

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENENTUAN HARGA PRODUK SEPRAI DAN BEDCOVER UMKM DI ADITYA GORDEN

Rahmatul Adinda¹, Ahmad Vajri Rahman²

rahmatuladinda22@gmail.com¹, ahmadvajrirahman@upiypk.ac.id²

Universitas Putra Indonesia "Yptk" Padang

ABSTRAK

Penetapan harga merupakan salah satu aspek penting dalam strategi pemasaran yang secara langsung memengaruhi daya saing, keuntungan, serta keberlangsungan usaha, khususnya pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Makalah ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penentuan harga produk seprai dan bedcover pada UMKM Aditya Gorden, serta menjelaskan konsep dan metode penetapan harga yang diterapkan dan pengaruhnya terhadap strategi perusahaan serta keputusan pembelian konsumen. Metode penulisan yang digunakan adalah studi kepustakaan dan analisis deskriptif berdasarkan teori-teori manajemen pemasaran yang relevan. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa penentuan harga pada UMKM Aditya Gorden dipengaruhi oleh faktor internal seperti biaya bahan kain, kualitas produk, dan distribusi dari supplier, serta faktor eksternal berupa persaingan pasar, permintaan konsumen, dan tren motif serta desain. UMKM Aditya Gorden menerapkan beberapa metode penetapan harga, antara lain cost-plus pricing, market-oriented pricing, dan demand-based pricing. Penetapan harga yang tepat berperan penting dalam menentukan posisi produk di pasar, meningkatkan daya saing, serta memengaruhi keputusan pembelian dan loyalitas konsumen. Dengan strategi harga yang tepat, UMKM Aditya Gorden mampu mempertahankan eksistensi usaha dan meningkatkan peluang pengembangan bisnis secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Penetapan Harga, UMKM, Seprai Dan Bedcover, Strategi Pemasaran, Keputusan Pembelian.

PENDAHULUAN

Dana Desa yang dialokasikan sejak 2015 bertujuan mendukung pembangunan dan pemberdayaan masyarakat desa, namun dalam praktiknya sering terjadi penyalahgunaan dan rendahnya akuntabilitas pengelolaan, termasuk kurangnya pemahaman perangkat desa terhadap regulasi serta lemahnya pengawasan sebagaimana ditemukan pada berbagai kasus nasional dan lokal. Di Desa Ngurit sendiri, masyarakat pernah mempertanyakan ketidaksesuaian realisasi anggaran pada beberapa proyek, seperti pembangunan jalan, pengadaan tenaga surya, dan pengelolaan kebun desa. Kondisi ini menunjukkan perlunya evaluasi akuntabilitas pengelolaan dana desa, terutama terkait proses perencanaan, pelaksanaan, pelaporan, pertanggungjawaban, serta faktor-faktor yang memengaruhinya, sehingga penelitian ini menjadi relevan untuk dilakukan. Permasalahan akuntabilitas pengelolaan Dana Desa ini juga ditemukan pada berbagai penelitian sebelumnya. Penelitian oleh Ika Asnawati dan Prayino Basuki (2019) menunjukkan bahwa akuntabilitas Pemerintah Desa Dore masih rendah karena minimnya transparansi dan kelengkapan bukti pertanggungjawaban. Ulfah Andriani dan Tatik Zulaika (2019) menemukan bahwa peran perangkat desa dalam pengelolaan dana desa belum optimal, di mana hanya kepala desa dan sekretaris desa yang banyak terlibat karena keterbatasan pengetahuan perangkat lainnya. Selain itu, Musrifah dkk. (2023) mengungkapkan bahwa proses perencanaan Dana Desa di beberapa desa masih menghadapi kendala partisipasi masyarakat yang rendah dalam musyawarah perencanaan pembangunan desa.

Berdasarkan uraian pada latar belakang, penelitian ini berangkat dari kebutuhan untuk memahami bagaimana proses pengelolaan Dana Desa di Desa Ngurit Kecamatan Gunung Bintang Awai Kabupaten Barito Selatan. Penelitian juga berupaya mengkaji bagaimana akuntabilitas dalam pengelolaan Dana Desa diterapkan oleh pemerintah desa, serta mengidentifikasi berbagai faktor yang memengaruhi tercapainya akuntabilitas tersebut dalam praktiknya. Sejalan dengan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara mendalam proses akuntabilitas pengelolaan Dana Desa di Desa Ngurit. Penelitian ini juga ditujukan untuk menjelaskan pentingnya penerapan akuntabilitas dalam pengelolaan Dana Desa oleh perangkat desa, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat memengaruhi keberhasilan penerapan akuntabilitas tersebut di lingkungan Pemerintah Desa Ngurit. Secara teoritis, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan ilmu administrasi publik dan literatur akuntabilitas pengelolaan keuangan desa. Secara praktis, penelitian bermanfaat bagi pemerintah desa sebagai bahan evaluasi kinerja, bagi masyarakat untuk meningkatkan pemahaman dan partisipasi pengawasan, serta bagi peneliti selanjutnya sebagai referensi dan sumber data terkait kondisi Desa Ngurit dan Kecamatan Gunung Bintang Awai.

METODE PENELITIAN

Seiring dengan semakin meningkatnya persaingan usaha di sektor tekstil dan home-linen (seprai, bedcover, gorden) di Indonesia, pelaku UMKM menghadapi tantangan yang signifikan dalam menetapkan harga jual produk agar tetap kompetitif sekaligus memperoleh margin keuntungan yang memadai. Bagi UMKM seperti Aditya Gorden di Padang, West Sumatra, penentuan harga produk tidak hanya sekadar penggunaan bahan dan tenaga kerja,

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, penetapan harga menjadi salah satu aspek terpenting dalam strategi pemasaran dan pengelolaan usaha. Harga tidak hanya menentukan besarnya keuntungan yang diperoleh, tetapi juga mencerminkan nilai suatu produk di mata konsumen. Menurut (UU No. 20 Tahun 2008, 2008) Bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), keputusan dalam menetapkan harga sering kali menjadi tantangan tersendiri karena harus mempertimbangkan berbagai faktor, baik internal maupun eksternal.

Salah satu UMKM yang bergerak di bidang tekstil rumah tangga adalah Aditya Gorden, yang memproduksi dan menjual berbagai produk seperti seprai dan bedcover. Produk-produk tersebut memiliki permintaan yang cukup tinggi karena termasuk kebutuhan rumah tangga yang bersifat rutin dan mengikuti tren mode serta kenyamanan tidur. Namun, dalam menentukan harga jual, Aditya Gorden harus mempertimbangkan banyak hal agar harga yang ditawarkan dapat bersaing di pasar tanpa mengorbankan kualitas dan keuntungan usaha.

Faktor utama yang sangat berpengaruh terhadap penentuan harga adalah harga bahan kain sebagai komponen biaya terbesar dalam proses produksi. Fluktuasi harga kain di pasaran dapat berdampak langsung terhadap biaya produksi dan margin keuntungan yang diperoleh. Selain itu, persaingan pasar juga menjadi tantangan bagi UMKM, (Brigita & Adiwibowo, 2020) karena banyaknya produsen seprai dan bedcover lain yang menawarkan harga bervariasi dengan motif dan kualitas yang beragam. Oleh karena itu, Aditya Gorden harus mampu menyesuaikan harga produknya agar tetap kompetitif tanpa menurunkan standar mutu.

Permintaan konsumen dan tren motif serta kualitas bahan juga sangat mempengaruhi kebijakan harga. Konsumen kini semakin cerdas dan selektif dalam

memilih produk—mereka tidak hanya mempertimbangkan harga, tetapi juga faktor kenyamanan, keindahan desain, dan daya tahan bahan. Tren warna dan motif yang berubah mengikuti perkembangan gaya hidup juga memengaruhi selera pasar. Hal ini menuntut UMKM untuk berinovasi serta menyesuaikan strategi harga agar sesuai dengan nilai dan ekspektasi konsumen.

Di sisi lain, distribusi dari supplier atau pemasok turut menentukan efisiensi biaya produksi. Biaya transportasi, jarak distribusi, serta ketepatan waktu pengiriman bahan dapat menambah atau mengurangi total biaya produksi yang akhirnya berpengaruh pada harga jual produk. Pemilihan supplier yang tepat dengan harga dan layanan yang efisien dapat membantu perusahaan menekan biaya dan menjaga stabilitas harga produk di pasaran.

Dengan memperhatikan berbagai faktor tersebut, Aditya Gorden perlu menerapkan konsep dan metode penetapan harga yang tepat, seperti cost-based pricing, competitor-based pricing, atau value-based pricing, agar mampu bersaing sekaligus mempertahankan profitabilitas usaha. Selain itu, strategi harga yang diterapkan juga akan memengaruhi pengambilan keputusan bisnis, seperti strategi promosi, positioning produk, hingga target pasar yang ingin dicapai (Dewi & Harsono, 2024).

Berdasarkan uraian tersebut, penting untuk dilakukan kajian lebih mendalam mengenai Faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga produk seprai dan bedcover pada UMKM Aditya Gorden. Kajian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang bagaimana faktor-faktor seperti harga bahan kain, persaingan pasar, permintaan konsumen, tren motif dan kualitas bahan, serta distribusi dari supplier berperan dalam menentukan harga produk. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menjelaskan konsep dan metode penetapan harga yang tepat serta bagaimana harga dapat memengaruhi strategi dan keputusan bisnis perusahaan dalam menghadapi persaingan di industri tekstil rumah tangga.

Rumusan Masalah

- a. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penentuan harga produk seprai dan bedcover pada UMKM Aditya Gorden?
- b. Bagaimana konsep dan metode penetapan harga yang diterapkan oleh UMKM Aditya Gorden?
- c. Bagaimana pengaruh penetapan harga terhadap strategi perusahaan dan pengambilan keputusan bisnis di Aditya Gorden?

Tujuan Penelitian

Makalah ini disusun dengan tujuan untuk memahami dan menganalisis bagaimana UMKM Aditya Gorden menerapkan strategi komunikasi pemasaran dalam menjalankan usahanya. Adapun tujuan khusus dari penulisan makalah ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga produk seprai dan bedcover pada UMKM Aditya Gorden.
- b. Untuk memahami konsep dan metode penetapan harga yang diterapkan oleh UMKM Aditya Gorden.
- c. Untuk menganalisis pengaruh penetapan harga terhadap strategi perusahaan dan pengambilan keputusan bisnis di Aditya Gorden.

Manfaat

- a. Memberikan pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga produk seprai dan bedcover.
- b. Menambah wawasan mengenai konsep dan metode penetapan harga pada UMKM.
- c. Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya di bidang strategi pemasaran dan manajemen harga.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penentuan harga produk seprai dan bedcover pada UMKM Aditya Gorden dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan, baik faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor internal yang paling dominan adalah biaya produksi, khususnya harga bahan kain yang menjadi komponen utama dalam pembuatan seprai dan bedcover. Perubahan harga bahan baku di pasaran secara langsung berdampak pada biaya produksi dan margin keuntungan yang diperoleh UMKM. Selain itu, kualitas bahan yang digunakan juga memengaruhi harga jual, karena produk dengan kualitas lebih baik akan memiliki nilai jual yang lebih tinggi di mata konsumen.

Selain biaya bahan baku, faktor distribusi dari supplier turut memengaruhi penetapan harga. Biaya transportasi, jarak pengiriman, serta ketepatan waktu pasokan bahan dapat meningkatkan atau menekan biaya produksi. Pemilihan supplier yang tepat memungkinkan UMKM Aditya Gorden menjaga kestabilan biaya sehingga harga jual produk dapat tetap kompetitif di pasaran.

Dari sisi eksternal, persaingan pasar menjadi faktor penting dalam penentuan harga. Banyaknya pelaku usaha yang memproduksi seprai dan bedcover dengan variasi harga, motif, dan kualitas menuntut UMKM Aditya Gorden untuk menetapkan harga yang mampu bersaing tanpa menurunkan kualitas produk. Selain itu, permintaan konsumen dan tren motif serta desain juga berpengaruh terhadap kebijakan harga. Produk dengan motif yang sedang diminati atau kualitas yang lebih tinggi cenderung memiliki harga jual yang lebih tinggi dibandingkan produk standar.

Dalam praktiknya, UMKM Aditya Gorden menerapkan beberapa metode penetapan harga, di antaranya metode biaya plus (*cost-plus pricing*), metode harga berdasarkan pasar (*market-oriented pricing*), serta metode harga berdasarkan permintaan (*demand-based pricing*). Metode biaya plus digunakan untuk memastikan bahwa harga jual dapat menutupi seluruh biaya produksi dan memberikan keuntungan yang wajar. Sementara itu, metode harga berdasarkan pasar digunakan untuk menyesuaikan harga dengan kondisi persaingan agar produk tetap diminati konsumen. Metode harga berdasarkan permintaan diterapkan pada produk tertentu yang memiliki tingkat permintaan tinggi atau motif khusus yang bernilai lebih bagi konsumen.

Penetapan harga yang dilakukan oleh UMKM Aditya Gorden terbukti memiliki pengaruh terhadap strategi perusahaan dan pengambilan keputusan bisnis. Harga berperan dalam menentukan posisi produk di pasar, baik sebagai produk dengan harga terjangkau untuk pasar menengah maupun sebagai produk premium dengan kualitas dan motif eksklusif. Selain itu, strategi harga juga digunakan sebagai alat untuk meningkatkan daya saing, menarik konsumen baru, serta mempertahankan loyalitas pelanggan melalui pemberian promo atau diskon tertentu.

Harga juga memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Konsumen cenderung mempertimbangkan kesesuaian antara harga dan kualitas produk, daya beli, serta perbandingan dengan produk pesaing sebelum melakukan pembelian. Harga yang dianggap sesuai dengan nilai produk akan meningkatkan minat beli dan kepuasan konsumen, sehingga mendorong pembelian ulang. Dengan demikian, penetapan harga yang tepat tidak hanya berdampak pada keuntungan usaha, tetapi juga pada keberlangsungan dan perkembangan UMKM Aditya Gorden dalam menghadapi persaingan pasar.

KESIMPULAN

Penentuan harga produk seprai dan bedcover pada UMKM Aditya Gorden dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling terkait, baik dari sisi internal maupun eksternal. Faktor internal meliputi harga bahan kain, kualitas bahan, dan biaya distribusi dari supplier, yang secara langsung memengaruhi biaya produksi dan margin keuntungan. Sementara itu, faktor eksternal seperti persaingan pasar, permintaan konsumen, serta tren motif dan desain turut menentukan strategi penetapan harga agar produk tetap kompetitif dan diminati konsumen.

Penetapan harga pada Aditya Gorden juga memiliki peran strategis dalam bisnis. Harga yang tepat membantu menentukan posisi produk di pasar, baik sebagai produk premium maupun produk ekonomis, meningkatkan daya saing dengan harga yang kompetitif, serta memaksimalkan keuntungan perusahaan. Selain itu, harga yang sesuai dengan nilai produk dan daya beli konsumen dapat menarik dan mempertahankan pelanggan, sekaligus mendukung strategi pengembangan usaha melalui reinvestasi keuntungan untuk inovasi produk dan ekspansi usaha.

Lebih jauh, harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Persepsi nilai produk, daya beli, perbandingan dengan pesaing, efek diskon atau promosi, serta loyalitas jangka panjang menjadi pertimbangan konsumen sebelum melakukan pembelian. Dengan demikian, penetapan harga yang strategis dan tepat tidak hanya memastikan keberlangsungan usaha Aditya Gorden, tetapi juga menjadi alat penting untuk meningkatkan penjualan, keuntungan, dan kepuasan konsumen.

Saran

1. Menyesuaikan Harga dengan Biaya dan Nilai Produk

Aditya Gorden sebaiknya terus memantau biaya bahan kain, distribusi, dan produksi untuk menetapkan harga yang seimbang antara menutupi biaya dan memberikan keuntungan. Harga juga perlu mencerminkan kualitas dan nilai produk agar sesuai dengan persepsi konsumen.

2. Menganalisis Persaingan Pasar Secara Berkala

Agar tetap kompetitif, Aditya Gorden disarankan melakukan survei pasar secara rutin untuk mengetahui harga dan strategi pesaing. Hal ini membantu menetapkan harga yang kompetitif tanpa mengorbankan kualitas atau margin keuntungan.

3. Menyesuaikan dengan Permintaan dan Preferensi Konsumen

UMKM perlu memantau tren motif, kualitas bahan, dan preferensi konsumen. Penyesuaian harga sesuai dengan permintaan pasar dapat meningkatkan penjualan dan daya tarik produk.

4. Mengoptimalkan Strategi Promosi dan Diskon

Diskon, promo, atau paket bundling dapat digunakan untuk menarik konsumen baru dan mendorong pembelian ulang, tetapi harus direncanakan agar tetap menguntungkan bagi usaha.

5. Memperkuat Strategi Pengembangan Usaha

Keuntungan dari penetapan harga yang tepat dapat diinvestasikan kembali untuk inovasi produk, pengembangan motif baru, atau perluasan usaha, sehingga bisnis Aditya Gorden dapat berkembang secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alqamari, M., Cemda, A. R., & Yusuf, M. (2021). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Terhadap Rema Laundry Dan Simply Fresh Laundry Di Jalan Cikutra Bandung). *Agrikultura*, 32(2), 182.
- Brigita, W., & Adiwibowo, A. (2017). Pengaruh Strategi Tingkat Bisnis, Persaingan Pasar, dan

- Leverage terhadap Manajemen Laba. *Diponegoro Journal of Accounting*, 6(4), 1–13.
- Dewi & Harsono. (2024). *Manajemen Risiko Dalam Pengambilan Keputusan Bisnis*. april, 54–58.
- Secapramana, V. H. (2020). Model Dalam Strategi Penetapan Harga. *Ubaya*, 9(1), 30–43.
<http://repository.ubaya.ac.id/45>
- UU No. 20 Tahun 2008. (2008). *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. UU No. 20 Tahun 2008, 1, 1–31.