Syariah. Penelitian ini dapat digunakan sebagai literatur ataupun komparasi dalam pengembangan penelitian selanjutnya.

e. Bagi Para Pembaca

Diharapkan bagi para pembaca semoga dapat menambah wawasan pengetahuan tentang Strategi Penetapan Harga Gula Pada PTPN XI PG. Semboro Kecamatan Semboro Kabupaten Jember.

3. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan tentang dalam menetapkan harga dan berguna juga untuk menjadi referensi mahasiswa yang melakukan kajian tentang harga. Serta dapat dijadikan teori tentang

strategi penetapan harga yang baik di pabrik gula dan PT Perkebunan Nusantara XI.

E. Definisi Istilah

Judul penelitian ini adalah “Strategi Penetapan Harga Gula Pada PTPN XI PG. Semboro Kecamatan Semboro Kabupaten Jember”. Judul ini memiliki beberapa istilah kata yang harus dirumuskan, didefinisikan, dan dijelaskan agar tidak mengalami kekaburan makna sesuai dengan pandangan peneliti sendiri.

Definisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti di dalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap makna istilah sebagai mana dimaksud oleh peneliti.¹⁴ Istilah-istilah tersebut adalah:

1. Strategi

Istilah strategi berasal dari kata Yunani *strategeia* (*stratos* = militer; dan *ag* = memimpin, yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal.¹⁵ Pada kamus besar Bahasa Indonesia disebutkan bahwa istilah strategi adalah suatu ilmu untuk menggunakan sumberdaya-sumberdaya untuk melaksanakan kebijakan tertentu.¹⁶

¹⁴ Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 45

¹⁵ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi III*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008), 3.

¹⁶ Tim Penyusun Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1997), 199.

2. Harga

Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk.¹⁷

3. Gula

Gula adalah suatu karbohidrat sederhana yang menjadi sumber energi dan komoditi perdagangan utama. Gula paling banyak diperdagangkan dalam bentuk kristal sukrosa padat. Gula digunakan untuk mengubah rasa menjadi manis dan keadaan makanan atau minuman.¹⁸

4. PTPN

PT Perkebunan Nusantara atau biasa disingkat PTPN adalah sebuah bekas Badan Usaha Milik Negara yang bergerak dalam bidang agribisnis perkebunan.¹⁹

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Format penulisan sistematika pembahasan adalah dalam bentuk Bab.

BAB I Pendahuluan, terdiri dari latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, dan sistematika pembahasan.

BAB II Kajian Kepustakaan, terdiri dari penelitian terdahulu dan kajian teori.

Teori yang digunakan yaitu teori tentang pemasaran yang meliputi

¹⁷ Basu Swastha dan Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: BPFE, 2000), 241.

¹⁸ P. Darwin, *Menikmati Gula Tanpa Rasa Takut*, (Sinar Ilmu, 2013), Perpustakaan Nasional

¹⁹ PTPN11.co.id (di akses 2 Januari 2019)

pengertian pemasaran, pengertian manajemen pemasaran, pengertian strategi pemasaran, bauran pemasaran dan mengkaji penetapan harga yang meliputi peranan harga, tujuan penetapan harga, faktor-faktor penetapan harga, metode penetapan harga, penyesuaian khusus terhadap harga dan strategi penetapan harga. Pada penelitian terdahulu akan dijelaskan penelitian terdahulu yang menjadi salah satu referensi peneliti. Kemudian pada kajian teori dijelaskan tentang pembahasan teori yang dijadikan beberapa materi penjelasan peneliti.

BAB III Metode Penelitian, meliputi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV Hasil Penelitian, pada bagian ini berisi tentang inti atau hasil penelitian ini, yang meliputi latar belakang, obyek penelitian, penyajian data, analisis dan pembahasan temuan.

BAB V Kesimpulan dan saran yang berisi kesimpulan penelitian yang dilengkapi dengan saran-saran dari peneliti dan diakhiri dengan penutup.

IAIN JEMBER

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Untuk mengetahui lebih luas tentang Strategi Penetapan Harga Gula Pada PTPN XI PG. Semboro Kecamatan Semboro Kabupaten Jember, maka peneliti berusaha membandingkan dengan penelitian lain dengan berbentuk naratif sebagai berikut :

1. Penelitian pertama oleh Sukarno Dewantoro mengenai Strategi Penetapan Harga Pada PT Madubaru Bantul. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Madubaru menerapkan strategi memposisikan produk melalui harga dan kualitas, karena PT Madubaru ingin produk gula pasir kemasan bisa menarik lebih banyak konsumen khususnya daerah Yogyakarta dan Jawa Tengah sebagai perusahaan yang membuat berbagai produk gula pasir yang bermacam-macam ukuran maupun kemasan sehingga konsumen bisa lebih mudah untuk memilih produk mana yang sesuai dengan kebutuhan mereka. PT Madubaru menggunakan strategi perbedaan harga. Segmentasi pasar pada gula pasir Madukismo adalah untuk semua kalangan baik itu bawah, menengah maupun atas khususnya masyarakat Yogyakarta dan Jawa Tengah. Selain itu gula pasir PT Madubaru juga berkualitas dan rasanya yang sangat manis.

Strategi itu dilakukan oleh perusahaan supaya bisa bersaing dengan produk gula lainnya yang berasal dari daerah sekitar seperti Jawa Tengah.

PT Madubaru menggunakan strategi perbedaan harga, karena perusahaan menginginkan harga terobosannya itu mempunyai image harga yang baik di mata konsumen sehingga nantinya diharapkan penjualan dari tahun ke tahunnya bisa semakin meningkat. Selain itu yang menjadi ciri khas gula MK sendiri yaitu desain kemasan di bagian depan yang warnanya menarik dan diberi tulisan MK yang berarti gula produksi PG Madukismo yang sejak zaman dahulu sudah terkenal dengan perusahaan yang menghasilkan gula dengan rasa yang sangat manis.

PT Madubaru mengoptimalkan hasil produksi gulanya supaya stabil, yang dimaksud stabil adalah hasil penggilingan tebu menjadi gula pasir hasilnya bisa bersih dan tidak ada bercak-bercak hitam seperti amplas tebu lagi selain itu dari segi kemasan perusahaan juga harus memperhatikan tentang kualitas kemasan agar tidak sobek sehingga gula tidak tercecer.²⁰

2. Penelitian yang kedua oleh Muhammad Mu'arif Septianto mengenai Analisis Penetapan Harga Jual Dalam Usaha Meningkatkan Volume Penjualan Di PG Tasikmadu Karanganyar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat harga jual terhadap volume penjualan disini ternyata memang saling mempengaruhi. Hal ini dapat di ketahui dari harga jual yang pada saat mencapai Rp. 842.804.00 serta penjualan gula pasir sebesar 3.836 ton maka perusahaan akan memperoleh laba bersih dari penjualan pada titik optimal sebesar Rp. 2.450.676.050.00. Perusahaan

²⁰Sukarno Dewantoro, "Strategi Penetapan Harga Pada PT Madubaru Bantul", (Universitas Negeri Yogyakarta 2015)

dapat menemukan titik- titik optimal dalam mencapai laba apabila perusahaan memiliki tiga alternatif strategi dalam penjualan di pasar, yaitu mempertahankan harga gula, menurunkan harga gula, atau menaikkan harga gula. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Yang menjadi subyek penelitian adalah Administratur dan Kabag.²¹

3. Penelitian yang ketiga oleh Tati Urrokmah mengenai Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Kayla Fashion Serba 35.000 Purwokerto. Hasil dari penelitian ini adalah peneliti ini dalam Implementasi Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Penjualan Kayla Fashion Serba 35.000 Purwokerto yaitu melalui 2 metode: Strategi Penetapan Harga Produk Baru dan Strategi Harga Tunggal. Ada dua strategi pokok yang dilakukan Kayla Fashion 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 Kayla Fashion menetapkan harga tunggal, yaitu membebaskan harga yang sama kepada setiap pelanggan yang membeli produk dengan kuantitas dan kualitas yang sama. Kayla Fashion menetapkan harga tunggal dengan harga rendah, yaitu serba 35.000.

Setelah ditetapkan strategi harga tunggal yaitu serba 35.000 toko Kayla

²¹Muhammad Mu'arif Septianto, "Analisis Penetapan Harga Jual Dalam Usaha Meningkatkan Volume Penjualan Di PG Tasikmadu Karanganyar", (Universitas Muhammadiyah Surakarta 2007)

Fashion mengalami peningkatan dari waktu ke waktu. Hal ini terbukti dengan hasil volume penjualan sekitar 3000 sampai 10000 unit terjual setiap bulannya.²²

4. Penelitian yang keempat oleh Monika Titi Ratnasari mengenai Analisis Pengaruh Daya Tarik Strategi Penetapan Harga Menurut Konsumen Terhadap Kuatnya Motif Konsumen Dalam Membeli Produk Handphone Lokal. Hasil dari peneliti ini adalah hasil analisis data diperoleh bahwa harga merupakan motif utama konsumen dalam membeli produk *handphone* lokal *dual on GSMGSM qwerty* bukan *bundling* dengan merek Beyond, IMO, K-Touch, dan HT di Kota Yogyakarta, yaitu sebanyak 57 responden atau 57 % dari total sampel sebanyak 100 responden. Dari hasil analisis data diperoleh bahwa daya tarik strategi penetapan harga menurut konsumen (X) berpengaruh terhadap kuatnya motif konsumen (Y) dalam membeli produk *handphone* lokal *dual on GSMGSM qwerty* bukan *bundling* dengan merek Beyond, IMO, K-Touch, dan HT di Kota Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan oleh nilai thitung Beyond (2,345), IMO (2,196), K-Touch (2,108), dan HT (2,947) lebih besar dari nilai ttabel (1,711). Peneliti ini lebih fokus terhadap daya tarik konsumen dan menggunakan analisis linier berganda sehingga ada pengaruh yang signifikan terhadap konsumen dalam membeli produk.²³

²²Tati Urrokmah, "Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Kayla Fashion Serba 35.000 Purwokerto", (IAIN Purwokerto 2018)

²³Monika Titi Ratnasari, "Analisis Pengaruh Daya Tarik Strategi Penetapan Harga Menurut Konsumen Terhadap Kuatnya Motif Konsumen Dalam Membeli Produk Handphone Lokal", (Universitas Sanata Dharma Yogyakarta 2010)

5. Penelitian yang kelima oleh Eko Murdiyanto mengenai Pengaruh Penetapan Harga, Biaya Saluran Distribusi Dan Biaya Promosi Terhadap Penjualan Pada Honda Vario CM Jaya Motor Pecangaan Jepara Tahun 2008 – 2010. Hasil dari peneliti ini adalah penetapan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan pada Honda Vario CM Jaya Motor Pecangaan Jepara tahun 2008-2010, hal ini ditunjukkan dari nilai $t_{hitung} = 2,584 > 1,960$ dengan taraf signifikansi 5%. Biaya saluran distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan pada Honda Vario CM Jaya Motor Pecangaan Jepara tahun 2008-2010, hal ini ditunjukkan dari nilai $t_{hitung} = 2,306 > 1,960$ dengan taraf signifikansi 5% (3) biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan pada Honda Vario CM Jaya Motor Pecangaan Jepara tahun 2008-2010, hal ini ditunjukkan dari nilai $t_{hitung} = 3,632 > 1,960$ dengan taraf signifikansi 5%. Diperoleh dari hasil analisis regresi dengan nilai F_{hitung} sebesar 30,140 dengan probabilitas sebesar 0,000, karena nilai probabilitas F_{hitung} (0,000) lebih kecil dari 0,05. Persamaan regresi linear berganda: $Y = 14.053.469,142 + 3,660X_1 + 3,022X_2 + 2,890 X_3$. Nilai koefisien determinasi yang dihasilkan sebesar 0,739. Hal ini berarti 73,9% variasi penjualan dijelaskan oleh variasi perubahan faktor-faktor penetapan harga, biaya saluran distribusi dan biaya promosi. Sementara sisanya sebesar 26,1% diterangkan oleh faktor lain yang tidak ikut terobservasi.²⁴

²⁴Eko Murdiyanto, “Pengaruh Penetapan Harga, Biaya Saluran Distribusi Dan Biaya Promosi Terhadap Penjualan Pada Honda Vario Cm Jaya Motor Pecangaan Jepara Tahun 2008 – 2010”, (Universitas Muhammadiyah Surakarta 2012)

6. Penelitian yang keenam oleh Anis Wuryansari mengenai Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Menggunakan Metode Full Costing Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual (Studi Kasus di Peternakan Seraphine Yogyakarta). Hasil peneliti ini menunjukkan bahwa analisis yang dilakukan oleh peneliti mengenai penghitungan harga pokok produksi susu *cup* menurut perusahaan memiliki perbedaan dengan penghitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing*. Perusahaan membuat dua jenis varian susu yaitu coklat dan *Non* coklat. Pada penghitungan menurut perusahaan harga pokok produksi per unit sebesar Rp1.749,15 tanpa membedakan varian rasa sedangkan harga pokok produksi berdasarkan metode *full costing* untuk rasa non coklat adalah Rp1.797,3 dan untuk rasa coklat sebesar Rp1.804,88. Perusahaan memperhitungkan biaya produksi sama untuk semua varian rasa serta memasukkan pos biaya non produksi pula ke dalamnya.

Perusahaan tidak memasukkan biaya depresiasi gedung dan juga mesin ke dalam penghitungan harga pokok produksi. Biaya tenaga kerja langsung menurut perusahaan dihitung tetap per bulannya. Dengan demikian berapapun unit yang diproduksi perusahaan tidak mempengaruhi gaji. Biaya gaji tidak akan lebih rendah apabila unit yang diproduksi sedikit hal ini tentu tidak menguntungkan bagi perusahaan. Sedangkan

apabila unit yang diproduksi meningkat biaya gaji juga tidak lebih tinggi dalam kasus ini giliran karyawan yang tidak diuntungkan.²⁵

7. Penelitian yang ketujuh oleh Andina Oktariani mengenai Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Gula Domestik Dan Pengaruh Kebijakan Pergulaan Nasional. Hasil peneliti ini adalah menunjukkan bahwa harga gula di tingkat petani, harga impor gula, harga gula domestik di tingkat eceran tahun sebelumnya dan kebijakan proteksi dan promosi berpengaruh positif sedangkan impor gula dan nilai tukar berpengaruh negatif terhadap harga gula domestik di tingkat eceran. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa harga gula domestik di tingkat eceran, rasio harga gula di tingkat petani terhadap harga dasar gabah, harga pupuk, tingkat inflasi, dan kebijakan proteksi dan promosi berpengaruh positif terhadap harga gula di tingkat petani. Namun, harga impor gula tidak berpengaruh nyata. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa kebijakan bebas dan transisi berpengaruh positif terhadap harga gula di tingkat petani. Kondisi ini tidak sesuai dengan teori dan konsep, dimana kebijakan bebas dan transisi seharusnya berpengaruh negatif terhadap harga gula di tingkat petani. Oleh karena itu, timbul ketidaktepatan pada persamaan dalam penelitian ini sehingga diperlukan re-estimasi. Bahwa kebijakan proteksi dan promosi mampu menyehatkan kondisi pergulaan nasional. Namun, adanya disparitas harga gula domestik yang lebih tinggi dari harga impor menunjukkan gejala penurunan daya saing sehingga kebijakan ini belum

²⁵Anis Wuryansari, "Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Menggunakan Metode Full Costing Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual (Studi Kasus Di Peternakan Seraphine Yogyakarta)", (Universitas Sanata Dharma Yogyakarta 2016)

mampu meningkatkan daya saing gula domestik. Oleh karena itu, kebijakan proteksi dan promosi harus didukung dengan kebijakan lain untuk meningkatkan daya saing gula domestik secara komperhensif dari subsistem hulu sampai hilir.²⁶

8. Penelitian yang kedelapan oleh Winny Gayatri mengenai Penentuan Harga Jual Produk Dengan Metode *Cost Plus Pricing* Pada PT. Pertani (Persero) Cabang Sulawesi Utara. Hasil peneliti ini menunjukkan bahwa Penetapan Harga Jual dengan metode cost plus pricing dilakukan dengan menetapkan yaitu Biaya yang berhubungan langsung dengan volume dan Persentase *Markup*. Dengan pengelompokkan biaya tersebut maka dapat diperoleh Harga Jual benih padi Varietas cigelis sebesar Rp 7.400, varietas Inpari 8 sebesar Rp 8.000, varietas Ciherang Rp 12.500, varietas Mekongga Rp 6.700, varietas Inpari 13 sebesar Rp 9.250 dan varietas Way apo Buru sebesar Rp 7.750. Dengan menggunakan cost plus pricing maka harga jual dari masing-masing varietas benih padi lebih bervariasi yaitu antara Rp 6.000 – Rp 12.000 . hal ini disebabkan pembebanan biaya tenaga kerja, biaya overhead variabel dan laba dialokasikan secara proporsional dengan jumlah produksi. Dengan variasi harga yang didapatkan dari masing-masing varietas dapat meningkatkan laba penjualan dari perusahaan.²⁷

9. Penelitian yang kesembilan oleh Yudhanta Marga Anuraga mengenai Strategi Penetapan Harga Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada

²⁶Andina Oktariani, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Gula Domestik Dan Pengaruh Kebijakan Pergulaan Nasional”, (Institut Pertanian Bogor 2007)

²⁷Winny Gayatri, “Penentuan Harga Jual Produk Dengan Metode Cost Plus Pricing Pada PT Pertani (Persero) Cabang Sulawesi Utara”, (Universitas Sam Ratulangi Manado 2013)

Perusahaan Sepatu Bakti Surakarta. Hasil dari peneliti ini adalah Strategi penetapan harga yang diterapkan pada perusahaan BAKTI adalah Strategi Harga Bundel dan Strategi Diskon (Diskon Kuantitas / Partai Besar dan Diskon Obral / Cuci Gudang). Strategi juga yang digunakan perusahaan BAKTI adalah strategi harga rendah, Strategi penetapan harga yang paling tepat untuk perusahaan BAKTI adalah strategi harga rendah. Bisa dikatakan demikian karena strategi ini paling banyak menarik konsumen untuk membeli produk yang ada di BAKTI.

Perusahaan sepatu BAKTI pada mulanya menerapkan beberapa macam strategi harga, diantaranya adalah strategi harga ganjil, *leader pricing* atau pemimpin harga, harga prestis, diskon dan *bundling*. Akan tetapi saat ini perusahaan sepatu BAKTI hanya menetapkan strategi harga menggunakan strategi harga *bundling*, harga rendah dan diskon. Penerapan strategi harga *bundling* misalnya BAKTI memberikan harga khusus untuk pembelian 2 item sekaligus, sepatu jenis A Rp 100.000 dan sandal B Rp 70.000. Jika dibeli secara *Bundling* harganya Rp 150.000. Lalu penerapan strategi harga rendah misalnya BAKTI memberikan harga Rp 160.000,00 pada di toko lain Rp 200.000. Sedangkan untuk penerapan strategi diskon misalnya BAKTI memberikan diskon 10 % untuk pembelian partai besar. Akan tetapi melihat kenyataannya strategi harga yang ditetapkan perusahaan BAKTI kepada konsumen mungkin perlu penekanan lagi pada salah satu strategi harga yang sudah diterapkan atau dapat menambah

strategi harga yang lain sehingga penjualan perusahaan BAKTI dapat meningkat lagi.²⁸

Tabel 2.1
Metode, Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Metode	Persamaan	Perbedaan
1	Sukarno Dewantoro, Universitas Negeri Yogyakarta, 2015	Strategi Penetapan Harga Pada PT Madubaru Bantul	Penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif analisis	Membahas mengenai penetapan harga dan menggunakan pendekatan kualitatif.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada objek peneliti yang akan dilakukan.
2	Muhammad Mu'arif Septianto, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2007	Analisis Penetapan Harga Jual Dalam Usaha Meningkatkan Volume Penjualan Di PG Tasikmadu Karanganyar	Penelitian kualitatif dengan analisa Trens dengan Metode <i>Least Square</i> .	Membahas mengenai penetapan harga dan menggunakan pendekatan kualitatif.	Penelitian ini lebih fokus terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi, baik faktor ekstern maupun faktor intern dan analisa data yang digunakan berupa analisa trens dengan metode least square.
3	Tati Urrokmah, Iain Purwokerto, 2018	Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Kayla Fashion Serba 35.000 Purwokerto	Penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif analisis	Membahas mengenai harga dan menggunakan pendekatan kualitatif	Penelitian ini lebih fokus terhadap meningkatkan volume harga pada penjualan.

²⁸ Yudhanta Marga Anuraga, "Strategi Penetapan Harga Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Perusahaan Sepatu Bakti Surakarta", (Universitas Sebelas Maret Surakarta 2010)

4	Monika Titi Ratnasari, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2010	Analisis Pengaruh Daya Tarik Strategi Penetapan Harga Menurut Konsumen Terhadap Kuatnya Motif Konsumen Dalam Membeli Produk Handphone Lokal	Penelitian kuantitatif dengan analisis prioritas kepentingan dan analisis regresi linier sederhana.	Membahas tentang strategi penetapan harga	Penelitian ini lebih fokus terhadap daya tarik konsumen dan menggunakan penelitian kuantitatif dengan analisis prioritas kepentingan dan analisis regresi linier sederhana.
5	Eko Murdiyanto, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2012	Pengaruh Penetapan Harga, Biaya Saluran Distribusi Dan Biaya Promosi Terhadap Penjualan Pada Honda Vario CM Jaya Motor Pecangaan Jepara Tahun 2008 – 2010.	Penelitian kuantitatif dengan analisis data regresi linier berganda, uji t, uji F dan analisis koefisien determinasi.	Membahas tentang adanya penetapan harga	Penelitian ini tidak hanya fokus terhadap pengaruh penetapan harga tetapi juga pengaruh dari biaya saluran distribusi, biaya promosi terhadap penjualan pada perusahaan honda dan menggunakan analisis data regresi linier berganda, uji t, uji f dan analisis koefisien determinasi.
6	Anis Wuryansari, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2016	Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Menggunakan Metode Full Costing Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual (Studi Kasus Di Peternakan Seraphine	Penelitian kualitatif dengan pendekatan metode Full Costing	Membahas tentang adanya penentuan harga.	Menggunakan pendekatan metode full costing

		Yogyakarta).			
7	Andina Oktariani, Fakultas Ekonomi Dan Manajemen Institut Pertanian Bogor, 2007	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Gula Domestik Dan Pengaruh Kebijakan Pergulaan Nasional	Pendekatan deskriptif dengan metode <i>Regulatory Impact Assessment</i> (RIA) dan metode <i>Two-Stage Least Square</i> (2SLS) dalam bentuk <i>time series</i> .	Membahas tentang harga gula dan menggunakan pendekatan deskriptif	Penelitian ini difokuskan pada komoditas gula putih yang dikonsumsi langsung oleh rumah tangga dan metode yang digunakan adalah metode <i>regulatory impact assessment</i> (ria) dan metode <i>two-stage least square</i> (2sls) dalam bentuk <i>time series</i> .
8	Winny Gayatri, Universitas Sam Ratulangi Manado, 2013	Penentuan Harga Jual Produk Dengan Metode <i>Cost Plus Pricing</i> Pada PT. Pertani (Persero) Cabang Sulawesi Utara	Metode deskriptif analisa dengan pendekatan kuantitatif.	Membahas tentang penetapan harga dan metode deskriptif analisa	Pendekatan kuantitatif dengan metode <i>cost plus pricing</i> .
9	Yudhanta Marga Anuraga, Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2010	Strategi Penetapan Harga Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Perusahaan Sepatu Bakti Surakarta	Penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif analisis	Membahas mengenai strategi penetapan harga dan menggunakan pendekatan kualitatif	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada objek peneliti yang akan dilakukan.

Sumber : Data diolah dari penelitian terdahulu

B. Kajian Teori

1. Penetapan Harga

a. Peranan Harga

Agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. 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). Di samping itu harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat. Berbeda halnya dengan karakteristik produk atau komitmen terhadap saluran distribusi. Kedua hal terakhir tidak dapat diubah/disesuaikan dengan mudah dan cepat, karena biasanya menyangkut keputusan jangka panjang.²⁹

Harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu peranan alokasi dan peranan informasi :

- 1) Peranan alokasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Dengan demikian, adanya harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan daya belinya pada berbagai jenis barang dan jasa. Pembeli membandingkan harga dari berbagai

²⁹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi III*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2008), 151.

alternatif yang tersedia, kemudian memutuskan alokasi dana yang dikehendaki.

- 2) Peranan informasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam mendidik konsumen mengenai faktor-faktor produk, seperti kualitas. Hal ini terutama bermanfaat dalam situasi di mana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produk atau manfaatnya secara objektif. Persepsi yang sering berlaku adalah bahwa harga yang mahal mencerminkan kualitas yang tinggi.³⁰

b. Tujuan Penetapan Harga

Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk atau jasa yang ditawarkan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal. Akan tetapi keputusan mengenai harga tidak mudah untuk dilakukan. Disatu sisi, harga yang terlalu mahal dapat meningkatkan laba jangka pendek, tetapi di sisi lain akan sulit dijangkau oleh konsumen. Tujuan penentuan harga secara umum adalah sebagai berikut:

1) Untuk Bertahan Hidup

Artinya, dalam kondisi tertentu, terutama dalam kondisi persaingan yang tinggi. Dalam hal ini perusahaan menentukan harga semurah mungkin dengan maksud produk atau jasa yang ditawarkan laku dipasaran.

³⁰ Ibid, 152

2) Untuk Memaksimalkan Laba

Tujuan harga ini dengan mengharapkan penjualan yang meningkat sehingga laba dapat ditingkatkan. Penentuan harga biasanya dapat dilakukan dengan harga murah atau tinggi.

3) Untuk Memperbesar Market Share

Penentuan harga ini dengan harga murah, sehingga diharapkan jumlah nasabah meningkat dan diharapkan pula nasabah pesaing beralih ke produk yang ditawarkan. Perusahaan yang agresif selalu menginginkan market share yang lebih besar.³¹

4) Mutu Produk

Tujuan dalam hal mutu produk adalah untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi dan biasanya harga ditentukan setinggi mungkin.

5) Karena Pesaing

Dalam hal ini, penentuan harga dengan melihat harga pesaing. Tujuannya adalah agar harga yang ditawarkan jangan melebihi harga pesaing.³²

6) Tujuan-tujuan Lainnya

Harga dapat pula ditetapkan dengan tujuan mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas pelanggan, mendukung penjualan ulang, atau menghindari campur tangan pemerintah. Organisasi non-profit juga dapat menetapkan tujuan

³¹ Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2008), 249

³² Marius P. Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran Cet. Ke.-2*, (Jakarta: PT. Raja Gafindo Persada, 2002), 276.

penetapan harga yang berbeda, misalnya untuk mencapai *partial cost recovery*, *full cost recovery*, atau untuk menetapkan *social price*.

c. Faktor-Faktor Penetapan Harga

Secara umum ada dua faktor utama yang perlu dipertimbangkan dalam menetapkan harga (Kotler dan Armstrong, 1994), yaitu faktor internal perusahaan dan faktor lingkungan eksternal.

1) Faktor Internal Perusahaan

a) Tujuan Pemasaran Perusahaan

Tujuan tersebut bisa berupa maksimasi laba, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, meraih pangsa pasar yang besar, menciptakan kepemimpinan dalam hal kualitas, mengatasi persaingan, melaksanakan tanggung jawab sosial, dan lain-lain.

b) Strategi Bauran Pemasaran

Harga hanya salah satu komponen dari bauran pemasaran. Oleh karena itu, harga perlu dikoordinasikan dan saling mendukung dengan bauran pemasaran lainnya, yaitu produk, distribusi, dan promosi.

c) Biaya

Biaya merupakan faktor yang menentukan harga minimal yang harus ditetapkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.³³ Karena biaya merupakan komponen

³³ Ibid, 154.

dasar dalam penentuan harga, maka apabila suatu harga tidak mampu menutup biaya akan terjadi kerugian. Sebaliknya apabila suatu tingkat harga lebih tinggi melebihi dari semua biaya-biaya produksi, biaya operasi, dan biaya non-operasi maka akan menghasilkan keuntungan.³⁴ Kadangkala sejumlah perusahaan meminimalkan atau mengabaikan pentingnya permintaan dan memutuskan harga produk secara luas maupun secara sendiri atas basis biaya. Sebab suatu tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya akan mengakibatkan kerugian. Sebaliknya, apabila suatu tingkat harga melebihi semua biaya, baik biaya produksi, biaya operasi maupun biaya non operasi, akan menghasilkan keuntungan. Menentukan harga dengan cara menghitung biaya yang dikeluarkan produsen dengan tingkat keuntungan yang diinginkan baik dengan *markup pricing* dan *break event* analisis akan memaksimalkan keuntungan yang mungkin bisa didapat oleh perusahaan.³⁵

d) Organisasi

Manajemen perlu memutuskan siapa di dalam organisasi yang harus menetapkan harga. Setiap perusahaan menangani masalah penetapan harga menurut caranya masing-masing. Pada perusahaan kecil, umumnya harga ditetapkan oleh manajemen puncak. Pada perusahaan besar, seringkali masalah penetapan

³⁴ E. Catur Rismawati dan Ig. Bondan Suratno, *Pemasaran Barang dan Jasa*, (Yogyakarta: Kanisius, 2001), 221.

³⁵ Charles W. Lamb dkk., *Pemasaran*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 281-283.

harga ditangani oleh divisi atau manajer suatu lini produk. Dalam pasar industri, para wiraniaga (*salespeople*) diperkenankan untuk bernegosiasi dengan pelanggannya guna menetapkan rentang (*range*) harga tertentu.

2) Faktor Lingkungan Eksternal

a) Sifat Pasar dan Permintaan

Setiap perusahaan perlu memahami sifat pasar dan permintaan yang dihadapinya.³⁶ Konsumen memiliki keinginan untuk membeli suatu barang atau jasa dan sekaligus memiliki kemampuan yaitu uang atau pendapatan.³⁷ Makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, makin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut. Dapat disimpulkan bahwa apabila harga suatu barang naik, maka pembeli akan mencari barang lain yang dapat digunakan sebagai pengganti barang tersebut, dan sebaliknya apabila barang tersebut turun, konsumen akan menambah pembelian terhadap barang tersebut. Selain itu kenaikan harga menyebabkan pendapatan riil konsumen berkurang, sehingga memaksa konsumen mengurangi pembelian, terutama barang yang akan naik harganya.³⁸

³⁶ Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi III*, 155

³⁷ Mustafa Edwin Nasution, dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana Media Group, 2006), 80

³⁸ *Ibid*, 84

b) Persaingan

Menurut Porter (1985), ada lima kekuatan pokok yang berpengaruh dalam persaingan suatu industri, yaitu persaingan dalam industri yang bersangkutan, produk substitusi, pemasok, pelanggan, dan ancaman pendatang baru. Informasi-informasi yang dibutuhkan untuk menganalisis karakteristik persaingan yang dihadapi antara lain meliputi:³⁹

(1) Jumlah perusahaan dalam industri

Bila hanya ada satu perusahaan dalam industri, maka secara teoritis perusahaan yang bersangkutan bebas menetapkan harganya seberapa pun. Akan tetapi sebaliknya, bila industri terdiri dari atas banyak perusahaan, maka persaingan harga terjadi. Bila produk yang dihasilkan tidak terdiferensiasi, maka hanya pemimpin industri yang leluasa menentukan perubahan harga.

(2) Ukuran relatif setiap anggota dalam industri.

Bila perusahaan memiliki pangsa pasar yang besar, maka perusahaan yang bersangkutan dapat memegang inisiatif perubahan harga. Bila pangsa pasarnya kecil, maka hanya menjadi pengikut.

³⁹ Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi III*, 156

(3) Diferensiasi produk

Bila perusahaan berpeluang melakukan diferensiasi dalam industrinya, maka perusahaan tersebut dapat mengendalikan aspek penetapan harganya, bahkan sekalipun perusahaan itu kecil dan banyak pesaing dalam industri.⁴⁰

(4) Kemudahan untuk memasuki industri yang bersangkutan

Bila suatu industri mudah untuk dimasuki, maka perusahaan yang ada sulit mempengaruhi atau mengendalikan harga. Sedangkan bila ada hambatan masuk ke pasar (*barrier to market entry*), maka perusahaan-perusahaan yang sudah ada dalam industri tersebut dapat mengendalikan harga.

Hambatan masuk ke pasar dapat berupa:

- (a) Persyaratan teknologi,
- (b) Investasi modal yang besar,
- (c) Ketidakterediaan bahan baku pokok/utama,
- (d) Skala ekonomis yang sudah dicapai perusahaan-perusahaan yang telah ada dan sulit diraih oleh para pendatang baru,
- (e) Kendali atas sumber daya alam oleh perusahaan-perusahaan yang sudah ada,
- (f) Keahlian dalam pemasaran.

⁴⁰ Ibid, 156

(5) Unsur-unsur Lingkungan Eksternal Lainnya

Selain faktor-faktor di atas, perusahaan juga perlu mempertimbangkan faktor kondisi ekonomi (inflasi, boom atau resesi, tingkat bunga), dan peraturan pemerintah, dan aspek sosial (kepedulian terhadap lingkungan).⁴¹

d. Metode Penetapan Harga

Dalam menetapkan harga, ada berbagai macam metode yang dapat digunakan. Penetapan harga biasanya dilakukan untuk menambah nilai atau besarnya biaya produksi yang diperhitungkan terhadap biaya yang dikeluarkan dan pengorbanan tenaga dan waktu dalam memproses barang ataupun jasa. Dalam menetapkan harga jual suatu produk, suatu perusahaan harus memperhatikan berbagai pihak seperti konsumen akhir, penyalur, pesaing, penyuplai dana, para pekerja, dan pemerintah. Karena tingkat harga tidak terlepas dari daya beli konsumen, reaksi para pesaing, jenis produk dan elastisitas permintaan serta tingkat keuntungan perusahaan. Fandy Tjiptono menambahkan bahwa metode penetapan harga, dikelompokkan menjadi empat bagian yang terdiri dari :

1) Penetapan Harga Berbasis Permintaan

Permintaan itu sangat penting dalam penetapan harga jual produk atau jasa. Cara-cara tersebut sebenarnya tidak terlepas dari

⁴¹ Ibid, 157

pertimbangan masalah biaya untuk mengetahui berapa besar marjin yang diterima dapat menutup investasi.⁴²

Metode ini lebih menekankan harga pada faktor-faktor yang mempengaruhi selera dan keputusan suka atau tidak suka dari konsumen. Metode ini mengabaikan faktor-faktor yang biasanya mempengaruhi permintaan seperti faktor seperti biaya, laba, dan persaingan. Permintaan pelanggan sendiri didasarkan pada berbagai pertimbangan, diantaranya yaitu : kemampuan para pelanggan untuk membeli (daya beli), kemauan pelanggan untuk membeli, posisi suatu produk dalam gaya hidup pelanggan, yakni menyangkut apakah produk tersebut merupakan symbol status atau hanya produk, manfaat yang diberikan produk tersebut kepada pelanggan, dan harga-harga produk substitusi. Metode Penetapan Harga Berbasis Biaya.⁴³

2) Metode Penetapan Harga Berbasis Biaya

Dalam metode ini faktor penentu yang utama adalah aspek penawaran atau biaya, bukan aspek permintaan. Harga ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu sehingga menutupi biaya-biaya langsung, biaya overhead, dan laba.⁴⁴

⁴² Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, 248

⁴³ Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi III*, 157

⁴⁴ Ibid, 160

3) Metode Penetapan Harga Berbasis laba

Metode ini berusaha menyeimbangkan pendapatan dan biaya dalam penetapan harganya. Upaya ini dilakukan atas dasar target volume laba spesifik atau dinyatakan dalam bentuk persentase terhadap penjualan atau investasi.⁴⁵

4) Metode Penetapan Harga Berbasis Persaingan

Selain berdasarkan pada pertimbangan biaya, permintaan, atau laba harga juga dapat ditetapkan atas dasar persaingan, yaitu apa yang dilakukan pesaing. Metode penetapan harga berbasis persaingan terdiri atas empat macam: *Customary Pricing, Above, At, or Below Market Pricing, Loss Leader Pricing, Sealed Bid Pricing*.⁴⁶

Sedangkan Mulyadi menambahkan bahwa ada macam-macam metode dalam penentuan harga jual yang terdiri dari :

a) Penentuan Harga Jual Normal (*Normal Pricing*)

Manajer penentu harga jual memerlukan informan biaya penuh masa yang akan datang sebagai dasar penentuan harga ptofuk atau jasa. Metode penentuan harga jual normal sering kali disebut istilah *cost-plus pricing*, karena harga jual ditentukan dengan menambah biaya masa yang akan datang dengan suatu presentase *mark up* (tambahan diatas jumlah biaya) yang dihitung dengan formula tertentu.

⁴⁵ Ibid, 162

⁴⁶ Kartika Imasari Tjiptodjojo, *Odd Price: Harga, Psikologi dan Perilaku Konsumen dalam Purchase Decision Making*, Jurnal Manajemen Vol. 11, Nomor 2.

Harga jual produk atau jasa dalam keadaan normal ditentukan dengan formula sebagai berikut:

$$\text{Harga jual} = \text{Taksiran biaya penuh} + \text{Laba yang diharapkan}$$

b) *Cost-Plus Pricing*

Cost-Plus Pricing adalah penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan diatas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk.

Harga jual berdasarkan cost-plus pricing dihitung dengan rumus seperti yang digunakan untuk menghitung harga jual dalam keadaan normal tersebut di atas, yaitu:⁴⁷

$$\text{Harga jual} = \text{Taksiran biaya penuh} + \text{Laba yang diharapkan}$$

c) Perhitungan Harga Jual Per Unit

Biaya dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, baik dalam pendekatan *full costing* maupun *variabel costing*, biaya penuh masa yang akan datang dibagi menjadi dua: biaya yang dipengaruhi secara langsung oleh volume produk dan biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh biaya produk. Dalam penentuan harga jual, taksiran biaya penuh secara langsung berhubungan dengan volume produk dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, sedangkan taksiran biaya penuh tidak dipengaruhi oleh

⁴⁷ Mulyadi, *Akuntansi Manajemen (Konsep, Manfaat & Rekayasa)*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 348-349

volume produk ditambah laba yang diharapkan untuk kepentingan perhitungan presentase *mark up*.

Rumus perhitungan harga jual atas dasar biaya dapat dinyatakan dalam persamaan berikut ini:

$$\text{Harga jual per unit} = \text{Biaya yang berhubungan langsung dengan volume (per unit)} + \text{Presentasi mark up}$$

$$\text{Presentasi mark up} = \frac{\text{Laba yang diharapkan} + \text{Biaya yang tidak dipengaruhi langsung oleh volume produk}}{\text{Biaya yang dipengaruhi langsung oleh volume produk}}$$

d) Penentuan Harga Jual Waktu dan Bahan (*Time and Material Pricing*)

Penentuan harga jual waktu dan bahan ini pada dasarnya merupakan *cost plus pricing*. Harga jual ditentukan sebesar biaya penuh ditambah dengan laba yang diharapkan. Volume jasa dihitung berdasarkan waktu yang diperlukan untuk melayani konsumen, sehingga perlu dihitung harga jual per satuan waktu yang dinikmati oleh konsumen. Sedangkan volume bahan dan suku cadang yang diperlukan sebagai pelengkap penyerahan jasa dihitung berdasarkan kuantitas bahan dan suku cadang yang diserahkan kepada customer, sehingga perlu dihitung harga jual per satuan bahan dan suku cadang yang dijual kepada customer.⁴⁸

⁴⁸ Ibid, 351-355

e) Penentuan Harga Jual dan *Cost-Type Contract (Cost-Type Contract Pricing)*

Cost-Type Contract adalah kontrak pembuatan produk atau jasa yang pihak kembali setuju untuk membeli produk atau jasa pada harga yang didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar presentase tertentu dari total biaya sesungguhnya tersebut. Jika dalam keadaan normal, harga jual produk atau jasa yang akan dijual di masa yang akan datang ditentukan dengan metode *cost-plus pricing*, berdasarkan taksiran biaya penuh sebagai dasar, dalam *cost-type contract* harga jual yang dibebankan kepada customer dihitung berdasarkan biaya penuh sesungguhnya telah dikeluarkan untuk memproduksi dan memasarkan produk.⁴⁹

f) Penentuan Harga Jual Pesanan Khusus (*Special Order Pricing*)

Pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan di luar pesanan regular perusahaan. Biasanya konsumen yang melakukan pesanan khusus ini meminta harga dibawah harga jual normal, bahkan seringkali harga yang diminta oleh konsumen berada di bawah biaya penuh karena biasanya pesanan khusus mencakup jumlah yang besar. Dalam keadaan

⁴⁹ Ibid, 360

seperti ini yang perlu dipertimbangkan oleh manajer penentu harga jual adalah:

- (1) Pesanan regular adalah yang dibebani tugas untuk menutup seluruh biaya tetap yang akan terjadi dalam tahun anggaran. Dengan demikian jika manajer penentu harga jual yakin bahwa seluruh biaya tetap dalam tahun anggaran akan dapat ditutup oleh pesanan yang regular, maka pesanan khusus dapat dibebaskan dari kewajiban untuk memberikan kontribusi dalam menutup biaya tetap.
- (2) Jika misalnya dengan penerimaan pesanan khusus, perusahaan diperkirakan tidak hanya akan mengeluarkan biaya variabel saja, namun memerlukan biaya tetap, karena harus beroperasi di atas kapasitas yang tersedia, maka harga jual pesanan khusus harus di atas biaya variabel ditambah dengan kenaikan biaya tetap karena pesanan khusus tersebut.⁵⁰

g) Penentuan Harga Jual Produk Atau Jasa Diatur Peraturan Pemerintah

Produk dan jasa yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan pokok masyarakat luas seperti listrik, air, telepon dan telegraf, transportasi dan jasa pos diatur dengan peraturan pemerintah. Harga pokok dan jasa tersebut ditentukan

⁵⁰ Ibid, 361-362

berdasarkan biaya penuh masa yang akan datang ditambah dengan laba yang diharapkan.

Dalam penentuan harga jual normal, biaya penuh masa yang akan datang yang akan dipakai sebagai dasar penentuan harga jual dihitung dengan menggunakan salah satu pendekatan *full costing* atau *variabel costing*. Dalam penentuan harga jual yang diatur dengan peraturan pemerintah, biaya penuh masa yang akan datang yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual tersebut dihitung dengan menggunakan pendekatan *full costing* saja, karena pendekatan variabel costing tidak diterima sebagai prinsip akuntansi yang lazim. Informasi akuntansi penuh bermanfaat untuk penentuan harga jual produk atau jasa yang diatur dengan peraturan pemerintah terdiri dari biaya penuh masa yang akan datang dikeluarkan untuk menghasilkan produk atau jasa dan aktiva penuh yang digunakan untuk menghasilkan produk atau jasa tersebut.⁵¹

e. Penyesuaian Khusus Terhadap Harga

Penyesuaian khusus terhadap harga menurut daftar harga (*list price*) terdiri atas diskon, *allowance*, dan penyesuaian geografis.

⁵¹ Ibid, 363

1) Diskon

Adalah potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktifitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi pembeli.⁵²

2) *Allowance*

Merupakan pengurangan dari harga menurut daftar (*list price*) kepada pembeli karena adanya aktifitas-aktifitas tertentu yang dilakukan pembeli.

a) *Trade –in Allowance*

Merupakan potongan yang diberikan dalam sistem tukar tambah.

3) *Promotional Allowance*

Diberikan kepada setiap penjual dalam jaringan distribusi perusahaan yang melakukan aktifitas periklanan atau penjualan tertentu yang dapat mempromosikan produk produsen.

4) *Product Allowance* adalah potongan harga yang diberikan kepada pembeli yang bersedia membeli barang dalam kondisi tidak normal. Misalnya produk belum jadi 100% atau yang sudah rusak dan produksi bulan kemarin.5) *Penyesuaian Geografis (Geographical Adjustment)*

Merupakan penyesuaian terhadap harga yang dilakukan oleh produsen atau juga wholesaler sehubungan dengan biaya transportasi

⁵² Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi III*, 166

produk dari penjual ke pembeli. Biaya transportasi ini merupakan salah satu unsur penting dalam biaya variabel total, yang terutama akan menentukan harga akhir yang harus dibayar pembeli. Ada dua metode yang dapat digunakan untuk melakukan penyesuaian geografis yaitu:

a) *FOB Origin Pricing*

FOB (*Free On Broad*) berarti penjual menanggung semua biaya pemuatan produk ke kendaraan pengangkut yang digunakan, dalam hal ini penjual menentukan lokasi pemuatan produk.

b) *Uniform Delivered Pricing*

Dalam metode ini, harga yang ditetapkan penjual juga mencakup semua biaya transportasi. Penjual menentukan cara pengangkutan, menentukan biaya pengangkutan dan bertanggung jawab atas segala kerusakan yang mungkin terjadi.⁵³

2. Konsep Harga dalam Ekonomi Islam

a. Penetapan Harga dalam Ekonomi Islam

Dasar dari pengembangan ekonomi mikro tidak akan pernah lepas dari permasalahan penetapan harga yang dilatarbelakangi dari suatu proses mekanisme pasar. Sedangkan mekanisme pasar sendiri terbentuk karena adanya perpaduan antara teori permintaan dan teori penawaran yang menjadi dasar dari pembentukan ilmu ekonomi yang

⁵³ Ibid, 168-170

lebih luas. Dalam perjalanan perkembangan ekonomi islam, ilmuwan muslim telah memberikan perhatian khusus terhadap penetapan harga antara lain :

1) Abu Yusuf

Tercatat pada sejarah, tokoh muslim pertama yang menyinggung tentang mekanisme pasar dan harga, ialah Abu Yusuf yang memperhatikan peningkatan dan penurunan produksi dalam kaitannya dengan perubahan. Pada saat itu melihat adanya suatu fenomena bila terjadi kelangkaan maka harga akan naik sedangkan pada saat barang tersebut melimpah, maka harga cenderung untuk turun atau lebih rendah. Namun Abu Yusuf menyangkal pendapat umum mengenai hubungan terbalik atau persediaan dan harga, karena dalam kenyataannya tidak selalu terjadi. Beliau menjelaskan bahwa harga tidak tergantung pada permintaan saja, tetapi juga bergantung pada kekuatan penawaran. Oleh sebab itu, peningkatan atau penurunan harga tidak selalu berhubungan dengan peningkatan atau penurunan permintaan.

Menurut beberapa pengamat dikatakan sebagai hasil penelitiannya pada masa itu, yaitu keberadaan yang bersamaan antara melimpahnya barang dan tingginya harga serta kelangkaan barang dan harga rendah.⁵⁴ Abu Yusuf menentang penguasa menetapkan harga. Hasil panen yang berlimpah bukan alasan untuk

⁵⁴ Adiwarmarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: IIIT Indonesia, 2003), 31

menurunkan harga panen dan sebaliknya. Pada saat terjadi kelangkaan barang maka harga cenderung akan naik atau tinggi. Sedangkan pada saat persediaan barang melimpah, maka harga cenderung untuk turun atau lebih rendah.⁵⁵

2) Al-Ghazali

Imam Al-Ghazali dalam karyanya kitab *Ihya Ulumuddin* banyak membahas topik-topik ekonomi, termasuk kekuatan permintaan dan penawaran dalam mempengaruhi harga. Al-Ghazali menyadari kesulitan yang timbul akibat sistem barter yang dalam istilah ekonomi modern disebut *double coincidence*, dan karena itu diperlukan suatu pasar. Al-Ghazali tidak menolak kenyataan bahwa mencari keuntungan merupakan motif utama dalam perdagangan.

Namun, ia memberikan banyak penekanan kepada etika dalam bisnis, dimana etika ini diturunkan dari nilai-nilai Islam. Keuntungan yang sesungguhnya adalah keuntungan yang akan diperoleh di akhirat kelak. Bentuk kurva permintaan yang berlereng negatif dan bentuk kurva penawaran yang berlereng positif telah mendapat perhatian yang jelas dari Al-Ghazali, meskipun tidak dinyatakan secara eksplisit. Konsep yang sekarang kita sebut elastisitas permintaan ternyata telah dipahami oleh Al-Ghazali. Hal ini tampak jelas dari perkataannya bahwa mengurangi margin keuntungan dengan menjual harga yang lebih murah akan meningkatkan volume

⁵⁵ Euis Amalia, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam Dari Masa Klasik Hingga Kontemporer*, (Jakarta: Pustaka Asatrus, 2005), 85

penjualan, dan ini pada gilirannya akan meningkatkan keuntungan. Dalam buku-buku teks ekonomi konvensional didapati penjelasan bahwa barang-barang kebutuhan pokok misalnya makanan, memiliki kurva permintaan yang inelastis.

Al-Ghazali telah menyadari hal ini sehingga ia menyarankan agar penjualan barang pokok tidak dibebani keuntungan yang besar agar tidak terlalu membebani masyarakat.⁵⁶ Al-Ghazali juga memperkenalkan teori permintaan dan penawaran, jika petani tidak mendapatkan pembeli, ia akan menjualnya pada harga yang lebih murah, dan harga dapat diturunkan dengan menambah jumlah barang di pasar. Ghazali juga memperkenalkan *elastisitas* permintaan, ia mengidentifikasi permintaan produk makanan adalah *inelastic*, karena makanan adalah kebutuhan pokok.⁵⁷

3) Ibnu Taimiyah

Ibnu Taimiyah tentu tidak akan membaca buku *Wealth of Nations*, karena beliau hidup lima abad sebelum kehadiran Adam Smith, namun masyarakat yang beranggapan bahwa peningkatan harga disebabkan ketidakadilan dan tindakan melanggar hukum yang dilakukan oleh penjual sebagai akibat manipulasi pasar. Pandangan Ibnu Taimiyah mengenai mekanisme pasar terfokus pada masalah pergerakan harga yang tertuang dalam kitab hasil karya nya yaitu *Al-Hisbah dan Fatawa*. Secara umum, beliau telah menunjukkan *the*

⁵⁶ Adiwarmman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, 159

⁵⁷ Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), 152

beauty of market (keindahan mekanisme pasar sebagai mekanisme ekonomi), di samping segala kelemahannya, Ibnu Taimiyah berpendapat bahwa kenaikan harga tidak selalu disebabkan oleh ketidakadilan dari para pedagang/penjual, sebagaimana banyak dipahami orang pada waktu itu. Ia menunjukkan bahwa harga merupakan hasil interaksi hukum permintaan dan penawaran yang terbentuk karena berbagai faktor yang kompleks. Dalam Al-Hisbahnya, Ibnu Taimiyah membantah anggapan ini dengan mengatakan: “Naik dan turunnya harga tidak selalu disebabkan oleh adanya ketidakadilan dari beberapa bagian pelaku transaksi”.⁵⁸

Penawaran bisa datang dari produksi domestik dan impor, yang menunjukkan bahwa penawaran sebagai peningkatan atau penurunan dalam jumlah barang yang ditawarkan, sedangkan permintaan sangat ditentukan oleh selera dan pendapatan. Bila setiap transaksi sudah sesuai dengan aturan, maka kenaikan harga yang terjadi merupakan kehendak Allah. Islam mengatur agar persaingan di pasar dapat dilakukan dengan adil, Islam menyatakan bahwa setiap bentuk perdagangan yang menimbulkan ketidakadilan dilarang.⁵⁹ Ibnu Taimiyah menentang peraturan yang berlebihan ketika kekuatan pasar secara bebas bekerja untuk menentukan harga yang kompetitif. Dengan tetap memperhatikan pasar tidak sempurna, ia merekomendasikan bahwa bila penjual melakukan penimbunan

⁵⁸ Adiwarmarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, 144

⁵⁹ *Ibid*, 153

dan menjual pada harga yang lebih tinggi dibandingkan harga normal, padahal orang-orang membutuhkan barang, maka penjual seharusnya menjual barang berdasarkan harga ekuivalen. Ibnu Taimiyah secara umum sangat menghargai arti penting harga yang terjadi karena mekanisme pasar yang bebas. Untuk itu, secara umum ia menolak segala campur tangan untuk menekan atau menetapkan harga (*price intervention*) sehingga mengganggu mekanisme yang bebas.⁶⁰

Ibnu Taimiyah menafsirkan hadis tentang penolakan regulasi harga, bahwa mengungkapkan betapa Nabi saw tidak mau ikut campur tangan dalam regulasi harga-harga barang. Pada kondisi terjadinya ketidaksempurnaan pasar, Ibnu Taimiyah merekomendasikan penetapan harga oleh pemerintah. Maka dalam keadaan seperti inilah, pemerintah harus menetapkan harga yang adil bagi penjual dan pembeli.⁶¹

4) Ibnu Khaldun

Pemikiran Ibnu Khaldun tentang pasar termuat dalam buku *Al-Muqaddimah*. Pada bab “harga-harga di kota-kota” (*prices in towns*), ia membagi jenis barang menjadi dua kategori, yaitu barang pokok dan barang mewah. Menurutnya, jika suatu kota berkembang dan jumlah penduduknya semakin banyak, maka harga barang-barang pokok akan menurun sementara harga barang mewah akan

⁶⁰ Ibid, 22

⁶¹ Nur Chamid, *Jejak Langkah Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), 235-236

menaik. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya penawaran bahan pangan dan barang pokok sebab barang ini sangat penting dan dibutuhkan oleh setiap orang sehingga pengadaannya akan diprioritaskan. Sementara itu, harga barang mewah akan naik sejalan dengan meningkatnya gaya hidup yang mengakibatkan peningkatan permintaan barang mewah ini. Disini, Ibnu Khaldun sebenarnya menjelaskan pengaruh permintaan dan penawaran terhadap harga. Secara lebih rinci dijelaskan pengaruh persaingan antara konsumen dan meningkatkan biaya-biaya akibat perpajakan dan pungutan yang mempengaruhi peningkatan harga.

Bagi Ibn Khaldun, harga adalah hasil dari hukum permintaan dan penawaran. Pengecualian satu-satunya dari hukum ini adalah emas dan perak, yang merupakan standar moneter. Bila suatu barang langka dan banyak diminta, maka harganya tinggi. Jika suatu barang berlimpah, harganya rendah.⁶²

b. Dasar Hukum

Ilmu ekonomi Islam merupakan ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah ekonomi rakyat yang diilhami dari nilai-nilai Islam. Ekonomi Islam memiliki sumber, yaitu :

1) Al-Qur'an

Al-Qur'an adalah sumber pokok bagi umat Islam, karena Al-Qur'an merupakan kalam ilahi yang bersifat abadi yang diwahyukan

⁶²Adiwarman Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2008), 402

kepada rasulullah SAW. Al-Qur'an merupakan sumber utama dalam ilmu pengetahuan sekaligus sumber hukum yang memberi inspirasi tentang seperangkat pengaturan segala aspek kehidupan. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam surat Al-Baqarah ayat 279:

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۗ وَإِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ زُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ﴿٢٧٩﴾

Artinya : *“Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), Maka Ketahuilah, bahwa Allah dan rasul-Nya akan memerangimu. dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), Maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya.”*⁶³

Islam menganjurkan untuk berlaku adil dan berbuat kebaikan, seperti dalam hal perniagaan dimana berlaku adil dapat diterapkan seperti menentukan mutu dan ukuran, takaran maupun timbangan. Apabila kita hidup selalu berlaku adil, maka kita akan selali dekat dengan Allah, oleh sebab itu berlaku adil tidak akan membuat seseorang tertipu dengan kehidupan dunia. Dalam Islam, menipu sangatlah dilarang bahkan untuk sekedar membawa kondisi yang mengarah kepada keraguan yang dapat menyesatkan atau Gharar.

2) Al-Hadist

Menurut Ibnu Taimiyah bila seluruh transaksi yang terjadi sudah sesuai dengan syariah, bila terjadi kenaikan ataupun

⁶³ Departemen Agama RI, *Mushaf Aisyah Al-Qur'an dan Terjemah*, (Bandung : JABAL, 2005), 279

penurunan harga, hal ini merupakan ketentuan Allah. Rasulullah SAW menyatakan bahwa harga di pasar itu ditentukan oleh Allah. Ini berarti bahwa harga di pasar tidak boleh diintervensi oleh siapapun. Sebagaimana terdapat dalam hadist Anas yang diriwayatkan oleh Abu Daud :

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ الْمُثَنَّى حَدَّثَنَا حَجَّاجٌ حَدَّثَنَا حَمَّادُ بْنُ سَلَمَةَ عَنْ قَتَادَةَ وَحَمِيدٍ وَثَابِتٍ عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ قَالَ قَالَ غَلَا السَّعْرُ عَلَى عَهْدِ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَقَالُوا يَا رَسُولَ اللَّهِ قَدْ غَلَا السَّعْرُ فَسَعِّرْ لَنَا فَقَالَ إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّازِقُ إِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى رَبِّي وَلَيْسَ أَحَدٌ يَطْلُبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ

Artinya : Anas berkata: “Ya Rasul! Harga barang menjadi mahal, tentukanlah harga bagi kami.”Nabi SAW bersabda: “Allah sendirilah yang menentukan harga, dialah yang mengekang dan melepas serta pemberi rezeki. Aku berharap akan bertemu Allah dalam keadaan tidak ada seorang pun dari kalian yang menggugat diriku karena aku pernah berbuat zalim, baik terhadap jiwa maupun harta.”⁶⁴ (Matan lain: Turmudzi 1235, Ibnu Majah 2191, Ahmad 12131, Darimi 2433)

Dari hadis tersebut dapat dipahami bahwa nabi menganjurkan umatnya untuk memanfaatkan mekanisme pasar dalam penyelesaian masalah ekonomi dan menghindari sistem penetapan harga (*tas'ir*) oleh otoritas negara kalau tidak terlalu diperlukan. Jelasnya, dalam Islam otoritas negara dilarang mencampuri, memaksa orang menjual barang pada tingkat harga yang tidak mereka ridhai. Islam menganjurkan agar harga diserahkan pada mekanisme pasar sesuai kekuatan permintaan dan penawaran. Pemerintah tidak boleh

⁶⁴ Ibnu Majah, *Sunan Ibnu Majah Juz 2* (TT Halaman 741)

memihak pembeli dengan mematok harga yang lebih rendah atau memihak penjual dengan mematok harga tinggi.⁶⁵

c. Penyebab Rusaknya Harga

Dalam ekonomi Islam siapapun boleh berbisnis. Namun demikian, dia tidak boleh melakukan distorsi yang bisa merusak harga ataupun mendistorsi pesaing yang lain. Oleh sebab itu Islam melarang praktek-praktek jual beli yang bisa merusak harga antara lain seperti halnya :

- 1) Penipuan misalnya kolusi produsen dan distributor dalam menetapkan harga (Conspiratorial price fixing), ketidaktahuan konsumen, penyalahgunaan kuasa dan manipulasi emosi atau menggunakan kondisi psikologi orang yang sedang berkabung.
- 2) *Gharar*, jual beli yang tidak memenuhi perjanjian dan tidak dapat dipercaya, dalam keadaan bahaya, tidak diketahui harganya, barangnya, keselamatannya kondisi barang waktu diperolehnya.
- 3) *Ghaban fa'hisyy* adalah menjual diatas harga pasar. *Ghabn* adalah selisih antara harga yang disepakati penjual dan pembeli dengan harga yang disepakati penjual dan pembeli dengan harga pasar akibat ketidaktahuan pembeli akan harga. Sedangkan *tadlis* adalah penipuan pada pihak penjual dan pembeli dengan menyembunyikan cacat saat bertransaksi.⁶⁶

⁶⁵ Ilfi Nur Diana, *Hadis-Hadis Ekonomi*, (Malang: UIN-Malang Press, 2008), 49

⁶⁶ Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: BPEF Yogyakarta, 2004), 325

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian Kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian, misalnya pelaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan menggunakan metode khusus alamiah.⁶⁷

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Alasan peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan secara sistematis data-data yang di peroleh dari fakta lapangan yang kemudian diberi analisa dan perbandingan sesuai dengan standar normatif yang berlaku. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah memberi deskripsi, gambaran secara sistematis, terperinci, aktual dan akurat mengenai faktor-faktor, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diteliti.

Penelitian ini nantinya berusaha mendeskripsikan tentang Strategi Penetapan Harga Gula Pada PTPN XI PG. Semboro Kecamatan Semboro Kabupaten Jember. Data yang dihasilkan adalah diamati secara intensif dan mendetail serta diinterpretasikan secara tepat.

⁶⁷ Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung:PT. Remaja Rosdakarya, 2007), 6.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian menunjukkan dimana penelitian tersebut hendak dilakukan.⁶⁸ Sebelum penelitian ini dilakukan, peneliti melakukan survey terlebih dahulu agar informasi yang di dapat benar-benar jelas.

Adapun lokasi yang dijadikan penelitian adalah PT Perkebunan Nusantara XI di Surabaya dan pabrik gula Semboro. Alasan peneliti memilih lokasi PTPN XI Surabaya karena tempat mendistribusikan gula dan pusat penentuan dalam harga. Pabrik gula semboro salah satu unit PTPN XI untuk menjalani kemitraan dengan petani.

C. Subyek Penelitian

Pada bagian ini dilaporkan jenis data dan sumber data. Uraian tersebut meliputi data apa saja yang ingin diperoleh, siapa yang hendak dijadikan informan atau subjek penelitian, bagaimana data dan jaringan sehingga validitasnya dapat dijamin. Dalam penelitian ini yang akan menjadi subjek penelitian adalah:

1. Bagian divisi pemasaran PTPN XI Surabaya yaitu Bapak Rizal, Bapak Roni dan Ibu Sahara.
2. Petani tebu bermitra dengan pabrik gula Semboro yaitu Bapak Hj. Yeyek Sugianto

Untuk mendukung terhadap data yang peneliti lakukan, maka dalam penelitian ini pencarian dan pengumpulan data diperoleh dari informan

⁶⁸ Babun Suharto, dkk, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember*, (Jember: IAIN Jember, 2015), 46.

dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.⁶⁹

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data, tanpa mengetahui teknik pengumpulan data maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang diterapkan.⁷⁰ Adapun teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi merupakan dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta yang mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tehnik observasi langsung dan jenis observasi partisipasi pasif. Maksud dari Letak lokasi penelitian partisipasi pasif adalah peneliti datang ke tempat kegiatan orang atau subjek yang diamati, akan tetapi tidak ikut terlibat dalam proses kegiatan tersebut.

Melalui metode observasi data yang diperoleh adalah data penunjang penelitian, diantaranya :

- a. Kondisi obyek penelitian
- b. Proses atau mekanisme dalam penetapan harga.

⁶⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 300.

⁷⁰ Ibid, 224.

2. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.⁷¹ Percakapan itu dilakukan oleh kedua pihak yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yaitu yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan.⁷²

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pedoman wawancara terstruktur, yaitu peneliti sudah menyiapkan beberapa pertanyaan yang diajukan kepada pihak-pihak pengurus di PTPN XI Surabaya dan pabrik gula Semboro. Akan tetapi, peneliti masih memperdalam pertanyaan yang sudah tersedia agar lebih jelas dalam memperoleh data yang sesuai dibutuhkan peneliti. Adapun data yang diperoleh dari hasil wawancara antara lain :

- a. Letak lokasi penelitian
- b. Sejarah berdirinya PTPN XI dan pabrik gula Semboro
- c. Profil PTPN XI dan pabrik gula Semboro
- d. Visi Misi PTPN XI dan pabrik gula Semboro
- e. Proses yang dilakukan di setiap penetapan harga gula PTPN XI dan pabrik gula Semboro.

⁷¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, 231.

⁷² Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 186.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, seksta dan lain-lain. Hasil penelitian juga akan semakin kredibel apabila didukung oleh foto-foto atau karya tulis akademik dan seni yang telah ada.⁷³

Dokumentasi merupakan sebagai data baik fakta yang terkumpul berbentuk denah, struktur organisasi, data mengenai sampah dan sebagainya maupun data dalam bentuk yang lainnya, perlu disimpan dalam bentuk dokumentasi. Sifat utama dari data ini tidak terbatas pada ruang dan waktu sehingga memberi peluang kepada peneliti untuk mengetahui hal-hal yang pernah terjadi waktu yang lalu.⁷⁴

Dokumentasi ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, foto-foto, film dokumenter, data yang relevan penelitian.⁷⁵

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwasanya metode dokumentasi adalah metode yang digunakan oleh peneliti untuk mencari data-data yang sudah didokumentasikan yang berupa buku-buku, foto-foto, laporan-laporan dan sebagainya. Adapun data yang diperoleh dari metode penelitian ini adalah :

⁷³ Ibid, 240

⁷⁴ Triswanto, *Trik Menulis Skripsi & Menghadapi Presentasi Bebas Stres*, (Yogyakarta: Tugu Publisher, 2010), 74.

⁷⁵ Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru Karyawan Dan Peneliti Pemula*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 74

- a. Struktur organisasi
- b. Proses dalam penetapan harga

E. Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah di pahami oleh diri sendiri maupun orang lain.⁷⁶ Yakni dengan menggunakan analisis deskriptif. Deskriptif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk menggambarkan masalah yang terjadi pada masa sekarang atau yang sedang berlangsung, bertujuan untuk mendeskripsikan apa-apa yang terjadi sebagaimana mestinya pada saat penelitian dilakukan.⁷⁷

Penelitian ini merupakan penelitian yang mendeskripsikan suatu gejala atau fenomena yang terjadi di lingkungan PTPN XI PG. Semboro di Kabupaten Jember.

F. Keabsahan Data

Ada tiga teknik triangulasi, pertama triangulasi sumber, kedua triangulasi teknik, ketiga triangulasi waktu. Adapun dalam penelitian ini teknik triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai

⁷⁶ Ibid, 244

⁷⁷ Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana Media Group, 2006), 61

pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu.⁷⁸

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber adalah untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik adalah menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data pada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.

G. Tahap-Tahap Penelitian

Untuk mengetahui proses yang dilakukan peneliti hingga akhir maka perlu diuraikan tahap-tahap penelitian. Tahap penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam proses penelitian adalah sebagai berikut:

1. Tahap pra lapangan

- a. Menyusun rencana penelitian
- b. Memilih lapangan penelitian
- c. Mengurus perizinan
- d. Menjajaki dan menilai lapangan
- e. Memilih dan memanfaatkan informan
- f. Menyiapkan perlengkapan penelitian

⁷⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D.*, 273

2. Tahap pekerja lapangan

Pada tahap ini peneliti mulai menggunakan kunjungan langsung ke lokasi penelitian. Dalam tahap ini peneliti memasuki lapangan untuk melihat, memantau, dan meninjau lokasi penelitian di dua tempat PTPN XI. Peneliti mulai memasuki objek penelitian dan mencari serta mengumpulkan data-data dengan alat yang sudah disediakan baik itu secara tertulis, rekaman, maupun dokumentasi. Perolehan data tersebut akan segera diproses untuk mendapatkan informasi mengenai objek penelitian.

3. Tahap analisis data

Pada tahap ini peneliti melakukan teknik analisis data yang diperoleh selama penelitian berlangsung atau selama peneliti berada di lapangan. Peneliti melakukan analisis terhadap beberapa jenis data yang diperoleh dengan cara wawancara dan observasi. Dalam tahap ini peneliti mengkonfirmasi kembali data yang didapat dari lapangan dengan teori yang digunakan.

Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi dan wawancara. Setelah mengalami proses pengolahan data dengan membandingkan data hasil observasi dengan hasil wawancara menggunakan triangulasi sumber dan tehnik. Dari data-data observasi dan wawancara makan akan mendapatkan temuan-temuan.

Tahap akhir dari proses penelitian ini adalah analisis data, dalam penelitian ini pengumpulan data dan pengujia data dilakukan kepada

petani tebu dan bagian divisi pemasaran. Kemudian data dari berbagai sumber tersebut dianalisis dengan metode kualitatif dan dideskripsikan secara jelas, kemudian dianalisis sehingga menghasilkan kesimpulan akhir.



BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan dua tempat perusahaan yang ada di Kota Surabaya dan Kabupaten Jember.

1. PT Perkebunan Nusantara XI Surabaya

a. Sejarah Singkat Berdirinya PTPN XI Surabaya

Salah satu perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah PTPN XI yang lokasinya di Jalan Merak No. 1, Kecamatan Krembangan, Kota Surabaya Kabupaten Surabaya.

PT. Perkebunan Nusantara XI (Persero) didirikan sesuai Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1996 tanggal 14 Februari 1996, merupakan gabungan antara PT. Perkebunan XX (Persero) dan PT. Perkebunan XXIV-XXV (Persero) yang masing-masing didirikan berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 1972 dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 1975.

Anggaran Dasar Perusahaan Perseroan (Persero) PT. Perkebunan Nusantara XI sesuai Akta Nomor 44 tanggal 11 Maret 1996, yang dibuat oleh Notaris Harun Kamil, SH., telah disahkan oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia Nomor : C2-8339 HT.01.01.Th.96, tanggal 8 Agustus 1996 dan telah diumumkan dalam Tambahan Berita Negara Republik Indonesia tanggal 8 Oktober 1996

Nomor 81, beserta perubahan-perubahan, yang terakhir sebagaimana Akta Pernyataan Keputusan Rapat Nomor 3 tanggal 19 November 2012 yang dibuat dihadapan Notaris Ny. Erna Anggraini Hutabarat, SH., M.Si., dan telah mendapat persetujuan berdasarkan Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor : AHU-03506.AH.01.02. Tahun 2013, tanggal 30 Januari 2013.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 72 Tahun 2014 tentang Penambahan Penyertaan Modal Negara Republik Indonesia Ke Dalam Modal Saham Perusahaan Perseroan (Persero) PT. Perkebunan Nusantara III, maka status PT. Perkebunan Nusantara XI menjadi anak perusahaan dengan PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) sebagai *Holding* BUMN Perkebunan.

Launching Holding BUMN Perkebunan dilakukan pada tanggal 2 Oktober 2014 bertempat di halaman Kantor Pusat PT. Perkebunan Nusantara XI Surabaya. Hal ini ditidaklanjuti dengan perubahan pada Anggaran PT. Perkebunan Nusantara XI berdasarkan akta notaris nomor 31 tanggal 23 Oktober 2014 yang dibuat oleh Notaris Nanda Fauz Iwan, SH.,M.KN dan Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor AHU-10565.40.20.2014 tentang Persetujuan Badan Hukum Perseroan Terbatas PT. Perkebunan Nusantara XI.

Sejak terbentuk pertama kali, perusahaan telah berulang kali mengalami perubahan. Restrukturisasi terakhir terjadi pada tahun 1996 bersamaan dengan penggabungan 14 PTP menjadi 14 PTPN. Kemudian

pada tahun 2014, PTPN XI yang berkantor pusat di jalan Merak Surabaya ini menjadi bagian dari *holding* perkebunan di bawah komando PTPN III. PTPN XI memiliki 16 unit usaha pabrik gula yang tersebar di wilayah Jawa Timur, 1 unit usaha pabrik alkohol dan spiritus, 1 unit usaha pabrik karung, 4 rumah sakit, dan 2 klinik kesehatan.

b. Visi dan Misi

1) Visi PTPN XI Surabaya

Menjadi Perusahaan Agro Industri yang unggul di Indonesia

2) Misi PTPN XI Surabaya

Mengelola dan Mengembangkan Agro Industri berbasis tebu serta diverifikasi usaha untuk memberi nilai tambah melalui pemanfaatan sumber daya yang berwawasan lingkungan.

c. Budaya Perusahaan

Nilai-nilai budaya PTPN XI merupakan keyakinan segenap insan perusahaan yang berperan sebagai sumber motivasi, daya dorong dan pedoman dalam bersikap dan perilaku secara positif dan sinergi dalam menjalankan misi dan mencapai visi perusahaan.

Budaya perusahaan bukan hanya di dukung dengan kegiatan (*not only an act*), slogan, upacara, sistem dan struktur, tetapi merupakan kebiasaan (*habit*). Budaya perusahaan merupakan pola perilaku yang menjadikan segenap jajaran terdorong untuk mengikutinya secara sukarela, senang hati serta menciptakan makna, jati diri dan kebersamaan

Budaya PTPN XI yang hendak diwujudkan adalah budaya yang mampu mewujudkan suasana kerja yang kondusif dan komperatif, serta memotivasi karyawan untuk berperan secara optimal, dapat menciptakan dan memanfaatkan peluang,memenangkan persaingan usaha, mampu menghadapi segala kondisi yang di hadapi serta meningkatkan efektivitas pencapaian visi perusahaan. Kunci sukses membangun budaya adalah :

- 1) Kesamaan presepsi tentang pentingnya budaya bagi perusahaan,
- 2) Komitmen setiap insan perusahaan di seluruh level manajemen,
- 3) Keteladanan dari setiap pemimpin,
- 4) Dukungan sistem manajemen.

d. Values (Nilai-Nilai)

1) Amanah

Menjunjung tinggi integritas dan tanggung jawab serta keselarasan antara pemikiran, perkataan dan perbuatan.

2) Profesional

Memiliki kompetensi, berkualitas dan antusias untuk memberikan nilai tambah bagi perusahaan.

3) Sinergi

Membina kerjasama anatar individu dan bagian dengan optimal untuk mencapai tujuan.

4) Pelayanan Prima

Pelayanan terbaik yang di berikan perusahaan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan internal.

5) Inovatif

Berpandangan jauh kedepan, kreatif dalam pengembangan bisnis guna menjaga keseimbangan perusahaan.

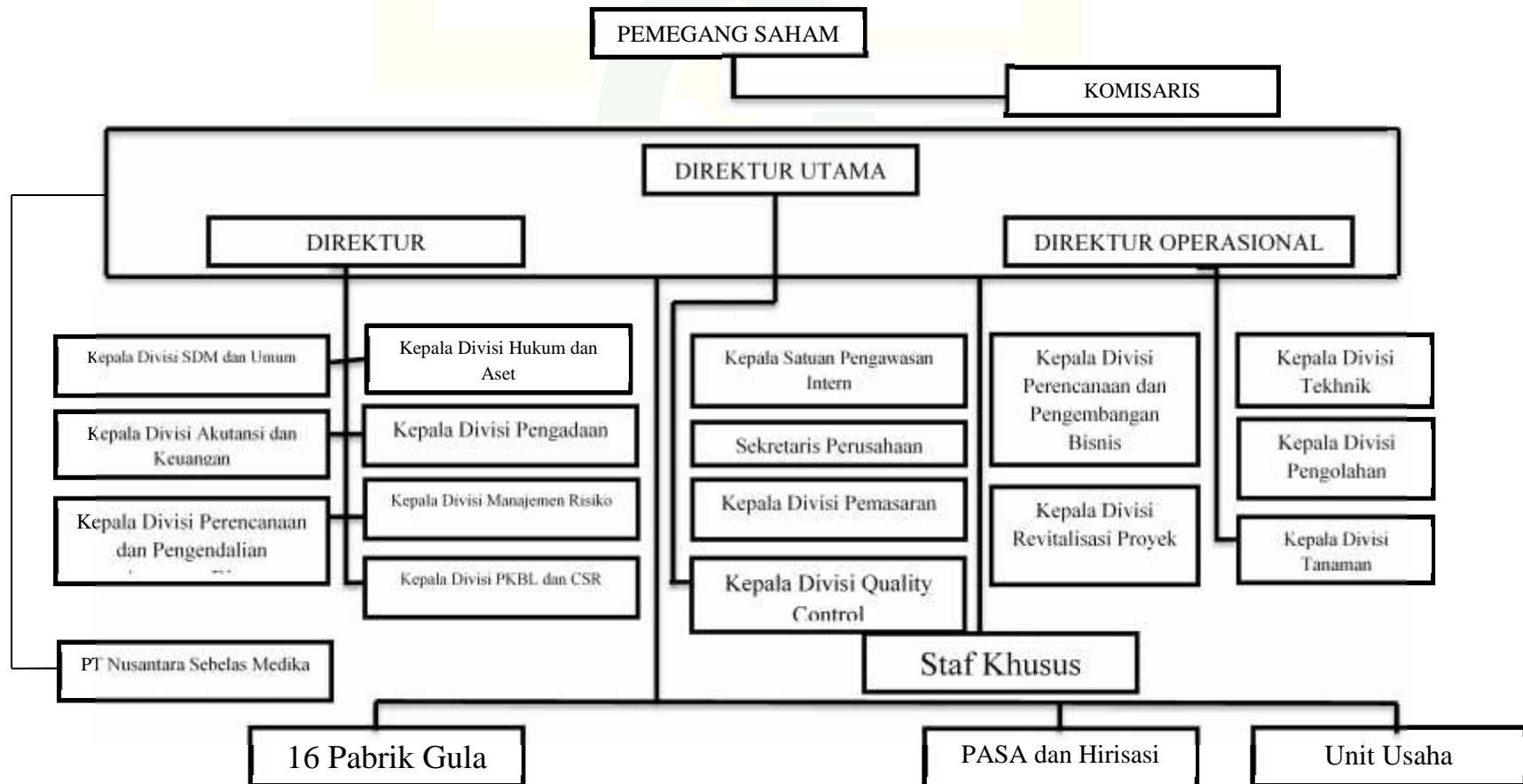
6) Peduli

Sikap memperhatikan dan bertindak proatif terhadap kondisi atas keadaan di sekitar kita.

e. Struktur Organisasi

Setiap organisasi mempunyai tujuan yang telah direncanakan dan ditetapkan. Langkah utama dalam mencapai tujuan tersebut adalah dengan merencanakan dan merumuskan stuktur organisasi yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan organisasi. Agar tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai, maka orang yang bekerja dalam suatu organisasi harus mengetahui dan mengerti akan tugas, tanggungjawab dan wewenangnya. Untuk menggambarkan secara sistematis hubungan kerja antar unsur-unsur organisasi maka harus ada struktur organisasi yang jelas. Adapun struktur organisasi pada PTPN XI Surabaya adalah sebagai berikut :

Bagan 4.1
Struktur Organisasi PT Perkebunan Nusantara XI



Sumber : PT Perkebunan Nusantara XI Surabaya, 17 Juni 2019

f. Ruang Lingkup Kegiatan/Usaha PTPN XI Surabaya

1) Bagian Divisi Pemasaran

a) Kadiv pemasaran

(1) Identitas Jabatan

Nama	: Kepala Divisi Pemasaran
Divisi/Bagian	: Pemasaran
Atasan Langsung	: Direktur SDM dan Umum
Bawahan Langsung	: Kepala Urusan Penjualan & Analisa Pasar dan Kepala Urusan Retail & Distribusi

(2) Ringkasan Tanggung Jawab

Bertanggung jawab atas tercapainya target penjualan yang ditetapkan dengan mengoptimalkan potensi pasar melalui kegiatan perencanaan, monitoring, evaluasi dan analisa kegiatan penjualan baik secara langsung (retail & distribusi) maupun melalui sistem penjualan lainnya sesuai dengan prosedur dan prinsip GCG yang telah ditetapkan dalam menunjang kelancaran operasional bisnis perusahaan.

(3) Target Pekerjaan

- Pencapaian target penjualan yang ditetapkan.
- Peningkatan jumlah konsumen dan distributor
- Target realisasi analisa pasar sesuai dengan jadwal dan prosedur yang ditetapkan.

- (d) Efektivitas dan efisiensi biaya penjualan.
- (e) Tercapainya inovasi proses kerja yang lebih efektif.
- (f) Komplain tertangani dengan benar dan segera.
- (g) Tingkat pengelolaan SDM di Divisi (target kinerja dan *attitude* karyawan).
- (h) Kompetensi diri dan Tim sesuai dengan target dan persyaratan yang ditetapkan.
- (i) Tercapainya pengelolaan Divisi sesuai prinsip-prinsip GCG sesuai Permen No 01/MBU/2011.

b) Kaur Penjualan dan Analisa Pasar

(1) Identitas Jabatan

Nama Jabatan : Kepala Urusan Penjualan dan Analisa
Pasar

Divisi/ Bagian : Pemasaran

Atasan Langsung : Kepala Divisi Pemasaran

Bawahan langsung : Staf Penjualan dan Staf Analisa Pasar

(2) Ringkasan Tanggung Jawab

Bertanggung jawab atas kegiatan menganalisa, merumuskan, mengusulkan dan monitoring pelaksanaan kebijakan dalam penjualan produk dan analisa pasar dalam upaya pencapaian target penjualan serta pengembangan bisnis sesuai dengan strategi dan ketetapan perusahaan.

c) Kaur Retail dan Distribusi

(1) Identitas Jabatan

Nama Jabatan : Kepala Urusan Retail & Distribusi

Divisi/ Bagian : Pemasaran

Atasan Langsung : Kepala Divisi Pemasaran

Bawahan langsung : Staf Retail dan Staf Distribusi

(2) Ringkasan Tanggung Jawab

Bertanggung jawab atas kegiatan perencanaan, koordinasi, monitoring, dan evaluasi kegiatan retail dan distribusi sesuai dengan prosedur dan prinsip GCG yang telah ditetapkan agar mampu mencapai target penjualan dan menunjang kelancaran operasional bisnis perusahaan.

d) Staf Analisa Pasar

(1) Identitas Jabatan

Nama Jabatan : Staf Analisa Pasar

Divisi/ Bagian : Pemasaran

Atasan Langsung : Kepala Urusan Penjualan & Analisa
Pasar

Bawahan Langsung : -

(2) Ringkasan Tanggung Jawab

Bertanggung jawab atas pelaksanaan survey dan analisa pasar secara periodik sehingga dapat diperoleh informasi yang akurat dalam mengetahui daya saing, daya

jual, dan minat pasar sebagai dasar pembuatan keputusan dan penetapan strategi penjualan dalam mencapai target penjualan yang ditetapkan perusahaan.

e) Staf Distribusi

(1) Identitas Jabatan

Nama Jabatan : Staf Distribusi
 Divisi/ Bagian : Pemasaran
 Atasan Langsung : Kepala Urusan Retail & Distribusi
 Bawahan Langsung : -

(2) Ringkasan Tanggung Jawab

Bertanggung jawab atas terkelolanya kegiatan distribusi dengan benar sesuai dengan target yang telah ditetapkan agar tidak terjadi kekosongan produk di masing-masing wilayah sehingga mampu mendukung pencapaian target penjualan yang telah ditetapkan.

f) Staf Penjualan

(1) Identitas Jabatan

Nama Jabatan : Staf Penjualan
 Divisi/ Bagian : Pemasaran
 Atasan Langsung : Kepala Urusan Penjualan & Analisa
 Pasar

Bawahan Langsung : -

(2) Ringkasan Tanggung Jawab

Bertanggung jawab atas pelaksanaan penjualan secara efektif, benar, aman, dan dapat dipertanggung jawabkan sesuai dengan prosedur dan ketentuan yang berlaku mulai dari persiapan, pelaksanaan penjualan, dan evaluasinya, dalam mendukung kelancaran operasional penjualan dan pencapaian target penjualan yang telah ditetapkan.

g) Staf Retail

(1) Identitas Jabatan

Nama Jabatan : Staf Retail

Divisi/ Bagian : Pemasaran

Atasan Langsung : Kepala Urusan Retail & Distribusi

Bawahan Langsung : -

(2) Ringkasan Tanggung Jawab

Bertanggung jawab atas terlaksananya kegiatan penjualan dengan benar untuk mencapai target yang telah ditetapkan sehingga mampu mencapai tujuan dan strategi yang telah ditetapkan perusahaan.

2. PTPN XI Pabrik Gula Semboro

a. Sejarah Singkat Berdirinya Pabrik Gula Semboro

Perusahaan yang kedua yaitu pabrik gula Semboro salah satu unit dari PTPN XI yang berlokasi di Desa Semboro, Kecamatan Semboro Kabupaten Jember.

Pabrik gula semboro didirikan pada tahun 1921 oleh HVA (*Handles Vereniging Amsterdam*) sebagai pemilik swasta dari Negeri Belanda yang berkantor pusat di Belanda dengan kantor perwakilan di Pulau Jawa.

Pada tahun 1928 pabrik siap dan mulai menggiling tebu. Pada tahun 1930 sampai dengan 1932 pabrik mulai giling dengan kapasitas penuh, dengan luas lahan 2.103 Ha.

Pada tahun 1933 sampai tahun 1939 aktivitas berhenti karena akan mengalami kerugian, sedangkan pada tahun 1940 giling kembali dengan luas lahan 1.271 Ha. Sejak tahun 1941 sampai dengan tahun 1949 kegiatan berhenti lagi pada masa Perang Dunia II Indonesia dalam pendudukan Jepang dan masa perang kemerdekaan.

Pada saat itu Pabrik Gula Semboro mengalami kerusakan-kerusakan hingga harus diadakan perbaikan sesudah masa revolusi. Seperti diketahui di daerah Jember sebelum Perang Dunia II memiliki 3 buah Pabrik Gula yaitu :

- 1) Pabrik Gula Semboro di Kecamatan Tanggul,
- 2) Pabrik Gula Semboro di Kecamatan Kencong,
- 3) Pabrik Gula Semboro di Kecamatan Balung.

Ketiga Pabrik Gula itu pada masa pendudukan Jepang mengalami kerusakan dan dari sisa-sisa itu dibangun Pabrik Gula Semboro dengan kapasitas giling 24.000 kuintal per hari.

Mulai pada tahun 1950 Pabrik Gula Semboro diaktifkan kembali sampai berakhirnya penguasaan bangsa asing yaitu tahun 1957, dimana pada waktu itu perusahaan-perusahaan asing diambil alih oleh Pemerintah Indonesia. Sejak diambil alih Pemerintah Indonesia sampai tahun giling 1968, Pabrik Gula Semboro termasuk dalam PPN Inspektor VIII yang berkendudukan di jalan Jembatan Merah Surabaya, bersama Pabrik Gula Demas, Pabrik Gula Wringin Anom, Pabrik Gula Olean, Pabrik Gula Panji, Pabrik Gula Asembagus, dan Pabrik Gula Pradjekan.

Sejak masa giling tahun 1976 sampai dengan 1975, Pabrik Gula Semboro termasuk PNP XXIV bersama Pabrik Gula Kedawoeng, Pabrik Gula Wonolangan, Pabrik Gula Gending, Pabrik Gula Pajarakan dan Pabrik Gula Djatiroto.

Sejak tahun 1976 dengan adanya penggabungan PNP XXIV dan XXV Pabrik Gula Semboro termasuk dalam lingkungan PT. Perkebunan XXIV-XXV (Persero) bergabung menjadi satu dengan PTP XX, XXIII, XXIX (Persero) berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) No. 16 tanggal 14 Februari 1996 dan pendirian perusahaan dengan akta notaris No. 44 tanggal 11 Maret 1996 menjadi PT. Perkebunan Nusantara XI (PERSERO).

b. Visi dan Misi

1) Visi PTPN XI Surabaya

Menjadi Perusahaan Agro Industri yang unggul di Indonesia

2) Misi PTPN XI Surabaya

Mengelola dan Mengembangkan Agro Industri berbasis tebu serta diverifikasi usaha untuk memberi nilai tambah melalui pemanfaatan sumber daya yang berwawasan lingkungan.

c. Budaya Perusahaan

Nilai-nilai budaya PTPN XI merupakan keyakinan segenap insan perusahaan yang berperan sebagai sumber motivasi, daya dorong dan pedoman dalam bersikap dan perilaku secara positif dan sinergi dalam menjalankan misi dan mencapai visi perusahaan.

Budaya perusahaan bukan hanya di dukung dengan kegiatan (*not only an act*), slogan, upacara, sistem dan struktur, tetapi merupakan kebiasaan (*habit*). Budaya perusahaan merupakan pola perilaku yang menjadikan segenap jajaran terdorong untuk mengikutinya secara sukarela, senang hati serta menciptakan makna, jati diri dan kebersamaan

Budaya PTPN XI yang hendak diwujudkan adalah budaya yang mampu mewujudkan suasana kerja yang kondusif dan komperatif, serta memotivasi karyawan untuk berperan secara optimal, dapat menciptakan dan memanfaatkan peluang, memenangkan persaingan usaha, mampu menghadapi segala kondisi yang di hadapi serta meningkatkan efektivitas pencapaian visi perusahaan. Kunci sukses membangun budaya adalah :

- 1) Kesamaan presepsi tentang pentingnya budaya bagi perusahaan,
- 2) Komitmen setiap insan perusahaan di seluruh level manajemen,
- 3) Keteladanan dari setiap pemimpin,

4) Dukungan sistem manajemen.

d. Values (Nilai-Nilai)

1) Amanah

Menjunjung tinggi integritas dan tanggung jawab serta keselarasan antara pemikiran, perkataan dan perbuatan.

2) Profesional

Memiliki kompetensi, berkualitas dan antusias untuk memberikan nilai tambah bagi perusahaan.

3) Sinergi

Membina kerjasama anatar individu dan bagian dengan optimal untuk mencapai tujuan.

4) Pelayanan Prima

Pelayanan terbaik yang di berikan perusahaan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan internal.

5) Inovatif

Berpandangan jauh kedepan, kreatif dalam pengembangan bisnis guna menjaga keseimbangan perusahaan.

6) Peduli

Sikap memperhatikan dan bertindak proatif terhadap kondisi atas keadaan di sekitar kita.

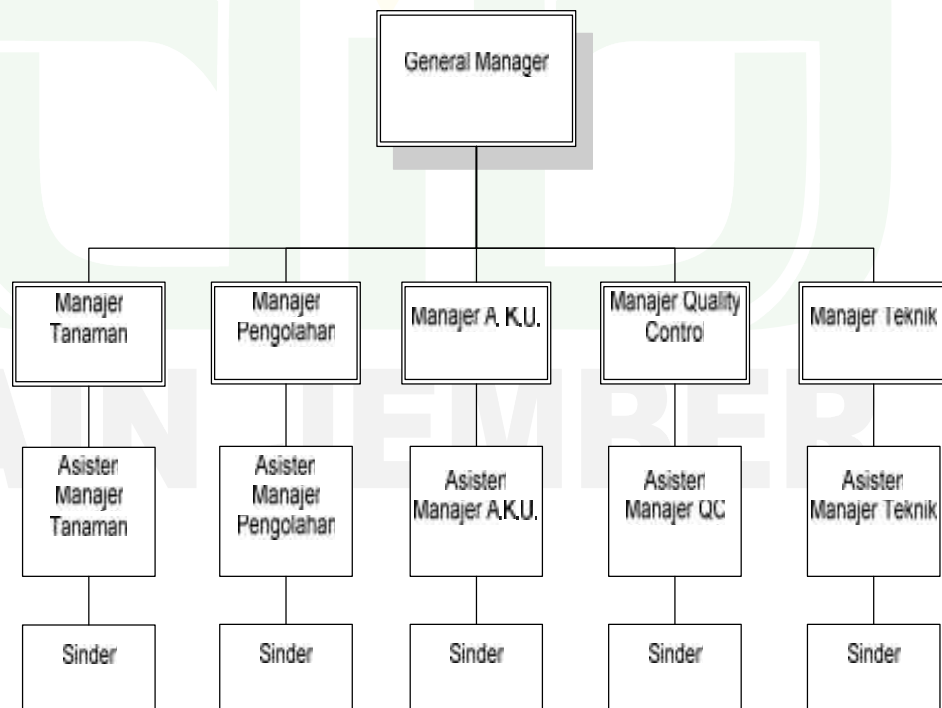
e. Meaning

Memberikan pelayanan terbaik demi kesejahteraan bersama.

f. Struktur Organisasi

Setiap organisasi mempunyai tujuan yang telah direncanakan dan ditetapkan. Langkah utama dalam mencapai tujuan tersebut adalah dengan merencanakan dan merumuskan stuktur organisasi yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan organisasi. Agar tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai, maka orang yang bekerja dalam suatu organisasi harus mengetahui dan mengerti akan tugas, tanggungjawab dan wewenangnya. Untuk menggambarkan secara sistematis hubungan kerja antar unsur-unsur organisasi maka harus ada struktur organisasi yang jelas. Adapun struktur organisasi pada PTPN XI pabrik gula Semboro adalah sebagai berikut :

Bagan 4.2
Struktur Organisasi Pabrik Gula Semboro



Sumber: PTPN XI Pabrik Gula Semboro 14 Juni 2019

g. Ruang Lingkup Kegiatan/Usaha Pabrik Gula Semboro

1) Bagian Teknik

Bagian Teknik atau instalasi PG Semboro memiliki dua macam tugas umum, yaitu tugas yang terkait dengan periode giling dan periode diluar masa giling. Tugas bagian teknik/instalasi ketika berada diluar musing giling adalah untuk menyiapkan peralatan baik berupa mesin maupun asset lain yang berada di bawah tanggung jawabnya, yang mendukung proses produksi gula sebelum musim giling terjadi. Selain itu, Bagian teknik berkewajiban melakukan *maintenance* secara rutin agar mesin dan asset lainnya tersebut siap digunakan ketika musim giling tiba dan meminimalisir resiko kerusakan asset ketika proses giling berlangsung. Selain itu bagian teknik juga melaksanakan fungsi administrasi terkait dengan permintaan pengadaan barang baik secara lokal maupun tender.

Disisi lain, ketika tiba saat musim giling, bagian teknik/instalasi wajib melakukan pengawalan atas proses giling termasuk mengamati kondisi mesin-mesin terkait sehingga proses produksi dapat berjalan optimal. Selain itu, ketika musim giling terjadi, bagian teknik juga harus menyusun kebutuhan-kebutuhan selama satu tahun kedepan untuk proses penyusunan RKAP.

2) Bagian Pengolahan

Proses pengolahan tebu hingga menjadi gula produk adalah tanggung jawab dari bagian pengolahan ketika musim giling sedang

berlangsung. Sedangkan diluar musim giling, bagian pengolahan bertugas untuk berkoordinasi dengan bagian teknik mengenai *maintenance* alat-alat pengolahan. Hal ini bertujuan supaya musim giling berikutnya dapat berjalan dengan lancar.

3) Bagian Quality Control

PG Semboro memiliki Quality Control sejak tahun 2015, hal ini dikarenakan pihak internal pabrik membutuhkan suatu bagian yang independen untuk menilai kinerja masing-masing bagian tanpa adanya benturan kepentingan. Oleh sebab itu dibentuklah bagian quality control yang saat ini sebagian besar karyawannya berasal dari bagian tanaman dan pengolahan. Tugas bagian Quality Control secara umum yaitu :

- a) Melakukan pengawasan terhadap Bahan Baku Tebu (BBT) agar memiliki kualitas MBS (Manis, Bersih dan Segar),
- b) Mengawasi proses produksi,
- c) Melakukan pengawasan terhadap kualitas gula.

Dalam menjaga kualitas bahan baku, bagian quality control memiliki tugas memeriksa kemanisan dari tebu yang diangkut oleh truk atau lori melalui handbrix.

4) Bagian Tanaman

Tugas utama bagian tanaman adalah untuk menyediakan lahan dan bibit serta melakukan proses tanam, pemupukan, dan pembasmian hama maupun gulma untuk memperoleh tebu yang berkualitas baik.

Selain itu bagian tanaman juga bertugas untuk memenuhi kapasitas giling PG Semboro sehingga tidak ada kapasitas menganggur. Oleh karena itu sejak proses tanam awal bagian tanaman sudah memperkirakan berapa tebu yang harus ditanam saat ini untuk memenuhi kuota gilingan di tahun tebang. Bahan baku tebu PG Semboro mayoritas berasal dari petani rakyat. Dengan prosentase TR adalah 90% dan 10% sisanya berasal dari tebu sendiri. Setiap kebun diurus oleh KKW / Sinder yang bertanggung jawab langsung kepada asisten manajer.

5) Bagian Administrasi, Keuangan dan Umum (A.K.U)

Fungsi administrasi, keuangan dan umum yang dilakukan oleh bagian A.K.U adalah fungsi pendukung untuk *mensupport* kegiatan di bagian lain baik dalam proses pengadaan, pembayaran, penyimpanan barang/bahan, pengeluaran barang/bahan dan pembukuan. Setiap proses yang terjadi di dalam A.K.U saling berhubungan satu dan yang lain, baik antar sub bagian dalam A.K.U maupun dengan bagian-bagian yang lain. Meskipun memiliki fungsi pendukung, bagian A.K.U dan bagian yang lain memiliki tujuan yang sama yaitu untuk mencapai target dan tujuan perusahaan yang telah ditetapkan. Tugas utama bagian A.K.U pada PG Semboro bagian AKU dibagi menjadi 4 (empat) bagian, antara lain : Akuntansi, keuangan, gudang, serta SDM & Umum. Untuk beberapa sub bagian dipegang oleh satu kasie dikarenakan kurangnya SDM untuk menjalankan fungsi tersebut.

Meskipun begitu bagian A.K.U harus tetap mampu dalam menjalankan tugas utamanya yaitu sebagai pengendali biaya PG Semboro.

6) Bagian Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan salah satu faktor produksi yang sangat penting. SDM harus dikelola dengan baik agar faktor produksi berjalan lancar. PG Semboro pada tahun ini mempunyai jumlah SDM sebanyak 1745 orang yang terdiri dari berbagai macam golongan. Karyawan yang ada di PG Semboro adalah karyawan tetap golongan I – IV, karyawan kampanye, karyawan PKWT (Perjanjian Kerja Waktu Tertentu), dan karyawan borongan. Setiap karyawan mempunyai hak dan kewajiban masing-masing sesuai dengan golongan. Bagian SDM di PG Semboro mengurus beberapa hal antara lain sistem penggajian, hubungan antar karyawan, keamanan dan umum.

1) Keamanan

Keamanan di pabrik gula Semboro bertanggung jawab terhadap keamanan perusahaan serta ketertiban dan kedisiplinan pekerjaan.

2) Bidang Umum

Bidang umum di PG Semboro bertanggung jawab terhadap fasilitas karyawan & umum.

B. Penyajian Data dan Analisis Data

Penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Secara umum tujuan penelitian terbagi menjadi tiga macam, yaitu yang bersifat penemuan, pembuktian, dan pengembangan. Pada bagian ini akan disajikan data-data hasil penelitian yang telah dilakukan terkait dengan strategi penetapan harga gula pada PTPN XI Pabrik Gula Semboro dengan tetap mengacu kepada fokus penelitian.

Hasil teknik pengumpulan data yang diolah dalam penelitian ini adalah hasil observasi (pengamatan), interview (wawancara), dan perolehan data dari dokumentasi yang didapat peneliti selama di lapangan. Penyajian dan analisis data dalam penelitian ini merupakan laporan tertulis dari peneliti mengenai penetapan harga di PTPN XI Pabrik Gula Semboro. Laporan tertulis tersebut, data-data yang sudah didapatkan oleh peneliti akan dituangkan ke dalam karya ilmiah ini. Adapun penyajian dan analisis data dalam hal ini yaitu Strategi Penetapan Harga Gula Yang Digunakan Perusahaan PTPN XI Pabrik Gula Semboro.

a. Tujuan Penetapan Harga

1) Untuk Bertahan Hidup

Hasil wawancara dengan Ibu Sahara (29 Tahun) bagian divisi pemasaran PTPN XI Surabaya, sebagaimana paparan yang disampaikan sebagai berikut :

Dalam hal tersebut perusahaan PTPN XI pabrik gula Semboro akan berupaya meningkatkan produksi dengan memberi peran yang lebih besar kepada petani tebu dengan memberi ruang yang luas bagi petani untuk berpartisipasi dalam produksi gula sebagai pemasok bahan baku tebu.⁷⁹

Hasil wawancara dengan Bapak Rizal (32 Tahun) bagian divisi pemasaran PTPN XI Surabaya, sebagaimana paparan yang disampaikan sebagai berikut :

Perusahaan akan tetap memaksimalkan dalam penjualan gula dan petani sebagai pemasok gula.⁸⁰

Hasil wawancara dengan Bapak Roni (38 Tahun) bagian divisi pemasaran PTPN XI Surabaya, sebagaimana paparan yang disampaikan sebagai berikut :

Petani adalah pemasok yang berperan besar bagi perusahaan untuk PTPN XI.⁸¹

Hasil dari wawancara adalah tujuan tersebut untuk meningkatkan produksi gula dan pendapatan petani tebu dalam upaya mengatasi defisit produksi yang terus meningkat. Perusahaan dan petani akan berupaya menciptakan harga transparan, kompetitif, dan inklusif dengan menciptakan keuntungan melalui harga yang tertinggi dan bahkan dianggap sebagai salah satu kemitraan antara pabrik gula dengan petani dalam memberikan kepastian pasar.

⁷⁹ Sahara, *Wawancara*, Surabaya, 10 - 15 Juni 2019

⁸⁰ Rizal, *Wawancara*, Surabaya, 10-15 Juni 2019

⁸¹ Roni, *Wawancara*, Surabaya, 10-15 Juni 2019

2) Untuk Memaksimalkan Laba

Hasil wawancara dengan Ibu Sahara, yang berumur (29 tahun) bagian divisi pemasaran PTPN XI Surabaya, sebagaimana paparan yang disampaikan sebagai berikut :

Setiap periode harga mengalami perubahan-perubahan tidak menetap. Jadi, dalam mengambil keuntungan berubah-ubah atau tidak sama.⁸²

Hasil wawancara dengan Bapak Rizal (32 Tahun) bagian divisi pemasaran PTPN XI Surabaya, sebagaimana paparan yang disampaikan sebagai berikut :

Laba akan ditentukan tergantung dari regulasi harga. Karena setiap tahun berbeda.⁸³

Hasil wawancara dengan Bapak Roni (38 Tahun) bagian divisi pemasaran PTPN XI Surabaya, sebagaimana paparan yang disampaikan sebagai berikut :

Dari RKAP itu akan menentukan berapa keuntungan yang perusahaan ambil. Karena kita juga harus melihat regulasi harga dengan pertimbangan yang banyak.⁸⁴

Hasil dari wawancara adalah adalah setiap periode harga akan berubah karena harga ditetapkan oleh Pemerintah sehingga dalam RKAP perusahaan akan mengambil keuntungan berapa persennya tidak selalu sama. Karena perusahaan mengacu pada patokan harga dari pemerintah.

⁸² Sahara, *Wawancara*, Surabaya, 10 - 15 Juni 2019

⁸³ Rizal, *Wawancara*, Surabaya, 10-15 Juni 2019

⁸⁴ Roni, *Wawancara*, Surabaya, 10-15 Juni 2019

3) Karena Pesaing

Hasil wawancara dengan Bapak Roni (38 Tahun) bagian divisi pemasaran PTPN XI Surabaya, sebagaimana paparan yang disampaikan sebagai berikut :

Ada tiga cara sebelum perusahaan menetapkan harga gula yaitu melihat harga gula dunia, harga pasar lokal dan harga penjualan produsen ke pabrik-pabrik”. Agar kita bisa mempertimbangkan harga sebelum gula dijual ke pasar.⁸⁵

Hasil wawancara dengan Bapak Rizal (32 Tahun) bagian divisi pemasaran PTPN XI Surabaya, sebagaimana paparan yang disampaikan sebagai berikut :

Benar kata Pak Roni sebelum kita menentukan harga kita perlu mempertimbangkan atau menyeimbangkan harga di pasaran agar kita menentukan harga tidak terlalu rendah dan tidak terlalu tinggi dengan melihat 3 cara yang telah disebutkan Bapak Roni.⁸⁶

Hasil wawancara dengan Ibu Sahara, yang berumur (29 tahun) bagian divisi pemasaran PTPN XI Surabaya, sebagaimana paparan yang disampaikan sebagai berikut :

Saya tidak perlu menjelaskan kembali karena bapak roni telah menjelaskan semuanya itu sudah mewakili dari kami.⁸⁷

Hasil dari wawancara adalah perusahaan PTPN XI sebelumnya akan mengadakan rapat bersama, membuat perencanaan sebelum penjualan dengan acuan RKAP. Setelah itu perusahaan akan melihat harga gula dengan tiga cara yaitu melihat harga gula dunia, harga pasar lokal dan harga penjualan produsen ke pabrik-pabrik sebelum

⁸⁵ Roni, *Wawancara*, Surabaya, 10-15 Juni 2019

⁸⁶ Rizal, *Wawancara*, Surabaya, 10-15 Juni 2019

⁸⁷ Sahara, *Wawancara*, Surabaya, 10 - 15 Juni 2019

Untuk cara yang ketiga adalah harga penjualan produsen ke pabrik-pabrik yaitu perusahaan mempunyai unit 16 pabrik gula. Perusahaan akan melihat setiap bulan perkembangan harga penjualan yang ditawarkan oleh pihak ketiga di setiap unit pabrik gula milik PTPN XI.

Dengan tiga cara tersebut maka perusahaan akan mengadakan rapat keseluruhan untuk mempertimbangkan harga jual yang akan ditetapkan untuk dipasarkan. Dengan perhitungan jumlah pengeluaran produksi selama musim giling dan laba yang dihasilkan.

b. Faktor-Faktor Penetapan Harga

1) Tujuan Pemasaran Perusahaan

Hasil wawancara dengan Bapak Roni (38 Tahun) bagian divisi pemasaran PTPN XI Surabaya, sebagaimana paparan yang disampaikan sebagai berikut :

Sebelum harga menetapkan harga. PTPN akan mengadakan RKAP dan perusahaan akan menetapkan juga berapa keuntungan yang bakal diambil.⁸⁸

Hasil wawancara dengan Bapak Rizal (32 Tahun) bagian divisi pemasaran PTPN XI Surabaya, sebagaimana paparan yang disampaikan sebagai berikut :

Sebelum kesepakatan harga kita akan mengadakan RKAP yaitu Rencana Kerja Anggaran Perusahaan. Harga gula akan dipengaruhi oleh RKAP tersebut.⁸⁹

⁸⁸ Roni, *Wawancara*, Surabaya, 10-15 Juni 2019

⁸⁹ Rizal, *Wawancara*, Surabaya, 10-15 Juni 2019

Hasil wawancara dengan Bapak Hj. Yeyek (52 Tahun) selaku petani tebu yang bermitra dengan pabrik gula Semboro, Sebagaimana pemaparan yang disampaikan sebagai berikut :

Sebelum penjualan gula lelang di PTPN XI Surabaya. Pabrik gula semboro akan membentuk tim asosiasi untuk menetapkan harga.⁹⁰

Hasil dari wawancara adalah sebelumnya PTPN XI akan mengadakan Rencana Kerja Anggaran Perusahaan (RKAP) dalam menetapkan harga dan keuntungan atau laba yang akan ditetapkan oleh perusahaan sebelum gula di pasarkan. Agar perusahaan tetap mendapatkan keuntungan untuk biaya masa produksi kedepannya.

Sebelum menetapkan harga pabrik akan dilakukan pembentukan tim asosiasi yang disebut dengan Tim KPTR. Semua petani pabrik gula Semboro akan dikumpulkan bersama ADM, sekretaris, dan bendhara pabrik gula semboro. Untuk menetapkan harga gula dengan keuntungan yang akan petani dapatkan.

2) Strategi Bauran Pemasaran

Hasil wawancara dengan Bapak Rizal, yang berumur (32 tahun) bagian divisi pemasaran PTPN XI Surabaya, sebagaimana paparan yang disampaikan sebagai berikut :

Saat membuat perencanaan sebelum penjualan maka saat perhitungan antara biaya produksi dan laba yang dihasilkan akan menghasilkan harga jual. Tetapi perusahaan menutupi atau merahasiakan harga jual yang sebenarnya kepada produsen. Perusahaan memberikan harga jual di atas harga jual. Perusahaan juga berusaha membuat produk-produk baru untuk

⁹⁰ Hj. Yeyek, *Wawancara*, Tanggul, 14 Juni 2019

menetapkan harga serendah mungkin dalam meraih pasar. Untuk menutupi biaya tersebut lebih ke penetapan harga kontrak kerjasama dengan pihak ketiga.⁹¹

Hasil wawancara dengan Ibu Sahara, yang berumur (29 tahun) bagian divisi pemasaran PTPN XI Surabaya, sebagaimana paparan yang disampaikan sebagai berikut :

Perusahaan akan menutupi harga sebenarnya kepada pihak ketiga setelah kita mengadakan RKAP.⁹²

Hasil wawancara dengan Bapak Hj. Yeyek (52 Tahun) selaku petani tebu yang bermitra dengan pabrik gula Semboro, Sebagaimana pemaparan yang disampaikan sebagai berikut :

Petani tidak bisa menaikkan dan merendahkan harga. Kita mengikuti patokan dari pemerintah mbak.⁹³

Hasil dari wawancara adalah bahwanya setiap perusahaan akan memiliki strategi dalam memasarkan produk. Disitulah perusahaan PTPN XI menetapkan harga dengan menutupi atau merahasiakan harga jual sebenarnya kepada pihak ketiga dalam sistem kontrak. Berbeda dengan para petani bahwa mereka tidak memiliki strategi dalam harga. Petani hanya mengikuti HPP yaitu Harga Patokan Petani dari pemerintah. Jadi, petani tidak bisa menaikkan harga. Mungkin naik hanya ketika lelang itupun lelang akan menurun kembali harga yang telah disepakati. Sesuai aturan pemerintah dan perusahaan.

⁹¹ Rizal, *Wawancara*, Surabaya, 10-15 Juni 2019

⁹² Sahara, *Wawancara*, Surabaya, 10 - 15 Juni 2019

⁹³ Hj. Yeyek, *Wawancara*, Tanggul, 11 Juni 2019

3) Biaya

Hasil wawancara dengan Bapak Suryo (46 Tahun) selaku SKW HGU PTPN XI Pabrik Gula Semboro, sebagaimana paparan yang disampaikan sebagai berikut :

Sebelum menetapkan harga dengan tim KPTR. Kami akan memperhitungkan biaya selama pemeliharaan tanaman 1 dengan biaya Rp. 15.830.827 dan tanaman 2 dengan biaya Rp. 11.807.992. Hal-hal selama rapat tim kami akan menghitung berapa tebu yang digiling, berapa gula yang dihasilkan, berapa biaya yang dikeluarkan, dan harga pasaran. dengan perhitungan itu petani akan mendapatkan harga gula pasir dan keuntungan yang akan didapatkan dalam sistem bagi hasil.⁹⁴

Hasil wawancara dengan Bapak Hj. Yeyek (52 Tahun) selaku petani tebu yang bermitra dengan pabrik gula Semboro, Sebagaimana pemaparan yang disampaikan sebagai berikut :

Biaya tanaman 1 itu seperti sebelum memulai menanam tebu dan tanaman 2 itu seperti memelihara kembali setelah ditebang.⁹⁵

Hasil wawancara dengan Bapak Fadil (38 Tahun) selaku mandor kebun tebu Pabrik Gula Semboro. Sebagaimana pemaparan yang disampaikan sebagai berikut :

Iku bener wes seng diomongne Pak Suryo itung-itungane. (itu benar yang disampaikan Bapak Suryo dalam perhitungannya).⁹⁶

Hasil penelitian adalah bahwasanya petani akan memperhitungkan selama biaya produksi yang dikeluarkan. Dimana akan memperhitungkan biaya total selama kebutuhan produksi. Dari

⁹⁴ Suryo, *Wawancara*, Banyuwangi, 16 Juli 2019

⁹⁵ Hj. Yeyek, *Wawancara*, Tanggul, 12 Juni 2019

⁹⁶ Fadil, *Wawancara*, Banyuwangi, 28 Juli 2019

perhitungan tersebut akan menetapkan harga jual gula. Harga jual juga mengacu pada HPP (Harga Patokan Petani) yang ditetapkan oleh pemerintah (Regulasi Harga) sehingga mendapat harga gula. Tanaman 1 artinya dimana biaya sebelum penanaman tebu dan tanaman 2 artinya tanaman baru ditebang lalu dipelihara kembali, perhitungan biaya pemeliharaan dihitung per hektar dengan perhitungan sebagai berikut :

➤ Tanaman 1

Biaya awal s/d akhir	= Rp. 11.874.027
Biaya pupuk dan lain-lain	= Rp. 3.956.800
	<hr/>
	Rp. 15.830.827

➤ Tanaman 2

Biaya awal s/d akhir	= Rp. 7.851.192
Biaya pupuk dan lain-lain	= Rp. 3.956.800
	<hr/>
	Rp. 11.807.992

4) Organisasi

Hasil wawancara dengan Bapak Hj. Yeyek (52 Tahun) selaku petani tebu, sebagaimana paparan yang disampaikan sebagai berikut :

Petani itu dalam menetapkan harga mengacu pada HPP. Saat HPP sangat rendah, sehingga tidak bisa menutupi biaya tanam petani. Pernah ketika tahun 2015 gula harus dijual dengan harga RP. 9000, sampai semua petani mengalami kerugian banyak. Maka, pemerintah akan memerintahkan BULOG untuk membeli semua gula petani dan BULOG mau tidak mau harus membeli gula petani. Petanipun tidak bisa melakukan demo karena sudah ada Surat Keputusan dari pihak perusahaan dan pemerintah.⁹⁷

⁹⁷ Hj. Yeyek, *Wawancara*, Tanggul, 15 Juni 2019

Hasil wawancara dengan Bapak Suryo (46 Tahun) selaku SKW HGU PTPN XI Pabrik Gula Semboro, sebagaimana paparan yang disampaikan sebagai berikut :

Kalau gulanya harganya rendah jauh dari harga patokan pemerintah yang akan membeli gulanya akan BULOG yang ditugaskan oleh pemerintah.⁹⁸

Hasil wawancara dengan Bapak Fadil (38 Tahun) selaku mandor kebun tebu Pabrik Gula Semboro. Sebagaimana pemaparan yang disampaikan sebagai berikut :

Lak wes cek murahe regone gula. Gulone petani yo dituku bek bulog. (kalau sudah harga gula murah. Gula petani akan dibeli oleh BULOG).⁹⁹

Hasil wawancara adalah ketika petani mengalami kesulitan dalam menentukan harga dengan keadaan HPP yang ditentukan oleh Pemerintah sangat rendah. Maka, akan menugaskan BULOG untuk membeli gula milik petani. BULOG sebagai vendor yang berperan besar dalam menyerap tebu petani. BULOG menyerap gula tebu dengan syarat minimal 75%.

Bukan hanya BULOG sebagai vendor yang bekerjasama dengan PTPN XI. Masih banyak perusahaan lain yang menjadi pihak sebagai *supply* gula di perusahaan PTPN XI (lampiran).

⁹⁸ Suryo, *Wawancara*, Banyuwangi, 16 Juli 2019

⁹⁹ Fadil, *Wawancara*, Banyuwangi, 28 Juli 2019

5) Sifat Pasar Dan Permintaan

Hasil wawancara dengan Bapak Rizal (32 Tahun) bagian divisi pemasaran PTPN XI Surabaya, sebagaimana paparan yang disampaikan sebagai berikut :

Faktor yang dialami PTPN XI yang paling utama yaitu permintaan. Ketika harga gula tinggi maka vendor akan membeli gula sedikit dan sebaliknya jika harga gula rendah maka investor akan membeli gula sebanyak-banyaknya. Terkadang pihak ketiga meminta harga rendah.¹⁰⁰

Hasil wawancara dengan Ibu Sahara, yang berumur (29 tahun) bagian divisi pemasaran PTPN XI Surabaya, sebagaimana paparan yang disampaikan sebagai berikut :

Dalam menentukan harga perusahaan sulit karena permintaan dan pasar yang berubah-ubah.¹⁰¹

Hasil wawancara dengan Bapak Roni (38 Tahun) bagian divisi pemasaran PTPN XI Surabaya, sebagaimana paparan yang disampaikan sebagai berikut :

Kita harus mengikuti harga pasaran mbak. Karena harga setiap tahunnya berbeda-beda.¹⁰²

Hasil dari wawancara adalah faktor yang sangat mempengaruhi PTPN XI adalah permintaan pihak ketiga atau investor dalam meminta harga jual. Sifat pasar yang berubah-ubah dalam penentuan bahan pokok.

¹⁰⁰ Rizal, *Wawancara*, Surabaya, 10-15 Juni 2019

¹⁰¹ Sahara, *Wawancara*, Surabaya, 10 - 15 Juni 2019

¹⁰² Roni, *Wawancara*, Surabaya, 10-15 Juni 2019

6) Unsur-Unsur Lingkungan Eksternal Lainnya

Hasil wawancara dengan Bapak Roni (38 Tahun) bagian divisi pemasaran PTPN XI Surabaya, sebagaimana paparan yang disampaikan sebagai berikut :

Faktor yang juga sangat berpengaruh yaitu pemerintah. Kita tidak bisa leluasa dalam menentukan harga. Sejak pemerintahan presiden baru tahun 2015. Semua bahan pokok diatur oleh pemerintah. Sampai PTPN XI dan petani kecewa dengan harga patokan yang terkadang rendah. Padahal kalau kita jual ke Cina bisa melebihi harga patokan. Seumpama harga patokan atau HET sebelas ribu lima ratus. Maka kita harus menjual di bawah harga tersebut. Sedangkan di Cina kita bisa jual paling tinggi tiga belas ribu.¹⁰³

Hasil wawancara dengan Bapak Rizal, yang berumur (32 tahun) bagian divisi pemasaran PTPN XI Surabaya, sebagaimana paparan yang disampaikan sebagai berikut :

Sebenarnya kita bisa menjual gula dengan harga tiga belas ribu. Harga segitu bisa kita jual di Cina.¹⁰⁴

Hasil wawancara dengan Bapak Hj. Yeyek (52 Tahun) selaku petani tebu yang bermitra dengan pabrik gula Semboro, Sebagaimana pemaparan yang disampaikan sebagai berikut :

Dulu sebelum harga ditentukan oleh pemerintah petani masih bisa meninggikan harga gula milik petani di sistem lelang. Tetapi semenjak harga sudah ditentukan pemerintah dan mengikuti patokan pemerintah, disistem lelang kita bisa meninggikan harga.¹⁰⁵

Hasil wawancara adalah bahwasanya PTPN XI milik BUMN. Jadi, untuk menentukan harga perusahaan sangat minim. Sehingga

¹⁰³ Roni, *Wawancara*, Surabaya, 10-15 Juni 2019

¹⁰⁴ Rizal, *Wawancara*, Surabaya, 10-15 Juni 2019

¹⁰⁵ Hj. Yeyek, *Wawancara*, Tanggul, 11 Juni 2019

perusahaan harus mengikuti aturan yang ditetapkan oleh Pemerintah. Semenjak pemerintahan presiden tahun 2015. Semua perusahaan milik BUMN yaitu memproduksi bahan pokok seperti gula, beras, bawang merah, dan lain-lain akan mengikuti harga sesuai patokan yang diberikan oleh Pemerintah. Sedangkan kalau perusahaan menjual secara mandiri ke Cina harga yang akan dijual bernilai tinggi. Contohnya, harga patokan atau Harga Eceran Tertinggi (HET) sebesar Rp. 11.000 sedangkan perusahaan bisa menjual gula ke Cina dengan harga Rp. 13.000.

Sedangkan petani tidak menjual dengan harga tinggi karena mengikuti patokan dari pemerintah. Sistem lelang itulah cara petani sebenarnya mendapatkan harga yang baik tetapi patokan dari pemerintah membuat petani tidak bisa lagi meninggikan harga secara maksimal. Dikarenakan investor tau patokan dari pemerintah.

c. Metode Penetapan Harga

SOP (*Standart Operating Procedure*) dimana suatu dokumen berisi prosedur kerja yang harus dilakukan secara kronologis dan sistematis dalam menyelesaikan suatu pekerjaan tertentu. Tujuan prosedur PTPN XI ini bertujuan sebagai pedoman dalam memasarkan komoditi dengan prinsip optimalisasi harga jual, transparasi, efesiensi, dan efektifitas. Prosedur ini diterapkan di lingkungan PT Perkebunan Nusantara XI dan unit-unit usahanya di bawahnya yang meliputi kegiatan penjualan gula dan

tetes, penanganan keluhan pelanggan, pelaksanaan survey kepuasan pelanggan. SOP (*Standart Operating Procedure*) akan dilampirkan.

1) Penentuan Harga Jual Produk Atau Jasa Diatur Peraturan Pemerintah

Hasil wawancara dengan Bapak Rizal, yang berumur (32 tahun) bagian divisi pemasaran PTPN XI Surabaya, sebagaimana paparan yang disampaikan sebagai berikut :

Kenapa saya memilih penentuan harga jual yang pertama pemerintah, karena semua harga yang mengatur adalah pemerintah. Dengan mengikuti HPS yaitu Harga Patokan Pemerintah atau HET.¹⁰⁶

Hasil wawancara dengan Bapak Hj. Yeyek (52 Tahun) selaku petani tebu, sebagaimana paparan yang disampaikan sebagai berikut :

Semenjak tahun 1998 saya menjadi petani menggunakan penetapan harga dalam sistem lelang dengan mendapatkan harga yang tertinggi. Tetapi semenjak presiden yang baru tahun 2015 harga gula mengikuti Harga Patokan Petani dan harga patokan tersebut ditentukan oleh pemerintah. Walaupun tetap menggunakan sistem lelang. Petani dalam penjualan gula menggunakan sistem lelang untuk menentukan harga yang pasti sebelum penjualan gula dengan tim asosiasi pabrik gula Semboro. Dimana penjualan gula didasarkan pada bagi hasil gula milik pabrik gula dengan petani dimana pabrik gula mendapatkan 34% sementara petani 66%. Setelah bagi hasil dilakukan, pabrik gula membuat perencanaan penjualan gula yang umumnya meliputi jumlah gula yang akan dijual, tempat dan waktu pelaksanaan lelang. Jadi petani ikut serta dalam proses lelang, maka penjualan gula petani akan dikoordinir oleh asosiasi dengan kuantitas mencapai 90% dari gula milik petani. Sedangkan petani menjual 10% gulanya secara mandiri. Nanti pabrik gula Semboro akan menghubungi petani secara langsung atau melalui media umum. Setelah mencapai kesepakatan harga, panitia lelang akan mengumumkan pemenang lelang dan dilakukan *Delivery Order* (DO) sebagai bukti kesepakatan jumlah dan harga gula.¹⁰⁷

¹⁰⁶ Rizal, *Wawancara*, Surabaya, 10-15 Juni 2019

¹⁰⁷ Hj. Yeyek, *Wawancara*, Tanggul, 13 Juni 2019

Hasil wawancara dengan Bapak Suryo (46 Tahun) selaku SKW HGU PTPN XI Pabrik Gula Semboro, sebagaimana paparan yang disampaikan sebagai berikut :

Dalam sistem bagi hasil antara pabrik dan petani adalah sesuai randamen kadar dalam tebu tersebut dengan ketentuan dari pabrik.¹⁰⁸

Hasil wawancara adalah harga bahan pokok diatur oleh Pemerintah dengan acuan HPP (Harga Patokan Petani), HPS (Harga Patokan Sementara), dan HET (Harga Eceran Tertinggi). Istilah HPP (Harga Patoka Petani) dalam harga gula yang ditetapkan oleh pemerintah acuan petani dalam sistem lelang. Sistem lelang yang mengacu pada HPP di tingkat produsen. Pada sisi lain, tingginya harga lelang akan berdampak pada pembentukan harga tingkat yang disebut HET (Harga Eceran Tertinggi). Sedangkan istilah HPS (Harga Patokan Sementara) adalah info harga gula sementara dari pemerintah.

Sistem dalam penjualan gula petani ada tiga yaitu sistem lelang, sistem pemerintah atau gula dibeli bulog dan sistem penjualan bebas. Sistem bagi hasil yang dilakukan oleh petani dan pabrik gula Semboro dengan 34% untuk pabrik gula Semboro dan 66% milik petani. Dimana bagi hasil ditentukan berdasarkan randamen gula :

¹⁰⁸ Suryo, *Wawancara*, Banyuwangi, 16 Juli 2019

Randamen Bagi hasil		
	Pabrik	Petani
R s/d 7	34%	66%
R 7 s/d 8	30%	70%
R di atas 8	20%	80%

Sumber : Kasi SDM dan Umum Pabrik Gula Semboro

Sebelum menetapkan harga pabrik akan dilakukan pembentukan tim asosiasi yang disebut dengan Tim KPTR. Semua petani pabrik gula Semboro akan dikumpulkan bersama ADM, sekretaris, dan bendhara pabrik gula semboro. Lalu petani akan memperhitungkan selama biaya produksi yang dikeluarkan. Dimana akan memperhitungkan biaya total selama kebutuhan produksi. Dari perhitungan tersebut akan menetapkan harga jual gula. Harga jual juga mengacu pada HPP (Harga Patokan Petani) yang ditetapkan oleh pemerintah. Setelah harga sudah ditentukan di pabrik gula, maka petani salah satu akan mewakili lelang yang dilakukan di pusat yaitu di PTPN XI Surabaya. Lelang akan ditentukan kesepakatan harga bersama Tim Independen yaitu petani, PTPN, Menteri Perdagangan, Menteri Pertanian dan Investor. Setelah kesepakatan harga dan pemenang lelang maka perusahaan akan mengeluarkan Surat DO (*Delivery Order*).

Hal tersebut diperkuat lagi dengan Bapak Hj. Yeyek, dimana peneliti bertanya apa ada kecurangan dalam transaksi lelang? sebagaimana paparan yang disampaikan sebagai berikut :

Tidak bisa mbak, karena ada SOP dari perusahaan PTPN XI. Sebelum proses penggilingan tebu. Tebu petani masih melewati tahap di timbangan. Takaran timbang harus sesuai dengan kuantita atau ton. kalau lebih maka akan di kurangi oleh pihak timbangan. Susah mbak kalau mau curang. Untuk demopun percuma karena harga sudah dari pemerintah dan sudah ada Surat Keputusan.¹⁰⁹

Yang artinya petani tidak bisa berbuat curang. Karena sebelum proses giling bahan baku tebu petani akan ditimbang dibagian timbangan –pabrik gula semboro. Untuk kecurangan dalam harga juga tidak bisa dilakukan karena sudah ada prosedur SOP dengan ketentuan dan syarat-syarat sebelum pelelangan dilakukan.

2) Penentuan Harga Jual Pesanan Khusus (*Special Order Pricing*)

Hasil wawancara dengan Bapak Rizal, yang berumur (32 tahun) bagian divisi pemasaran PTPN XI Surabaya, sebagaimana paparan yang disampaikan sebagai berikut :

Yang kedua dan sering terjadi saat ini di penjualan khusus, dimana pihak ketiga meminta di bawah harga HPS. Saya ambil contoh, saat HPS dari pemerintah sebesar Rp. 10.500 kadang vendor akan meminta harga Rp. 9.000 sedangkan kita butuh biaya untuk menutupi selama produksi untuk kedepannya. Walaupun kita mendapatkan keuntungan yang minim sekali tetapi perusahaan tetap mengambil harga tersebut.¹¹⁰

Hasil wawancara dengan Ibu Sahara, yang berumur (29 tahun) bagian divisi pemasaran PTPN XI Surabaya, sebagaimana paparan yang disampaikan sebagai berikut :

Hal ini sering dialami oleh perusahaan. Dengan membeli harga gula jauh dari harga HET. Sedangkan perusahaan membutuhkan biaya untuk menutupi biaya produksi sebelumnya.¹¹¹

¹⁰⁹ Hj. Yeyek, *Wawancara*, Tanggul, 13 Juni 2019

¹¹⁰ Rizal, *Wawancara*, Surabaya, 19 Juni 2019

¹¹¹ Sahara, *Wawancara*, Surabaya, 10 - 15 Juni 2019

Hasil wawancara dengan Bapak Hj. Yeyek (52 Tahun) selaku petani tebu yang bermitra dengan pabrik gula Semboro, Sebagaimana pemaparan yang disampaikan sebagai berikut :

Ketika pasar harga gula tinggi maka pemerintah akan mengimpor gula yang bersifat setengah jadi atau raw sugar. Sehingga gula petani. Maka petani akan merendahkan harga meskipun rugi banyak dan pemerintah akan menugaskan BULOG membeli semua gula petani.¹¹²

Hasil wawancara adalah saat ini perusahaan sering terjadi dimana pihak ketiga meminta harga sangat rendah jauh dari HPS pemerintah. Sedangkan PTPN XI membutuhkan biaya untuk masa produksi kedepan dan menutupi biaya sebelumnya.

Sedangkan petani kesulitan ketika harga gula di pasar tinggi. Membuat Pemerintah akan mengimpor gula untuk mendapatkan harga yang murah dalam bentuk *raw sugar* atau gula setengah jadi. Gula petani tidak akan mendapatkan harga gula tinggi. Membuat petani mengalami kerugian. Sehingga pemerintah menugaskan BULOG untuk membeli semua gula milik petani.

3) Penentuan Harga Jual Dan *Cost-Type Contract*

Hasil wawancara dengan Bapak Rizal, yang berumur (32 tahun) bagian divisi pemasaran PTPN XI Surabaya, sebagaimana paparan yang disampaikan sebagai berikut :

Ketentuan dalam kontrak istilah di perusahaan kami dinamakan LTC yaitu *Long Tern Contract* dimana dimana penjualan berjangka yang menjual di depan bayarnya juga di depan. Jika harga stabil maka sistem kontrak inilah yang akan digunakan.

¹¹² Hj. Yeyek, *Wawancara*, Tanggul, 10 Juni 2019

Stok pun juga kita perhatikan, apakah tersedia atau cukup untuk memenuhi pesanan.¹¹³

Hasil wawancara dengan Ibu Sahara, yang berumur (29 tahun) bagian divisi pemasaran PTPN XI Surabaya, sebagaimana paparan yang disampaikan sebagai berikut :

Memang dalam sistem kontrak di PTPN XI disebut LTC, LTC dengan penjualan berjangka.¹¹⁴

Hasil wawancara dengan Bapak Hj. Yeyek (52 Tahun) selaku petani tebu yang bermitra dengan pabrik gula Semboro, Sebagaimana paparan yang disampaikan sebagai berikut :

Penjualan gula petani kebanyakan hanya disistem lelang. Penjualan yang dilakukan petani ada tiga yaitu yang pertama adalah sistem lelang, kedua sistem penjualan bebas, dan gula dibeli oleh BULOG atau gula petani semuanya diserap oleh BULOG. Tetapi yang sering dipakai itu sistem lelang mbak.¹¹⁵

Hasil penelitian dimana perusahaan sistem kontrak dengan menggunakan kontrak penjualan berjangka panjang dari hasil transaksi yang didasari pada kesepakatan kuantita, formula harga dan waktu penyerahan yang disebut LTC (*Long Tern Contract*) . Penentuan ini tergantung dari pihak ketiga berapa kuantita atau ton yang diminta. PTPN XI akan melihat stok di pabrik gula. Memenuhi atau tidak, dan harga ini bersifat *flat*. Sedangkan petani menjual gulanya dengan sistem lelang.

¹¹³ Rizal, *Wawancara*, Surabaya, 10-15 Juni 2019

¹¹⁴ Sahara, *Wawancara*, Surabaya, 10 - 15 Juni 2019

¹¹⁵ Hj. Yeyek, *Wawancara*, Tanggul, 10 Juni 2019

4) Penentuan Harga Jual Per Unit

Hasil wawancara dengan Bapak Suryo (46 Tahun) selaku SKW HGU PTPN XI Pabrik Gula Semboro, sebagaimana paparan yang disampaikan sebagai berikut :

Dalam menentukan harga sistem bagi hasil dengan menghitung jumlah randamen di kali angka faktor dikali angka bagi hasil di tambah dengan jumlah harga gula di kali kuantum di kali harga tetes. Dimana penentuan ini di sebut penjualan ritel dimana penjualan gula milik sendiri yang dilakukan langsung oleh masing-masing pabrik gula. Penjualan dengan kuantum maksimal lima puluh ton pernah bulan.¹¹⁶

Hasil wawancara dengan Bapak Fadil (38 Tahun) selaku mandor kebun tebu Pabrik Gula Semboro. Sebagaimana pemaparan yang disampaikan sebagai berikut :

Setau saya perhitungan harga tebu sesuai dengan randamen dalam tebu tersebut dikalikan dan ditambahkan dengan rumusan yang telah ditentukan.¹¹⁷

Hasil dari wawancara oleh petani tebu adalah perhitungan harga tebu sebagai berikut :

➤ Diket : Randamen	= 7	Harga Gula	= Rp. 11.000
Angka Faktor	= 1,003	Kuantum	= 100 Kg
Bagi Hasil	= 66%	Harga Tetes	= Rp.1.500/L

➤ Di Tanya = Harga Tebu ?

$$\begin{aligned}
 \text{➤ DiJawab} &= \text{Harga Tebu} = (7 \times 1,003 \times 0,66 \times \text{Rp. } 11.000) + \\
 &\quad (3\% \times 100 \text{ Kg} \times \text{Rp. } 1500) \\
 &= \text{Rp. } 50.972,46 + \text{Rp. } 4.500 \\
 &= \text{Rp. } 55.472,46 /_{100 \text{ Kg}}
 \end{aligned}$$

¹¹⁶ Suryo, *Wawancara*, Banyuwangi, 16 Juli 2019

¹¹⁷ Fadil, *Wawancara*, Banyuwangi, 28 Juli 2019

Penjualan ritel dapat dilakukan oleh Kantor Pusat maupun PG dengan kuantum penjualan maksimal 50 (lima puluh) ton per bulan dengan syarat apabila produksi mencukupi dan apabila produksi tetes diperkirakan melebihi rencana maka kuantum penjualan tetes ritel dapat dipertimbangkan untuk ditingkatkan. Pembelian mengajukan permohonan pembelian baik diminta oleh PT Perkebunan Nusantara XI dan atau atas dasar inisiatif pembeli sendiri.

Dalam Wawancara dengan Bapak Yudho (42 Tahun), tentang *mark up* yang di ambil dari perhitungan tersebut.

Sebagaimana pemaparan yang disampaikan sebagai berikut :

Untuk laba setiap periode satu, dua, tiga dan seterusnya itu berbeda. Tidak selalu sama. Tergantung randamen yang dihasilkan dan melihat regulasi harga.”¹¹⁸

Jadi, untuk menentukan *mark up* setiap periode pasti berbeda-beda. Karena pabrik melihat randamen yang dihasilkan oleh petani dan juga regulasi harga. Dari perhitungan harga tebu tersebut yang akan menentukan harga dari keseluruhan biaya total selama masa tanam.

C. Pembahasan Temuan

Berdasarkan hasil penyajian data penelitian melalui metode observasi, wawancara, dan dokumentasi serta analisis yang dilakukan berdasarkan fokus masalah yang dirumuskan yang akan dikaitkan dengan teori-teori yang dijadikan landasan oleh peneliti dalam melakukan penelitian Strategi

¹¹⁸ Yudho, *Wawancara*, Semboro, 19 Juli 2019

Penetapan Harga Gula Yang Digunakan Perusahaan PTPN XI Pabrik Gula Semboro

a. Tujuan Penetapan Harga

1) Untuk Bertahan Hidup

Dalam tujuan tersebut PTPN XI Pabrik Gula Semboro dengan meningkatkan produksi gula dan pendapatan petani tebu dalam menstabilkan harga. Untuk menciptakan harga yang kompetitif untuk mendapatkan keuntungan melalui harga yang tinggi. Dengan menciptakan harga yang tinggi dan transparan artinya, dalam kondisi tertentu, terutama dalam kondisi persaingan yang tinggi.¹¹⁹

2) Memaksimalkan Laba

Walaupun PTPN XI Pabrik Gula Semboro dan petani mengikuti harga gula dari pemerintah. Perusahaan ini akan tetap mengambil keuntungan yang maksimal untuk menutupi dan pembiayaan di masa giling ke depannya. Dari hal tersebut tujuan harga ini dengan mengharapkan penjualan yang meningkat sehingga laba dapat ditingkatkan. Dan penentuan harga biasanya dilakukan dengan harga murah atau tinggi.¹²⁰

3) Karena Pesaing

Perusahaan PTPN XI Pabrik Gula Semboro sebelumnya akan mengadakan rapat bersama, membuat perencanaan sebelum penjualan dengan acuan RKAP. Setelah itu perusahaan akan melihat harga gula

¹¹⁹ Marius P. Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran Cet. Ke.-2*, 276

¹²⁰ Ibid, 276

dengan tiga cara yaitu melihat harga gula dunia, harga pasar lokal dan harga penjualan produsen ke pabrik-pabrik sebelum menetapkan harga. Melihat harga gula dunia akan dilihat melalui website *Sugar Price*. Melihat harga gula yang kedua adalah harga gula lokal atau setiap wilayah yaitu dengan melihat di website *SISKAPERBAPO*. Dengan melihat di website tersebut perusahaan tidak perlu menyurvei setiap wilayah di Indonesia karena di *SISKAPERBAPO* harga gula di setiap wilayah akan tercantum. Untuk cara yang ketiga adalah harga penjualan produsen ke pabrik-pabrik yaitu perusahaan mempunyai unit 16 pabrik gula. Perusahaan akan melihat setiap bulan perkembangan harga penjualan yang ditawarkan oleh pihak ketiga di setiap unit pabrik gula milik PTPN XI.

Dengan tiga cara tersebut maka perusahaan akan mengadakan rapat keseluruhan untuk mempertimbangkan harga jual yang akan ditetapkan untuk dipasarkan. Dengan perhitungan jumlah pengeluaran produksi selama musim giling dan laba yang dihasilkan. Ketiga cara tersebutlah akan menentukan dan pertimbangan harga yang sesuai dengan harga-harga di luar negeri maupun dalam negeri. Jika dikaitkan dengan teori, maka penentuan harga dengan melihat harga pesaing. Tujuannya adalah agar harga yang ditawarkan jangan melebihi harga pesaing.¹²¹

¹²¹ Ibid, 276

b. Faktor-Faktor Penetapan Harga

1) Tujuan Pemasaran Perusahaan

PTPN XI akan mengadakan rapat RKAP dan rapat Tim KPTR Petani untuk menentukan berapa harga penjualan dan keuntungan yang akan didapatkan dalam pemasaran yang akan dilakukan. Dengan rapat tersebut akan menciptakan prosedur-prosedur sebelum penjualan dilakukan. Jika dikaitkan dengan teori, maka tujuan tersebut bisa berupa maksimasi laba, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, meraih pangsa pasar yang besar, menciptakan kepemimpinan dalam hal kualitas, mengatasi persaingan, melaksanakan tanggung jawab sosial, dan lain-lain.¹²²

2) Strategi Bauran Pemasaran

Dalam melakukan strategi dalam pemasaran gula. PTPN XI Pabrik Gula Semboro yaitu dengan menutupi atau merahasiakan harga gula yang sebenarnya setelah perhitungan biaya selama produksi dan bagi hasil. Ketika gula petani lebih murah dari gula milik PTPN XI sedangkan pihak ketiga lebih memilih gula milik petani. Maka yang akan dilakukan PTPN XI semua kuantitas gula petani akan dibeli oleh perusahaan PTPN XI. Itu merupakan strategi ke dua yang dilakukan oleh pihak PTPN XI.

Jika dikaitkan dengan teori. Harga perlu dikoordinasikan dan saling mendukung dengan bauran pemasaran lainnya, yaitu produk,

¹²² Ibid, 154

distribusi, dan promosi.¹²³ Dengan mendukung menaikkan harga produk gula tanpa memberitahu harga sesungguhnya.

3) Biaya

Faktor ini yang sangat diperhatikan oleh PTPN XI dan petani pabrik gula Semboro. Dimana perusahaan dan petani berapa biaya yang harus dikeluarkan di masa giling dan masa tanam. Petani juga memperhatikan dalam biaya pemeliharaan tebu selama masa tanam. Karena sangat berpengaruh dalam kualitas gula jika pemeliharaan tebu petani kurang baik. Sehingga menghasilkan randamen yang tidak maksimal. Sedangkan biaya merupakan faktor yang menentukan harga minimal yang harus ditetapkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.¹²⁴

4) Organisasi

Ketika Harga Patokan Petani (HPP) oleh Pemerintah sangat rendah. Sehingga petani tidak bisa memberikan harga yang maksimal dan harga tidak boleh di atas HPP. Maka agar gula petani tetap terjual meskipun harga sangat rendah, BULOG yang akan menyerap gula 100% milik petani. Kerjasama dengan vendor-vendor lain juga diterapkan oleh perusahaan untuk menjadi penyuply gula milik PTPN XI.

Jika dikaitkan dengan teori, maka perusahaan perlu memutuskan siapa di dalam organisasi yang harus menetapkan harga. Setiap

¹²³ Ibid

¹²⁴ Ibid

perusahaan menangani masalah penetapan harga menurut caranya masing-masing. Pada perusahaan kecil, umumnya harga ditetapkan oleh manajemen puncak. Pada perusahaan besar, seringkali masalah penetapan harga ditangani oleh divisi atau manajer suatu lini produk. Dalam pasar industri, para wiraniaga (*salespeople*) diperkenankan untuk bernegosiasi dengan pelanggannya guna menetapkan rentang (*range*) harga tertentu.¹²⁵

5) Sifat Pasar dan Permintaan

Sifat pasar dan permintaan ini yang sangat berpengaruh pada PTPN XI dan petani dalam menetapkan harga gula. Karena permintaan dari HPS oleh pemerintah, permintaan harga yang sangat rendah oleh pihak ketiga, dan sifat pasar yang berubah-ubah dalam perubahan harga. Ketika di pasar harga tinggi maka stok gula yang akan diminta sedikit sebaliknya jika harga di pasar tinggi maka stok gula yang akan diminta banyak. Sesuai dengan teori permintaan yang bunyinya “makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, makin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut”.¹²⁶

6) Unsur-Unsur Lingkungan Eksternal lainnya

Faktor eksternal lainnya seperti peraturan pemerintah yang membuat PTPN XI dan petani tidak bisa menentukan harga di atas harga patokan pemerintah. Karena sejak tahun 2015 dengan presiden

¹²⁵ Mustafa Edwin Nasution, dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, 84

¹²⁶ Ibid, 84

baru semua bahan pokok ditentukan oleh pemerintah. Teori yang terkait dengan hal tersebut adalah faktor unsur-unsur lingkungan eksternal lainnya yaitu perusahaan juga perlu mempertimbangkan faktor kondisi ekonomi (inflasi, boom atau resesi, tingkat bunga), dan peraturan pemerintah, dan aspek sosial (kepedulian terhadap lingkungan).¹²⁷

c. Metode Penetapan Harga

Petani dan PTPN XI menggunakan empat penetapan harga yaitu metode penetapan harga diatur oleh pemerintah dimana menentukan berdasarkan Harga Patokan Sementara (HPS), HET (Harga Eceran Tertinggi) dan HPP (Harga Patokan Petani). Yang kedua penetapan harga pesanan khusus dimana vendor akan meminta harga sangat rendah sedangkan perusahaan butuh biaya untuk masa produksi dan menutupi biaya produksi sebelumnya. Yang ketiga adalah menetapkan harga sistem kontrak yaitu yang disebut LTC penjualan berjangka panjang dan penentuan ini tergantung kuantitas yang diminta. Dan terakhir adalah penentuan harga jual per unit dengan penjualan yang dinamakan ritel.

Dari penetapan harga ke empat tersebut teori yang bersangkutan yaitu :

1) Penentuan Harga Jual Produk Atau Jasa Diatur Peraturan Pemerintah

Produk dan jasa yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan pokok masyarakat luas seperti listrik, air, telepon dan telegraf, transportasi dan jasa pos diatur dengan peraturan pemerintah. Harga

¹²⁷ Ibid, 157

pokok dan jasa tersebut ditentukan berdasarkan biaya penuh masa yang akan datang ditambah dengan laba yang diharapkan.

2) Penentuan Harga Jual Pesanan Khusus (*Special Order Pricing*)

Pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan di luar pesanan regular perusahaan. Biasanya konsumen yang melakukan pesanan khusus ini meminta harga dibawah harga jual normal, bahkan seringkali harga yang diminta oleh konsumen berada di bawah biaya penuh karena biasanya pesanan khusus mencakup jumlah yang besar.

3) Penentuan Harga Jual dan Cost-Type Contract (*Cost-Type Contract Pricing*)

Cost-Type Contract adalah kontrak pembuatan produk atau jasa yang pihak kembali setuju untuk membeli produk atau jasa pada harga yang didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar presentase tertentu dari total biaya sesungguhnya tersebut.

4) Perhitungan Harga Jual Per Unit

Biaya dipakai *sebagai dasar* penentuan harga jual, baik dalam pendekatan *full costing* maupun *variabel costing*, biaya penuh masa yang akan datang dibagi menjadi dua: biaya yang dipengaruhi secara langsung oleh volume produk dan biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh biaya produk.¹²⁸

¹²⁸ Mulyadi, *Akuntansi Manajemen (Konsep, Manfaat & Rekayasa)*, 348-361

d. Konsep Harga dalam Ekonomi Islam

1) Penetapan Harga dalam Islam

a. Abu Yusuf

Faktor dalam penentuan harga bagi perusahaan adalah paling mempengaruhi adalah permintaan. Sedangkan menurut ilmuwan muslim yaitu Abu Yusuf mengatakan bahwa harga tidak tergantung pada permintaan saja, tetapi juga bergantung pada kekuatan penawaran.¹²⁹ Pada kenyataan di lapangan bahwasanya memang benar yang dikatakan oleh Abu Yusuf. Perusahaan PTPN XI Pabrik Gula Semboro juga melihat harga patokan dari Pemerintah. Apabila harga gula turun maka jumlah yang dikeluarkan akan menurun meskipun pabrik gula akan tetap memperbanyak stok gula di gudang. Sebaliknya apabila harga suatu barang naik maka perusahaan akan mengeluarkan dalam jumlah banyak. Seperti halnya tahun 2017. Perusahaan dan petani mengalami pemasaran gula kurang membaik dikarenakan Pemerintah mengimpor gula dengan stok yang banyak. Sehingga stok gula pabrik mengalami kelebihan yang besar di gudang. Sampai BULOG mengalami keterlambatan dalam pengambila gula selama 6 bulan dan baru diambil bulan Januari 2019. Dalam hal ini memecahkan masalah kenaikan harga dengan menambah suplai bahan makanan dan menghindari kontrol harga. Islam menginginkan pasar yang bersih dari praktik iktikar,

¹²⁹ Adiwarmarman A. Karim, *Ekonomi Mikro islam*, 2003, 31

monopoli dan praktik korup dan membiarkan harga terbentuk atas kekuatan permintaan dan penawaran.¹³⁰ Penetapan harga PTPN XI dan petani juga ditetapkan atas penawaran yang akan ditawarkan kepada pihak ketiga atau investor dengan cara melelang untuk menetapkan harga yang pasti. Fenomena inilah yang kemudian dikritisi oleh Abu Yusuf. Karena pada kenyataannya tidak selalu terjadi bahwa bila persediaan barang sedikit maka harga akan mahal, dan bila persediaan barang melimpah maka harga akan murah.¹³¹

b. Ibnu Taimiyah

Berbeda dengan ilmuwan muslim yaitu Ibnu Taimiyah yang berpendapat beliau telah menunjukkan *the beauty of market* (keindahan mekanisme pasar sebagai mekanisme ekonomi), di samping segala kelemahannya, Ibnu Taimiyah berpendapat bahwa kenaikan harga tidak selalu disebabkan oleh ketidakadilan dari para pedagang/penjual, sebagaimana banyak dipahami orang pada waktu itu. Ia menunjukkan bahwa harga merupakan hasil interaksi hukum permintaan dan penawaran yang terbentuk karena berbagai faktor yang kompleks. Dalam Al-Hisbahnya, Ibnu Taimiyah membantah anggapan ini dengan mengatakan: “Naik dan turunnya harga tidak selalu disebabkan oleh adanya ketidakadilan dari beberapa bagian pelaku transaksi”.¹³² Pada kenyataannya dilapangan bahwa kenaikan harga bukan disebabkan oleh hasil penetapan harga oleh perusahaan.

¹³⁰ Ibid

¹³¹ Euis Amalia, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam Dari Masa Klasik Hingga Kontemporer*, 86

¹³² Adiwarmanto A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, 24

PTPN XI dan petani juga harus benar-benar mempertimbangkan harga sebelum di pasarkan karena faktor permintaan dan penawaran yang sangat kompleks. Karena semua harga bahan pokok sudah diatur oleh Pemerintah semenjak tahun 2015 peraturan dari presiden yang baru. Ibnu Taimiyah menafsirkan hadis tentang penolakan regulasi harga, bahwa mengungkapkan betapa Nabi saw tidak mau ikut campur tangan dalam regulasi harga-harga barang. Pada kondisi terjadinya ketidaksempurnaan pasar, Ibnu Taimiyah merekomendasikan penetapan harga oleh pemerintah. Maka dalam keadaan seperti inilah, pemerintah harus menetapkan harga yang adil bagi penjual dan pembeli.¹³³

Penawaran bisa datang dari produksi domestik dan impor, yang menunjukkan bahwa penawaran sebagai peningkatan atau penurunan dalam jumlah barang yang ditawarkan, sedangkan permintaan sangat ditentukan oleh selera dan pendapatan.¹³⁴ Dan itu terjadi di lapangan penelitian Jika pemerintah bermaksud untuk memperoleh harga gula yang lebih murah dengan tidak melalui lelang, ada dua mekanisme yang dilakukan. Pertama, menugaskan Bulog untuk melakukan kontrak serah (*forward contract*) untuk volume, harga, dan waktu penyerahan yang disepakati dengan PTPN sebelum dimulainya musim giling. Karena dilakukan sebelum musim giling, maka harga kesepakatan diharapkan lebih rendah dari

¹³³ Nur Chamid, *Jejak Langkah Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, 235-236

¹³⁴ Adiwarmanto A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, 144

harga riil saat lelang. Jika kontrak dilakukan pada saat musim giling, maka PTPN akan meminta harga sama dengan harga lelang. Kedua, meminta PTPN menjual gulanya ke Bulog dengan harga di bawah lelang atau sama dengan HPP. Untuk itu, PTPN memerlukan payung hukum dari Kementrian BUMN. Jika tidak, PTPN tidak akan melepas gulanya dibawah harga lelang karena dapat berpotensi menciptakan masalah ketika dilakukan audit. Karena pemerintah yang menentukan harga bahan pokok terutama gula PTPN XI dan petani. Petani dan PTPN XI harus mengikuti acuan atau patokan harga dari pemerintah dan tidak boleh melebihi dari harga patokan. Sedangkan Ibnu Taimiyah secara umum sangat menghargai arti penting harga yang terjadi karena mekanisme pasar yang bebas.

Untuk itu, secara umum ia menolak segala campur tangan untuk menekan atau menetapkan harga (*price intervention*) sehingga mengganggu mekanisme yang bebas.¹³⁵

2) Dasar Hukum

a) Al-Hadist

Bahwa dari tahun 2015 kepresidenan yang baru telah merubah peraturan bahwa harga bahan pokok seperti gula, beras, tepung, bawang merah, dan lain-lain dalam menetapkan harga perusahaan atau petani akan mengacu pada harga patokan yang dikeluarkan oleh Pemerintah. PTPN XI dan petani tidak boleh

¹³⁵ Ibid, 22

memberikan harga kepada pelanggan atau konsumen melebihi harga patokan dari Pemerintah. Sehingga mengganggu dalam mekanisme pasar atau harga. Dengan hal tersebut bertolak dengan hadist Anas yang diriwayatkan oleh Abu Daud :

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ الْمُثَنَّى حَدَّثَنَا حَجَّاجٌ حَدَّثَنَا حَمَّادُ بْنُ سَلَمَةَ عَنْ قَتَادَةَ وَحَمِيدٍ وَثَابِتٍ عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ قَالَ قَالَ غَلَا السُّعْرُ عَلَيَّ عَهْدَ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَقَالُوا يَا رَسُولَ اللَّهِ قَدْ غَلَا السُّعْرُ فَسَعَّرْنَا فَقَالَ إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّازِقُ إِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى رَبِّي وَلَيْسَ أَحَدٌ يَطْلُبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ

Artinya : Anas berkata: “Ya Rasul! Harga barang menjadi mahal, tentukanlah harga bagi kami.”Nabi SAW bersabda: “Allah sendirilah yang menentukan harga, dialah yang mengekang dan melepas serta pemberi rezeki. Aku berharap akan bertemu Allah dalam keadaan tidak ada seorang pun dari kalian yang menggugat diriku karena aku pernah berbuat zalim, baik terhadap jiwa maupun harta.”¹³⁶ (Matan lain: Turmudzi 1235, Ibnu Majah 2191, Ahmad 12131, Darimi 2433)

Dari hadis tersebut dapat dipahami bahwa nabi menganjurkan umatnya untuk memanfaatkan mekanisme pasar dalam penyelesaian masalah ekonomi dan menghindari sistem penetapan harga (*tas'ir*) oleh otoritas negara kalau tidak terlalu diperlukan. Jelasnya, dalam Islam otoritas negara dilarang mencampuri, memaksa orang menjual barang pada tingkat harga yang tidak mereka ridhai. Islam menganjurkan agar harga diserahkan pada mekanisme pasar sesuai kekuatan permintaan dan penawaran. Pemerintah tidak boleh

¹³⁶ Ibnu Majah, *Sunan Ibnu Majah Juz 2* (TT Halaman 741)

memihak pembeli dengan mematok harga yang lebih rendah atau memihak penjual dengan mematok harga tinggi.¹³⁷

3) Penyebab Rusaknya Harga

Dalam perusahaan dalam strategi pertama yang dilakukan adalah menutupi harga jual yang sebenarnya. Katakan harga sebenarnya dari perhitungan dalam RKAP sebesar Rp. 9.300 maka perusahaan akan menawarkan ke pihak ketiga seharga Rp. 10.000. teori yang terkait akan rusaknya harga¹³⁸ yaitu *Ghaban fa'his* adalah menjual diatas harga pasar. *Ghabn* adalah selisih antara harga yang disepakati penjual dan pembeli dengan harga yang disepakati penjual dan pembeli dengan harga pasar akibat ketidaktahuan pembeli akan harga. Sedangkan *tadlis* adalah penipuan pada pihak penjual dan pembeli dengan menyembunyikan cacat saat bertransaksi. Peneliti tidak bisa menyimpulkan bahwa teori tersebut bertolak belakang. Karena di sisi lain PTPN XI dan petani menaikkan harga dan menutupi harga tersebut sebab di sistem pelelangan PTPN XI dan petani mereka akan saling tawar menawar untuk mendapatkan harga yang pasti. Karena tersebut perusahaan dan petani akan tetap mendapatkan keuntungan meskipun hanya Rp. 200 atau Rp. 300. Walaupun hanya Rp. atau Rp. 300 terlihat sedikit tetapi bagi perusahaan itu mencukupi dalam *mark up*. Untuk *tadlis* dalam penipuan atau menyembunyikan cacat saat transaksi itu tidak ada di perusahaan PTPN XI dan petani karena sebelum

¹³⁷ Ilfi Nur Diana, *Hadis-Hadis Ekonomi*, (Malang: UIN-Malang Press, 2008), 49

¹³⁸ Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan dalam Ekonomi Islam*, 325

bertansaksi pihak ketiga atau investor harus memenuhi SOP (*Standart Operating Procedure*) dari perusahaan PTPN XI.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. PTPN XI Surabaya harus tetap menjalankan strategi harga yang sudah dilaksanakan sebelumnya dan selalu memantau perkembangan tentang harga gula dunia di *Sugar Price*, harga gula lokal di SISKAPERBAPO, dan harga penjualan produsen ke pabrik-pabrik untuk menetapkan harga jual gula.
2. Terdapat empat metode dalam menetapkan harga PTPN XI Surabaya yaitu:

- a. Penentuan Harga Jual Produk Atau Jasa Diatur Peraturan Pemerintah

Produk dan jasa yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan pokok masyarakat luas seperti listrik, air, telepon dan telegraf, transportasi dan jasa pos diatur dengan peraturan pemerintah.

- b. Penentuan Harga Jual Pesanan Khusus (*Special Order Pricing*)

Pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan di luar pesanan reguler perusahaan. Biasanya konsumen yang melakukan pesanan khusus ini meminta harga dibawah harga jual normal.

c. Penentuan Harga Jual dan Cost-Type Contract (*Cost-Type Contract Pricing*)

Cost-Type Contract adalah kontrak pembuatan produk atau jasa yang pihak kembali setuju untuk membeli produk atau jasa pada harga yang didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar presentase tertentu dari total biaya sesungguhnya tersebut.

d. Penentuan Harga Jual Normal (*Normal Pricing*)

Manajer penentu harga jual memerlukan informan biaya penuh masa yang akan datang sebagai dasar penentuan harga produk atau jasa. Metode penentuan harga jual normal sering kali disebut istilah *cost-plus pricing*.

3. Untuk menetapkan harga tebu rakyat menggunakan sistem lelang. Dimana harga ditetapkan oleh pemerintah mengacu pada HPP (Harga Patokan Petani).
4. Faktor-faktor lain mempengaruhi dalam penetapan harga yaitu, tujuan pemasaran perusahaan, strategi perusahaan, biaya, organisasi, sifat pasar dan permintaan, dan unsur-unsur lainnya.
5. Konsep dalam penetapan harga dalam ekonomi islam dan penetapan harga di PTPN XI dan petani juga berkaitan dengan teori ilmuwan ekonomi islam yaitu Abu Yusuf dan Ibnu Taimiyah.

B. Saran-saran

1. Untuk perusahaan PTPN XI Surabaya strategi dalam menetapkan harga lebih diperbaiki lagi. Agar perusahaan masih bisa menghasilkan laba yang optimal. Karena perusahaan ini milik BUMN. Sehingga untuk peraturan harga jual masih pemerintah yang mengatur.
2. Untuk pemerintah, lebih baik sering mengontrol situasi perusahaan di bumi pertiwi ini baik dari tebunya yang untuk dijadikan gula dan perlahan mengecilkan atau mengurangi APBN dalam pembelian gula mentah (*Raw Sugar*) dari luar atau pengimporan.
3. Untuk investor lebih baik menambah jumlah investasinya ke perusahaan untuk membangun perusahaan ini menjadi berkembang dan mampu untuk menentukan harga murah kepada konsumen.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Alma, Buchari. 2008. *Kewirausahaan Cet. Ke-12*. Bandung: Alfabeta.
- Amalia, Euis. 2005. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam Dari Masa Klasik Hingga Kontemporer*. Jakarta: Pusaka Asatrus
- Angipora, Marius P. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran Cet. Ke.-2*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Anuraga, Yudhanta Marga. 2010. *Strategi Penetapan Harga Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Perusahaan Sepatu Bakti Surakarta*. Tesis, Surakarta: Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Apriani, Putri. 2015. *Analisis perhitungan harga pokok terhadap harga jual pada CV Warna Indah*. Tesis, Palembang: Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
- Assauri, Sofyan. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Athori, Agus. 2017. *Keputusan Penetapan Harga Jual Untuk Pesanan Khusus Dengan Menerapkan Cost Plus Pricing Pada Perusahaan Roti Lezzat Jombang*. Tesis, Kediri: Universitas Islam Kediri.
- Chamid, Nur. 2010. *Jejak Langkah Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Darwin. 2013. *Menikmati Gula Tanpa Rasa Takut*. Sinar Ilmu. Perpustakaan Nasional
- Departemen Agama RI. 2005. *Mushaf Aisyah Al-Qur'an Dan Terjemah*. Bandung: Jabal
- Dewantoro, Sukarno. 2015. *Strategi Penetapan Harga Pada PT Madubaru Bantul*. Tesis, Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Diana, Ilfi Nur. 2008. *Hadis-Hadis Ekonomi*. Malang: UIN Malang Press
- Gayatri, Winny. 2013. *Penentuan Harga Jual Produk Dengan Metode Cost Plus Pricing Pada PT Pertani (Persero) Cabang Sulawesi Utara*. Tesis, Manado Cabang Sulawesi Utara: Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Gitosudarmo, Indriyono. 1996. *Pengantar Bisnis Edisi II*. Yogyakarta: BPFE.

- Ibnu Majah. *Sunan Ibnu Majah Juz 2* (TT Halaman 741)
- Karim, Adiwarmarman Azwar. 2008. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Grafindo Persada
- Karim, Adiwarmarman. 2003. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: IIIT Indonesia
- Kasmir. 2006. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada Permai.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung:PT. Remaja Rosdakarya.
- Muhammad dan Alimin. 2004. *Etika dan Perlindungan dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPEF
- Mulyadi. 2001. *Akuntansi Manajemen (Konsep, Manfaat & Rekayasa)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Murdiyanto, Eko. 2012. *Pengaruh Penetapan Harga, Biaya Saluran Distribusi Dan Biaya Promosi Terhadap Penjualan Pada Honda Vario Cm Jaya Motor Pecangaan Jepara Tahun 2008 – 2010*. Tesis, Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Nasution, Mustafa Edwin. 2006. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana Media Group.
- Nawawi, Ismail. 2011. *Islam dan Bisnis*. Surabaya: VIV Press.
- Oktariani, Andina. 2007. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Gula Domestik Dan Pengaruh Kebijakan Pergulaan Nasional*. Tesis, Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Penyusun. 2015. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press.
- Ratnasari, Monika Titi. 2010. *Analisis Pengaruh Daya Tarik Strategi Penetapan Harga Menurut Konsumen Terhadap Kuatnya Motif Konsumen Dalam Membeli Produk Handphone Lokal*. Tesis, Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Riduwan. 2010. *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru Dan Karyawan Dan Peneliti Muda*. Bandung: Alfabeta
- Rismawati, E. Catur dan Ig. Bondan Suratno. 2001. *Pemasaran Barang dan Jasa*. Yogyakarta: Kanisius.

- Septianto, Muhammad Mu'arif. 2007. *Analisis Penetapan Harga Jual Dalam Usaha Meningkatkan Volume Penjualan Di PG Tasikmadu Karanganyar*. Tesis, Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sudarsono. Heri. 2004. *Konsep Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Ekonisia
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharto, Babun. 2015. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember*. Jember: IAIN Jember.
- Supriyono. 2011. *Akutansi Biaya Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok Buku I Edisi 2*. Yogyakarta: BPFE.
- Swasta, Basu dan Irawan. 2004. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Prenada media Group.
- Swastha, Basu dan Hani Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tim Penyusun Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI. 1997. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Tjiptodjojo, Kartika Imasari. *Odd Price: Harga, Psikologi dan Perilaku Konsumen dalam Purchase Decision Making*. Jurnal Manajemen Vol. 11, Nomor 2.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi III*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Triswonto. 2010. *Trik Menulis Skripsi & Menghadapi Presentasi Bebas Stres*. Yogyakarta: Tugu Publisher
- Urrokmah, Tati. 2018. *Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Kayla Fashion Serba 35.000 Purwokerto*. Tesis, Purwokerto: IAIN Purwokerto.
- Wuryansari, Anis. 2016. *Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Menggunakan Metode Full Costing Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual (Studi Kasus Di Peternakan Seraphine Yogyakarta)*. Tesis, Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

<http://ptpn.co.id> (di akses pada 12 Februari 2019)

[http://widyostaff.gunadarma.ac.id/Downloads/files/39421/Strategi+Penetapan+H
arga.pdf](http://widyostaff.gunadarma.ac.id/Downloads/files/39421/Strategi+Penetapan+Harga.pdf) (di akses pada 12 Februari 2019)



MATRIK PENELITIAN

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	RUMUSAN MASALAH
Strategi Penetapan Harga Pada PTPN XI PG. Semboro Kecamatan Semboro Kabupaten Jember	1. Strategi Penetapan Harga	1. Penetapan Harga 2. Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam	a. Peranan Harga b. Tujuan Penetapan Harga c. Faktor-Faktor Penetapan Harga d. Metode Penetapan Harga e. Penyesuaian Khusus Terhadap Harga f. Strategi Penetapan Harga a. Penetapan Harga Dalam Ekonomi Islam b. Dasar Hukum c. Penyebab Rusaknya Harga	1. Primer: Informan a. Divisi Pemasaran b. Petani Tebu 2. Sekunder a. Buku b. Dokumen c. Jurnal d. Skripsi e. Website	1. Pendekatan Penelitian Kualitatif 2. Penentuan Subjek Penelitian Purposive Sampling 3. Teknik Pengumpulan Data a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi 4. Metode Analisis Data 5. Keabsahan Data Menggunakan Triangulasi Sumber dan Triangulasi Teknik	Bagaimana strategi penetapan harga gula yang digunakan perusahaan PTPN XI PG. Semboro ?

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Asmaul Humairo
NIM : E20152013
Prodi/Jurusan : Ekonomi Syari'ah/Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Institusi : IAIN Jember

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah yang berjudul "**Strategi Penetapan Harga Gula Pada PTPN XI PG. Semboro Kecamatan Semboro Kabupaten Jember**" adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali pengutipan yang sudah disebutkan sumbernya. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa tekanan dan paksaan dari pihak manapun.

Jember, 15 Juli 2019

Saya yang menyatakan



Asmaul Humairo
NIM. E20152013

Teks Wawancara

a. Petani Tebu Pabrik Gula Semboro

- 1) Siapa nama anda ?
- 2) Alamat rumah anda ?
- 3) Umur berapa ?
- 4) Berapa lama menjadi petani tebu ?
- 5) Bagaimana mekanisme penjualan gula tebu rakyat ?
- 6) Sistem apa yang digunakan untuk penjualan gula tebu rakyat ?
- 7) Strategi apa yang digunakan untuk penjualan gula tebu rakyat ?
- 8) Strategi manakah yang paling digunakan untuk penjualan gula tebu rakyat ?

b. Bagian divisi pemasaran PTPN XI Surabaya

- 1) Siapa nama anda ?
- 2) Alamat rumah anda ?
- 3) Umur berapa ?
- 4) Jabatan di perusahaan apa ?
- 5) Sudah berapa tahun bekerja di PTPN XI Surabaya ?
- 6) Bagaimana sistem penjualan di gula PTPN XI Surabaya ?
- 7) Produk gula apa yang perusahaan jual saat ini ?
- 8) Bagaimana mekanisme penetapan harga perusahaan sebelum menetapkan harga kepada investor ?
- 9) Strategi apakah yang digunakan perusahaan untuk menetapkan harga gula?
- 10) Strategi manakah yang paling digunakan untuk menetapkan harga gula ?
- 11) Apakah ada kendala dalam menetapkan harga jual gula ?



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK
INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**
Jl. Mataram No. 1 mangli, Telp. : (0331) 487550, 427005, Fax. (0331) 427005, Kode Pos : 68138
Website : WWW.iain-jember.ac.id – e-mail : info@iain-jember.ac.id
J E M B E R

Nomor : B- **276**/In.20/7.a/PP.00.9/ **5**/2019
Lampiran : -
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada
Yth. Direksi PTPN XI Surabaya
di-

TEMPAT

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Diberitahukan dengan hormat, Mohon berkenan kepada Bapak/Ibu pimpinan untuk memberikan izin penelitian dengan identitas sebagai berikut :

Nama Mahasiswa : Asmaul Humairo
NIM : E20152013
Semester : VIII
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Eknomi Syariah
No Telpon : 082 233 835 891
Dosen Pembimbing : Daru Anondo, SE, M.Si
NIP : 19750303 200901 1 009
Judul Penelitian : Strategi Penetapan Harga Gula Pada PTPN XI PG.
Semboro Kecamatan Semboro Kabupaten Semboro

Demikian Surat Permohonan izin penelitian ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Jember, 11 Mei 2019

Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I.
NIP. 19730830 199903 1 002

Nomor : BA-RUPA/P-B/19.087

Surabaya, 22 Mei 2019

Kepada Yth :
DEKAN FAKULTASEKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
di
JEMBER

IJIN PENELITIAN

Berdasarkan surat Saudara No. 13.276/In.20/7.a/PP.00.9/5/2019 tentang permohonan Ijin Penelitian, dengan ini diberitahukan bahwa Direksi PT Perkebunan Nusantara XI memberi ijin kepada :

➤ **Asmaul Humairo** **NIM : E20152013**

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Jember, untuk melaksanakan Penelitian di Pabrik Gula Semboro - PT Perkebunan Nusantara XI.

Adapun ketentuan-ketentuan yang harus ditaati adalah sebagai berikut :

1. Waktu pelaksanaan Penelitian mulai : **10 – 22 Juni 2019**
2. Permondokan selama Penelitian tidak disediakan oleh PT Perkebunan Nusantara XI
3. Biaya yang dikeluarkan untuk keperluan tersebut tidak menjadi tanggungan PT Perkebunan Nusantara XI
4. **Tidak diperkenankan** mengambil data yang berhubungan dengan keuangan dan rahasia Perusahaan
5. Dalam waktu selambat-lambatnya 2 (dua) bulan setelah selesai melaksanakan Penelitian, yang bersangkutan wajib mengirimkan laporan hasil Penelitian ditandatangani General Manager PGF Semboro - PT Perkebunan Nusantara XI serta disahkan Dosen Pembimbing kepada PT Perkebunan Nusantara XI dalam hal ini ke Divisi Sumber Daya Manusia dan Umum di Jalan Merak No.1 Surabaya

Demikian untuk menjadikan maklum.

Tindasan

➤ **GM PG. Semboro**



PT PERKEBUNAN NUSANTARA XI
DIVISI SUMBER DAYA MANUSIA DAN UMUM

Agus Budi Juwono
Kaur. Pengembangan Organisasi

Kantor Pusat :

Jalan Merak No.1 - Surabaya

T : +62-31-3524596 • F : +62-31-3532525

W : www.ptpn11.co.id • E : sekretariat@ptpn11.co.id

Jujur • Tulus • Ikhlas

Nomor : BA-RUPA/P-B/19.095

Surabaya, 17 Juni 2019

Kepada Yth :
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
di
JEMBER

IJIN PENELITIAN (LANJUTAN)

Berdasarkan surat Saudara No. 13.276/N.20/7.A/PP.00.9/5/2019 tentang permohonan Ijin Penelitian (Lanjutan), dengan ini diberitahukan bahwa Direksi PT Perkebunan Nusantara XI memberi ijin kepada :

➤ **Asmaul Humairo** **NIM : E20152013**

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Jember, untuk melaksanakan Penelitian (Lanjutan) di Divisi Pemasaran - PT Perkebunan Nusantara XI.

Adapun ketentuan-ketentuan yang harus ditaati adalah sebagai berikut :

1. Waktu pelaksanaan Penelitian mulai : **17 Juni s/d Selesai 2019**
2. Pemandokan selama Penelitian tidak disediakan oleh PT Perkebunan Nusantara XI
3. Biaya yang dikeluarkan untuk keperluan tersebut tidak menjadi langganan PT Perkebunan Nusantara XI
4. **Tidak diperkenankan** mengambil data yang berhubungan dengan keuangan dan rahasia Perusahaan
5. Dalam waktu selambat-lambatnya 2 (dua) bulan setelah selesai melaksanakan Penelitian, yang bersangkutan wajib mengirimkan laporan hasil Penelitian ditandatangani Kadiv Pemasaran - PT Perkebunan Nusantara XI serta disahkan Dosen Pembimbing kepada PT Perkebunan Nusantara XI dalam hal ini ke Divisi Sumber Daya Manusia dan Umum di Jalan Merak No.1 Surabaya

Demikian untuk menjadikan maklum.

Tindakan

➤ Kadiv. Pemasaran

PT PERKEBUNAN NUSANTARA XI
DIVISI SUMBER DAYA MANUSIA DAN UMUM

Agus Budi Juwono
Katr. Pengembangan Organisasi

Kantor Pusat :

Jalan Merak No.1 - Surabaya

T : +62-31-3524595 F : +62-31-3532525

W : www.ptpn11.co.id E : sekretariat@ptpn11.co.id

Jujur • Tulus • Ikhlas

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Lokasi : Desa Semboro Kecamatan Semboro Kabupaten Jember

No	Tanggal	Jenis Kegiatan	Paraf
1	10 Juni 2019	Konfirmasi surat terkait akan melakukan penelitian di pabrik gula Semboro ke bagian SDM	
2	11 Juni 2019	Konfirmasi akan melakukan penelitian ke Hj. Yeyek	
3	12 Juni 2019	Wawancara dengan Bapak Hj. Yeyek sebagai petani tebu	
4	13 Juni 2019	Wawancara dengan Bapak Hj. Yeyek sebagai petani tebu	
5	14 Juni 2019	Wawancara dengan Bapak Hj. Yeyek sebagai petani tebu	
6	15 Juni 2019	Konfirmasi dengan Bapak Yudho dan telah selesai penelitian ke petani tebu	

Semboro, 15 Juni 2019



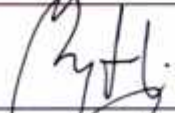
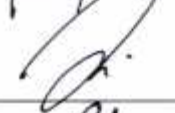


Kasi Sumber Daya Manusia dan Umum



Yudho Rahadityo Utomo. SH. MH

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Lokasi : Jl. Merak No. 1 PTPN XI Surabaya

No	Tanggal	Jenis Kegiatan	Paraf
1	17 Juni 2019	Konfirmasi surat terkait akan melakukan penelitian ke divisi SDM PTPN XI Surabaya	
2	18 Juni 2019	Konfirmasi surat terkait akan melakukan pengambilan data ke divisi pemasaran PTPN XI Surabaya	
3	19 Juni 2019	Wawancara dengan Bapak Roni	
		Wawancara dengan Bapak Rizal	
		Wawancara dengan Ibu Sarah	
4	20 Juni 2019	Pengambilan data ke divisi SDM dan telah selesai melakukan penelitian di PTPN XI Surabaya	

Surabaya, 20 Juni 2019

PT PERKEBUNAN NUSANTARA XI
DIVISI SUMBER DAYA MANUSIA DAN UMUM



Agus Budi Juwono
Kab. Pengembangan Organisasi

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yudho Rahadityo Utomo.SH.MH
Jabatan : Kasi Sumber Daya Manusia dan Umum
Alamat : Jl. Raya Semboro No.1, Semboro Lor, Kecamatan Semboro, Kabupaten Jember

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa :

Nama : Asmaul Humairo
NIM : E20152013
Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Ekonomi Syari'ah
Institut : IAIN Jember

Telah selesai melakukan penelitian di Pabrik Gula Semboro dan PTPN XI Surabaya untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Strategi Penetapan Harga Gula Pada PTPN XI PG. Semboro Kecamatan Semboro Kabupaten Jember".

Dengan demikian surat keterangan ini di buat dengan sebenarnya dan dapat digunakan kepada yang bersangkutan sebagai mestinya.

Jember, 22 Juni 2019



Yudho Rahadityo Utomo.SH.MH
Kasi. SDM & Umum

REKANAN PTPN XI JL. MERAK NO.1 SURABAYA

No.	Nama Rekanan	Alamat
1	Agro Tani Nusantara, PT	Jl. HR Mohammad No. 94, Surabaya
2	Agro Tani Sentosa, PT	Jl. Mojoarum V/01, Surabaya
3	Akar Djati, PT	Jl. Raya Pakisaji Utara No. 18.C, Malang
4	Andya Makmur, CV	Jl. Duren Tiga No. 6.A, Jakarta
5	Arta Agung Sentosa, PT	Jl. Slamet No. 1, Surabaya
6	Berlian Mandiri Perkasa, PT	Jl. Berlian Timur No.1, Surabaya
7	Berlian Penta Trad. Co	Jl. Berlian Timur No.1, Surabaya
8	Bima Citra, CV	Jl. Jajar Tunggal Villa Bukit Mas, Sby (Ruko DSR Blok. B.4C)
9	Bina Tani Sejahtera, PT	Jl. HR Mohammad No. 94, Surabaya
10	Bukit Intan Cemerlang, PT	Jl. Gunungsari , Surabaya
11	Bukit Mas, CV	Jl. Kerto Menanggal VIII/09, Surabaya
12	Citra Gemini Mulia, PT	Jl. Darmokali No. 11, Surabaya
13	Dian Cipta Mandiri, PT	Jl. Candi Borobudur Blol. D.233, Bekasi
14	Dian Samudra Harapan, PT	Jl. Gayung Kebonsari XI / 7, Surabaya
15	Duta Prima, CV	Jl. Semeru No. 2, Situbondo
16	Eka Surya jaya, PT	Jl. Simo Sidomulyo VIII/47, Surabaya
17	Gading Mas, CV	Jl. Raya Mulyosari PFF 76.T , Surabaya
18	Goro Sakti Sukses Makmur, PT	Jl. Mojopahit No. 23 Ampenan - Lombok, NTB
19	Haris, CV	Jl. Kalimas Baru No. 68, Surabaya
20	Hasta Graha Bumi Persada, PT	Jl. Perak Timur No. 512-Blok A.1-A.3, Surabaya
21	Irja Jaya, PT	Jl. Sidosermo PDK 1-A. Kav.268-269, Surabaya
22	Kedung Agung, PT	Jl. Songoyudan No.105, Surabaya
23	Kencana Gula Manis, PT	Jl. Kyai Tamin No. 111-115, Malang
24	Kurnadi Abadi, PT	Jl. Pasar Pagi No. 47, Jakarta Barat
25	Loyong International, PT	Jl. Raya Pakisaji Utara No. 18.C, Malang
26	Megah Agung, PT	Jl. Kyai Tamin No. 111-115, Malang
27	Padi Mas Prima, PT	Jl. Yos Sudarso 217.B, Makassar
28	Puncak Raya, CV	Jl. Darmo Permai III/2, Surabaya
29	Rastung Sejahtera, PT	Jl. Panglima Sudirman 101-103, Surabaya
30	Sarung Mas, CV	Jl. Puri Indah Blok. I No. 7, Sidoarjo
31	Sumber Hidup, CV	Jl. Gunawarman 22, Jakarta
32	Sumber Kencana, CV	Jl. Dukuh No. 115, Surabaya
33	Surya Hendera Utama, PT	Jl. Jend. Sudirman Kav. 60, Jakarta
34	Swasembada, CV	Jl. Kertopaten 2.D, Surabaya
35	Tanjung Batu Mulia, PT	Jl. Tanjung Batu No. 38, Surabaya
36	Welhap Cahaya, PT	Jl. Bibis No.19-21, Surabaya

IAIN JEMBER

ID Pembeli	Kode Pembeli	No Kode Pemb	Nama Pembeli	Alamat	Kota
1	HRS	001	PT. HARIS	Jl.Songoyudan No.103 - Lt.2	Surabaya
2	KDA	002	PT. KEDUNG AGUNG	Jl. Songoyudan No.105, Surabaya	Surabaya
3	WCA	003	PT. WELHAP CAHAYA	Jl. Raya Bibis No. 19-21,Tandes	Surabaya
4	CGM	004	PT. CITRA GEMINI MULIA	Jl. Darmokali No.11	Surabaya
5	MGA	005	PT. MEGAH AGUNG	Jl. Industri Mangliawan No. 83, Pakis	Malang
6	HGB	006	PT. HASTA GRAHA BP		Surabaya
7	BMP	008	PT. BERLIAN MANDIRI PERKASA	JL. Wijaya Kusuma No. 57	Surabaya
8	SKC	009	CV. SUMBER KENCANA	Jl. Dukuh 115	Surabaya
9	AAS	010	PT. ARTA AGUNG SENTOSA	Jl. Slamet No.1	Surabaya
10	PKN	011	PUSAT KOPERASI NUSANTARA SEBELAS JAWA TIMUR	Jl. Merak No.1	Surabaya
11	PMP	012	PT. PADI MAS PRIMA	Jl. Yos Sudarso 217 B	Makassar
12	PCR	013	CV. PUNCAK RAYA	Jl. Raya Kupang Jaya 120-122	Surabaya
13	KGM	014	PT. KENCANA GULA MANIS	Jl. Jenderal Sudirman Kav.59 Gedung Plaza ABDA Lt.7D	Jakarta
14	ATN	015	PT. AGRO TANI NUSANTARA	Jl.HR.Mohammad No.94	Surabaya
15	ATS	016	PT. AGRO TANI SENTOSA	Jl. Mojoarum V/1, Surabaya	Surabaya
16	IMK	017	CV. INDICA MULTI KARYA	Jl. Kalisari Indah 8/J No.8-5	Surabaya
17	GSM	018	PT. GORO SAKTI SUKSES MAKMUR	Jl. Mojopahit No. 23 Lombok	Nusa Tenggara Barat
18	BPM	019	PT. BANDA PRIMA	Jl. Gedung BRI Lt.8, Jl. Jend Sudirman	Jakarta Pusat
19	GDM	020	CV. GADING MAS	Jl. Raya Mulyosari PFF No.76	Surabaya
20	BTS	021	PT. BINA TANI SEJAHTERA	Jl. HR.Mohammad No.75	Surabaya
21	SBH	022	CV. SUMBER HIDUP	Jl. Pembangunan II Blok.F 1-2 Cikarang Kota-Cikarang Utara	Bekasi
22	PBK	023	PT. PANDU BUANA KARYA SEMESTA	Jl. Gunawarman No. 22	Jakarta
23	GSW	024	CV. GUNUNG SEWU	Jl. Simorejo Sari B-07	Surabaya
24	AMM	025	ANDYA MAKMUR, CV	Jl. Duren Tiga No.6.A	Jakarta
25	SHU	026	SURYA HENDRA UTAMA, CV	Jl. Kendal No. 17 - Menteng	Jakarta
26	MTU	027	PT. MATURA UTAMA	Jl.Tgk.Imum Lueng Bata Km.3.6	Banda Aceh
27	FMT	028	PT. FAJAR MULIA TRANSINDO	Jl. Tanjung Batu No. 54	Surabaya
28	BSI	029	PT. BERKAH SARANA IRJATAMA	Jl. Kalianget No. 2	Surabaya
29	BBR	030	BENTENG BARU, UD	Jl. Yos Sudarso No. 1.A	Makassar
30	KAB	031	KURNADI ABADI, PT	JALAN PASAR PAGI NO. 47	Jakarta Barat
31	TBM	032	PT. TANJUNG BATU MULIA	Jl. Tanjung Batu No. 38	Surabaya
32	BAA	033	PT. BERKAT ANUGERAH AGUNG	Jl. Genteng Besar No. 10	Surabaya
33	HKW	034	CV. HASIL KARYA WIJAYA	Perum Sumber Jaya 46-Jl. Malahayati	Bandar Lampung
34	AMJ	035	PT. AGRO MULYA JAYA	Inti Land Tower Lt.7 Jl. Panglima Sudirman 101-103	Surabaya
35	FJR	036	CV. FAJAR	Jl. Raya Mayjend Sungkono No.6 Karjan II, Kasihan Timur, Puger	Jember
36	NNT	037	CV. NAWA NIAGA TAMA	Jl. Bandarejo Tama I.C Buntu No. 10-Benowo, Surabaya	Surabaya
37	SIS	038	CV. SURYA INTI SEMESTA	Jl. Karang Klumprik Barat II / 7, Surabaya	Surabaya
38	AFI	039	PT AEROFOOD INDONESIA	Aerowisata Park - Jl. Prof. Dr. Soepomo No. 45, Tebet	Jakarta
39	KOS	040	CV KAIROOSE	Inti Land Tower Lt.7 Jl. Panglima Sudirman 101-103	Surabaya

ID Pembeli	Kode Pembeli	No Kode Pemb	Nama Pembeli	Alamat	Kota
40	KSR	041	KOPERASI UNIT DESA "SIDO RUKUN"	Jl. Pisang Agung No. 3	Lumajang
41	BHJ	042	UD BAHARI JAYA	Ds. Banyuputih Kidul RT.17-RW.04	Lumajang
42	SKS	043	PT SAUDARA KUSUMA ERA SEJAHTERA	Jl. Pluit Raya No.3	Jakarta Utara
43	TKY	044	CV TRI KARYA	Jl. Raya Krian No. 520, Krian	Sidoarjo
44	DJY	045	CV DIAN JAYA	Jl. Kolonel Sugiono Gg. IX No. 55.B	Pasuruan
45	SYM	046	CV SURYA MAS	Jl. Raya Bondoyudo 48, Sumber Baru	Jember
46	YTT	047	CV YANTIRTA	Jl. Semeru I/14, Kalangbret, Kauman	Tulungagung
47	RJN	048	PT RAJAWALI NUSINDO	Jl. Kalimas Barat No. 35 - 37	Surabaya
48	AKG	049	PT ADIKARYA GEMILANG	Jl. Ikan Bawal No.1A	Bandar Lampung
49	SBP	050	UD SUMBER PANGAN	Jl. Dendengan Dalam Link. V	Manado
50	AMR	051	CV ASMORO	Jl. Raya Watutulis No. 54, Prambon	Sidoarjo
51	MSU	052	PT MEGA SARI UTAMA	JL. R.M. Sudiono No. 6, Ketapang	Kalimantan Barat
52	TGU	053	CV. TIGA UTAMA	Jl. Pelita No.16 Besuki, Semboro	Jember
53	MYI	054	PT. MAYORA INDAH Tbk.	Jl. Daan Mogot Km.18, Cengkareng	Jakarta Barat
54	PKT	056	CV PERMATA KATULISTIWA	Jl. HOS. Cokroaminoto No. 8, Tanggul	Jember
55	LNS	057	CV LINTANG NUSA	Jl. Suyoso No. 46, RT.001/RW.004, Kel. Sukabumi-Kec. Mayangan	Probolinggo
56	KSG	058	KOPONTREN SIDOGIRI	Sidogiri Kraton Pasuruan PO BOX 22	Pasuruan
57	JNU	059	PT JATIM NUSA USAHA	Jl. Kertajaya Indah Timur I No. 18	Surabaya
58	PPI	060	PT PERUSAHAAN PERDAGANGAN INDONESIA (PERSERO)	Jl. Abdul Muis No. 8	Jakarta
59	BTB	061	UD. BENTENG BARU	Jl. Yos. Sudarso No.1.A	Makassar
60	CAT	062	PT CIPTA ANDHIKA TELADAN	Jl. HR. Muhammad No.94,Lantai 3	Surabaya
61	AAL	063	UD. ANUGERAH ARTHA LESTARI	Jl.Wonorejo Permai Selatan CC.22A	Surabaya
62	KJP	064	KOPERASI JASA PETROGAS JATIM UTAMA	Gedung Intiland Lt. 7, Jl. Panglima Sudirman 101-103	Surabaya
63	BLG	065	PERUM. BULOG - KANTOR DIVISI REGIONAL JAWA TIMUR	Jl. Jend. A. Yani 146 - 148	Surabaya
64	BLP	066	PERUM. BULOG - KANTOR PUSAT	Jl. Jenderal Gatot Subroto No. 49	Jakarta Pusat
65	KGR	067	KSU " GOTONG ROYONG "	Perumda Deket Gg. V No. 24, Desa Deket Kulon	Lamongan
66	KTN	068	CV KARTIKA SATAGUNA SHAKTI NUSANTARA	Jl A. Yani Perum Kav.I/27	Lumajang
67	KPS	086	PT KWARTA PRIMA SARANA	Jl Buguran No.45 Blok G-14	Surabaya
68	ASM		CV ARDANA SUKSES MAKMUR	Jl Panglima Sudirman No.138	Madiun
69	MTT		CV MITRA TANI	Jl Raya Situbondo KM 161	Situbondo
70	PJP	085	PT PUTRA JAYA SOLUSI PERKASA	Graha Bumi Surabaya Jl.Basuki Rachmat No.106-128	Surabaya
71	SWD	087	CV SWASEMBADA	Jl. Kertopaten 2D	Surabaya
72	IPS	088	CV ILHAM PERSADA	Jl Jeruk No 33 Waru	Sidoarjo
73	PTN	089	PT PERTANI (PERSERO)	Gedung Graha Gabah Jl. Pasar Minggu I Jakarta Selatan	Jakarta
74			CV MECCA MULYA	Dusun Krajan Sebaung, Kec. Gending	Probolinggo
75			PT EDWARD HARRIS	Jl. Pasar Baru No. 8 Pandaan	Pasuruan

PELANGGAN NXI PTPN XI SURABAYA

NO	NAMA PEMBELI	ALAMAT	KOTA
1	PT. CITRA GEMINI MULIA	Jl. Darmokali No.11	Surabaya
2	PT. AGRO TANI SENTOSA	Jl. Mojoarum V/1, Surabaya	Surabaya
3	CV. INDICA MULTI KARYA	Jl. Kalisari Indah 8/J No.8-5	Surabaya
4	CV. GUNUNG SEWU	Jl. Simorejo Sari B-07	Surabaya
5	PT. FAJAR MULIA TRANSINDO	Jl. Tanjung Batu No. 54	Surabaya
6	PT. BERKAH SARANA IRJATAMA	Jl. Kalianget No. 2	Surabaya
7	CV KAIROOSE	Inti Land Tower Lt.7 Jl. Panglima Sudirman 101-103	Surabaya
8	PT SAUDARA KUSUMA ERA SEJAHTERA	Jl. Pluit Raya No.3	Jakarta Utara
9	CV LINTANG NUSA	Jl. Suyoso No. 46, RT.001/RW.004, Kel. Sukabumi-Kec. Mayangan	Probolinggo
10	PT PERUSAHAAN PERDAGANGAN INDONESIA (PERSERO)	Jl. Abdul Muis No. 8	Jakarta
11	PT CIPTA ANDHIKA TELADAN	Jl. HR. Muhammad No.94,Lantai 3	Surabaya
12	PERUM. BULOG - KANTOR DIVISI REGIONAL JAWA TIMUR	Jl. Jend. A. Yani 146 - 148	Surabaya
13	PT KWARTA PRIMA SARANA	Jl Buguran No.45 Blok G-14	Surabaya
14	CV ARDANA SUKSES MAKMUR	Jl Panglima Sudirman No.138	Madiun
15	CV MITRA TANI	Jl Raya Situbondo KM 161	Situbondo
16	PT PUTRA JAYA SOLUSI PERKASA	Graha Bumi Surabaya Jl.Basuki Rachmat No.106-128	Surabaya
17	CV SWASEMBADA	Jl. Kertopaten 2D	Surabaya
18	PT PERTANI (PERSERO)	Gedung Graha Gabah Jl. Pasar Minggu I Jakarta Selatan	Jakarta
19	CV MECCA MULYA	Dusun Krajan Sebaung, Kec. Gending	Probolinggo
20	PT EDWARD HARRIS	Jl. Pasar Baru No. 8 Pandaan	Pasuruan
21	CV KARTIKA SATAGUNA SHAKTI NUSANTARA	Jl A. Yani Perum Kav.I/27	Lumajang
22	PT Molindo Raya Industrial	Lawang, Kalirejo, Malang, Jawa Timur 65216	Malang
23	PT Miwon Indonesia	Kabupaten Gresik Jawa Timur	Gresik
24	PT Indo Acidatama	alan Raya Solo-Sragen KM. 11.4, Kemiri, Kebakkramat, Kemiri, Kec. Kebakkramat, Kabupaten Karanganyar	Karanganyar
25	CV. Sumber Lancar	Jl. Pegirian No.96, Ampel, Kec. Semampir, Kota SBY, Jawa Timur 60145	Surabaya
26	PT. Utama Jaya Nitya	Jln. Tanjung Torowitan No 30 Perak Barat Krembangan - Surabaya	Surabaya
27	PT Indo Putra	Jl. KH Abdul Wahab Siamin Surabaya, Dukuh Pakis, Kec. Dukuhpakis, Kota SBY, Jawa Timur 60225	Surabaya
28	CV. Sinar Mentari	joho ngasem, Jl. Puskesmas, Dadapan, Sumberejo, Kec. Ngasem, Kediri, Jawa Timur 64182	Kediri
29	UD. Maju Jaya	Dusun Babatan Desa Sido mekar - Semboro - Jember	Jember
30	UD Barokah Jaya	Jl. Tambak Asri No.280, Morokrembangan, Kec. Krembangan, Kota SBY, Jawa Timur 60178	Surabaya
31	CV Kairoose	Jl. Panglima Sudirman 101 - 103 Intilan Tower Lt.3 Surabaya	Surabaya
32	UD. Indriyati Utari	Redjoagung Rt 02 Rw 08 Semboro Jember Jawa Timur	Jember
33	PT. Candra Wijaya Sakti	Jl. Soekarno Hatta PTP H Kav. 4 No. 62C Malang	Malang

34	Ilham Kurnain		
35	CV. Karya Mitra Usaha Sukses	Ngerangan RT 01/ RW 03 Ds. Gusnawan Colomadu - Karanganyar Jawa Tengah	Jawa Tengah
36	CV. Inti Sari Manis	Tropodo II/no.7,jl, Sidoarjo, Jawa Timur	Sidoarjo
37	PT. Garuda Mas Transindo	L.Jl. Perintis Kemerdekaan No. 91 Kota Tegal Jawa Tengah	Tegal
38	PT. Akar Djati	Jl. Raya Pakisaji RT 01 - RW 01 Pakisaji - Malang	Malang
39	PT. Loyoeng Bintang Emas	Jl. Raya Pakisaji RT 01 RW 01 Pakisaji Malang	Malang
40	PT. Serba Guna Sedjati	Jl. Raya Pakisaji 18C RT 001 RW 001 Pakisaji Malang	Malang
41	PT. Roda Jati Mas	Jl Majapahit Km 10/514, Semarang	Semarang
42	UD Lancar	Jl. Sumber Waras No 35 RT 01 RW 04 Kalirejo - Lawang - Malang	Malang
43	PT. Cheil Jedang Indonesia	Desa Arjosari Kec. Rejoso, Pasuruan	Pasuruan
44	CV. Tirta Kencana	Jl. Tubanan Baru Block F 10 -11 Surabaya	Surabaya
45	PT. Aneka Food Jaya Makmur	Jl. Raya Genteng Gambor, Parijatak Kulon Srono, Banyuwangi	Banyuwangi
46	PT. Cipta Nusantara Persada	Jl. Dharmahusada 189, Surabaya	Surabaya
47	PT. Lobby Sukses Makmur	Jl. Gajah Mada 55 - 56 Mojokerto	Mojokerto
48	CV. Mandiri Makmur Perkasa	Jl. Perak Timur No. 292 B -Perak Utara- Pabean Cantikan - Surabaya	Surabaya
49	PT. Langgeng Surya Alam	Jl. Tmbak Sari 6B Surabaya	Surabaya
50	PT. Adikreasi Ekaprakasa	Jl. Berbek Industri V No. 9 Sidoarjo	Sidoarjo
51	CV. Budiarta	Jl. A Yani No 34 Mintaragen, Tegal Timur Kota Tegal - Jawa Tengah	Tegal
52	CV. Dinarta	Jl. Durian No. 22 RT/RW 25/05 Pesantren Kediri	Kediri
53	PT. Etanol Ceria Abadi	Jl. Kedunggoro 50-UU/C-10 RT. 002 RW 010 Sawahan Surabaya	Surabaya
54	PT. Energi Kreasindo	Perum Villa Puncak tidar O-23 RT 34 RW 04 Kecamatan Dau Malang	Malang
55	CV. Pe Wee	Jl. Dahlia No. 03 Dimoro RT 02 RW 10 Karanganyar Solo - Jawa Tengah	Solo
56	PT. Aman Jaya Perdana	Jl. Sutami KM. 7 Tanjung Karang Timur Bandar Lampung	Bandar Lampung
57	PT. Sasa Inti	Jl. Raya Rungkut 19 - 20 Surabaya	Surabaya
58	PT. Ajinomoto Indonesia	Jl. Raya Mlirip - Jetis Mojokerto	Mojokerto
59	UD Telaga Warna	Jl.Kopi 3 Surabaya	Surabaya
60	UD. Bintang Timur	Jl. Kalijaten 48 Sepanjang	Sepanjang
61	PT. Armada Sejahtera Makmur	Jl. Raya Randuagung No. 1 Singosari Malang	Malang
62	CV. Karya Makmur Mandiri	Jl. Ahmad Yani 160 Malang	Malang
63	PT. Agro Mulya jaya	Griya Kebraon Barat Blok CE 17 Karang Pilang - Surabaya	Surabaya
64	PT. Berlian Mandiri Perkasa	Jl. Wijaya Kusuma No 57 Surabaya	Surabaya
65	PT. Nila Kencana	Jl. Raya Ngoro No 25 Mojokerto	Mojokerto
66	PT. Indonesia Nihon Seima	Jl. Raya Serang KM 8 Kaducuruk Tangerang	Tangerang
67	PT. Sumber Kita Indah	Kawasan Industri MM 2 100 Blok LL 2.5 Jatiwangi Cikarang Barat Bekasi	Bekasi
68	PT. Humpus Karbometil Selulosa	Wisma Antara Lt 9 Sweet 909 Jalan Merdeka Selatan Gambir Jakarta Pusat	Jakarta Pusat

DOKUMENTASI



Wawancara dengan Bapak Hj. Yeyek sebagai petani



Wawancara dengan Bapak Roni sebagai Divisi Pemasaran PTPN XI Surabaya



Wawancara dengan Ibu Sahara sebagai Divisi Pemasaran PTPN XI Surabaya



Wawancara dengan Bapak Rizal sebagai Divisi Pemasaran PTPN XI Surabaya



Wawancara dengan Bapak Suryo sebagai SKW HGU PTPN XI Pabrik Gula Semboro dan wawancara dengan Bapak Fadil selaku mandor SKW Pabrik Gula Semboro



Nama produk gula PT. Perkebunan Nusantara XI

BIODATA PENULIS



Nama : Asmaul Humairo
NIM : E20152013
Tempat, Tanggal Lahir : Banyuwangi, 07 Mei 1997
Program Studi : Ekonomi Syari'ah
Jurusan : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Alamat : Jl. Mediunan Rt. 02 Rw. 07 Dusun Sepanjang Kulon
Desa Sepanjang Kec. Glenmore Kab. Banyuwangi

Pengalaman Organisasi :

- a. Pencak Silat PSHT (Persaudaraan Setia Hati Terate)

Riwayat Pendidikan :

- a. TK Dharma Bakti KendengLembu : 2002-2003
- b. SDN 1 KarangHarjo Glenmore : 2003-2009
- c. SMPN 1 Glenmore : 2009-2012
- d. SMAU BPPT Darus Sholah Jember : 2012-2015
- e. Institut Agama Islam Negeri Jember : 2015-2019

**STRATEGI PENETAPAN HARGA GULA PADA PTPN XI
PG. SEMBORO KECAMATAN SEMBORO
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jember
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh:

ASMAUL HUMAIRO
NIM. E20152013

Dosen Pembimbing:

Daru Anondo, S.E., M.Si
NIP. 19750303 200901 1 009

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JULI 2019**