



ADAPTASI HARGA JUAL KERIPIK KENTANG TERHADAP FLUKTUASI HARGA BAHAN PRODUKSI PADA *HOME INDUSTRY* UD. KERIPIK KENTANG ANIS

AGRIZKY SATIVA CAHYANI

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

agrizkysativa0@gmail.com

EJA ARMAZ HARDI

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

eja.armaz.hardi@uinjambi.ac.id

G.W.I. AWAL HABIBAH

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

gwi.awalhabibah@uinjambi.ac.id

Korespondensi penulis: agrizkysativa0@gmail.com

Abstract: *The need for basic materials is an important thing that humans need to fulfill their daily needs. This need increases every year, the economic challenge that arises is the increase in prices, especially the price of basic materials. From this price determination, price problems often occur, one of which is a problem that is very vulnerable to price fluctuations. , from the fluctuating prices of basic commodities which have an impact on society, the increase in prices of basic commodities certainly affects the operational costs of both individual households and has an impact on a business, one of which is the home industry business. The aim of this thesis is: 1. To find out what adaptation strategies are used to deal with fluctuations in the price of production materials at UD. Anis potato chips 2. To find out how prices are determined when prices of production materials fluctuate. This thesis uses a qualitative approach, the informants in this research are home industry owners and home industry customers, using data collection methods through observation, interviews and documentation. The research results show: 1. Adaptation strategies carried out to maintain business in the UD home industry. Anis's potato chips include creative change (making changes), customer focus (customer focus), and organizational learning (organizational learning). 2. Determining prices when prices fluctuate, namely by paying attention to price affordability, price suitability to product quality, and price suitability to product benefits. It is hoped that the results of this research will be useful for increasing knowledge and insight in how to adapt or survive in the face of fluctuations in the price of production materials.*

Keywords: *Adaptation Strategy, Price Fluctuations, Production, Home Industry.*

Abstract: Kebutuhan bahan pokok merupakan hal penting yang dibutuhkan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya kebutuhan ini meningkat setiap tahunnya, tantangan ekonomi yang muncul adalah kenaikan harga khususnya harga bahan pokok dari penentuan harga tersebut sering terjadinya sebuah permasalahan harga salah satunya adalah masalah yang sangat rentan dengan terjadinya fluktuasi harga, dari terjadinya fluktuasi harga bahan pokok yang berdampak terhadap masyarakat kenaikan harga bahan pokok tentu berpengaruh terhadap biaya operasional baik rumah tangga individu maupun berdampak pada suatu bisnis salah satunya bisnis *home industry*. Tujuan skripsi ini adalah 1. Untuk mengetahui bagaimana strategi adaptasi yang dilakukan dalam menghadapi fluktuasi harga bahan produksi di UD. Keripik kentang Anis. 2. Untuk mengetahui bagaimana penetapan harga saat fluktuasi harga bahan produksi. Skripsi ini menggunakan pendekatan kualitatif, informan dalam penelitian ini adalah pemilik *home industry* dan pelanggan *home industry*, dengan menggunakan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan 1. Strategi adaptasi yang dilakukan untuk mempertahankan usaha pada *home industry* UD. Keripik kentang Anis diantaranya adalah *creative change* (melakukan perubahan), *customer focus* (fokus pelanggan),

dan *organizational learning* (pembelajaran organisasi). 2. Penetapan harga saat fluktuasi harga yakni dengan memperhatikan keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, dan kesesuaian harga dengan manfaat produk. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam cara beradaptasi atau bertahan menghadapi fluktuasi harga bahan produksi.

Kata Kunci: Strategi Adaptasi, Fluktuasi Harga, Produksi, *Home Industry*.

LATAR BELAKANG

Kenaikan harga bahan pokok saat ini sangat mempengaruhi daya beli dan sangat berdampak terhadap ekonomi masyarakat. Berbagai cara dilakukan pemerintah untuk menekan laju harga bahan pokok. Pada dasarnya kenaikan harga bahan baku akan mendorong meningkatnya biaya produksi, kondisi ini akan mendorong kenaikan harga jual produk.

Dari terjadinya fluktuasi harga bahan pokok yang berdampak terhadap masyarakat. Kenaikan harga bahan pokok tentu berpengaruh terhadap biaya operasional baik rumah tangga individu maupun berdampak pada suatu bisnis salah satunya bisnis *home industry*. *Home industry* adalah suatu unit usaha atau perusahaan dalam skala kecil yang bergerak dalam bidang industri tertentu. *Home industry* mempunyai kedudukan yang penting dalam sektor perekonomian, selain dari segi ekonomi peran *home industry* juga memberikan manfaat dari segi sosial yang sangat berperan aktif dalam perekonomian.

Agama Islam merupakan agama yang universal yang memiliki perhatian terhadap perniagaan. Salah satu perhatian ajaran Islam adalah tentang harga. Harga dapat menjadi salah satu faktor dalam mendapatkan keridhoan Allah dan Rasul-Nya, sehingga usaha perniagaan yang dilakukan dapat digolongkan dalam ibadah. Landasan dasar bisnis dalam perspektif Islam sebagaimana firman Allah SWT dalam surah An-Nissa: 29 yang berbunyi:

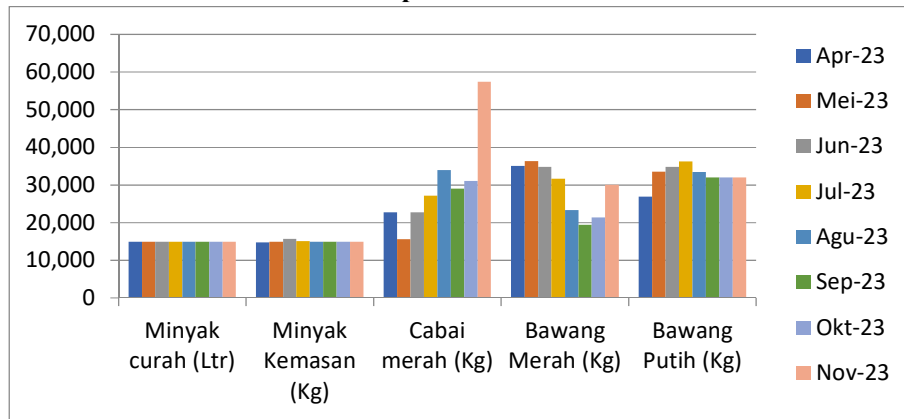
Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (Q.S Anisa ayat 29).

Strategi adaptasi fluktuasi harga perlu dipertimbangkan karena memiliki peranan penting dalam menentukan harga akhir. Hal ini disebabkan karena perusahaan biasanya tidak menerapkan harga tunggal, melainkan suatu struktur harga yang mencerminkan perbedaan permintaan dan biasa secara geografis, kebutuhan segmen pasar, waktu pembelian, tingkat pemesanan, dan faktor lainnya.

Dalam Islam terdapat strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan yang sangat dianjurkan dan diperbolehkan untuk kegiatan perdagangan dalam Islam. Salah satu pengusaha yang paling disegani adalah Nabi Muhammad SAW dengan kejujurannya. Strategi perdagangan yang patut dicontoh adalah dengan menjunjung tinggi nilai-nilai kejujuran, kedermawanan, ketelitian dan segala sifat yang terpuji seperti siddiq, amanah, tabligh dan fatanah.

Kota Jambi merupakan salah satu kota yang ikut mengalami dampak fluktuasi kenaikan harga bahan pokok. Kerawanan fluktuasi di Kota Jambi cukup beralasan, karena Kota Jambi bukan daerah produksi komoditas pangan, sehingga masih tergantung pada pasokan distribusi bahan pangan dari daerah lain yang merupakan produsen bahan pangan.

Tabel 1.1
Harga Rata-Rata Bahan Pokok di Pasar Rakyat Talang Banjar
Periode April-November 2023



(Sumber: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Jambi)

Ketidakstabilan harga bahan pokok sendiri menjadi permasalahan global, dan salah satu yang terkena dampak dari ketidakstabilan bahan pokok tersebut adalah pemilik usaha industri rumahan atau disebut *home Industry*. Salah satu *home industry* yang ada di Kota Jambi yaitu *home industry* UD. Keripik Kentang Anis yang terletak di Kecamatan Alam Barajo. Dimana *home industry* ini memproduksi makanan berupa olahan keripik kentang.

Alasan peneliti tertarik untuk meneliti *home industry* keripik UD. Keripik kentang Anis ini dikarenakan bisnis makanan adalah bisnis yang paling berkembang pesat, selain itu peran *home industry* mampu meningkatkan perekonomian masyarakat khususnya ekonomi keluarga. Alasan peneliti lainnya berdasarkan observasi awal bahwa *home industry* UD. Keripik Kentang Anis ikut mengalami dampak fluktuasi harga bahan pokok dan bahan produksi seperti kentang, cabai merah, bawang merah dan putih, minyak goreng, dan gas elpiji. Dengan adanya masalah fluktuasi harga bahan produksi tersebut, *home industry* UD. Keripik Kentang anis mengambil langkah untuk beradaptasi demi bertahan ditengah fluktuasi harga bahan produksi.

Tabel 1.2
Perbandingan Harga Jual Keripik Kentang Anis

Sebelum Kenaikan Harga Bahan Pokok	Setelah Kenaikan Harga Bahan Pokok
Rp. 90.000/kg	Rp. 100.000/kg

Dari persentase kenaikan harga bahan pokok berpengaruh terhadap bahan produksi yang digunakan oleh *home industry* UD. Keripik Kentang Anis. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada UD. Keripik Kentang Anis Mengatakan bahwa: “Dengan adanya ketidakpastian terhadap bahan pokok dan bahan produksi usaha keripik kentang saya cukup merasakan dampaknya salah satunya ketika harga fluktuasi harga bahan produksi naik, disisi lain saya sulit mencari bahan tersebut, ditambah lagi dengan harga bahan produksi yang naik maka modal yang dikeluarkan juga cukup besar selain itu keuntungan penjualan bisa sedikit.”

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa pemilik *home industry* keripik kentang anis mengalami dampak saat terjadinya fluktuasi harga bahan produksi terlebih lagi juga bahan-bahan tersebut sulit untuk dicari.

Dengan adanya fluktuasi harga bahan produksi maka pemilik *home industry* UD. Keripik Kentang Anis mengambil langkah untuk bertahan dengan usahanya dan memilih adaptasi dengan menaikkan harga jual. Harga menjadi sesuatu yang sangat penting artinya apabila harga suatu barang terlalu mahal dapat mengakibatkan barang menjadi kurang laku dan sebaliknya bila menjual terlalu murah maka keuntungan yang didapat menjadi berkurang. Dengan kenaikan harga jual tersebut juga memberikan dampak terhadap minat beli para pelanggan keripik kentang anis. Hal ini didukung dengan adanya hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada beberapa pelanggan keripik kentang Anis, sebagai berikut:

Dari hasil wawancara kepada Ibu Hera, mengenai kenaikan harga pada keripik kentang Anis. Mengatakan bahwa:

"Saya sendiri sudah berlangganan dengan keripik kentang anis ini, yang dari harganya Rp. 50.000/kg sekarang harganya Rp. 100.000/kg. Dengan harga segitu menurut saya lumayan mahal, jadi dari yang biasanya saya beli 2kg-4kg sekarang hanya membeli 1kg-2kg saja."

Hasil wawancara juga dilakukan oleh peneliti kepada Ibu Dien selaku pelanggan keripik kentang Anis mengenai kenaikan harga jual keripik kentang tersebut, ia mengatakan bahwa:

"Saya suka membeli keripik kentang anis ini karena rasanya enak dan gurih, harganya juga lumayan mahal untuk 1kg nya Rp. 100.000 dari harga Rp. 90.000 untuk perbandingan harga sebelumnya naik Rp. 10.000 menurut saya lumayan. Tetapi keripik kentang ini mempunyai kualitas rasa yang tidak diragukan."

Hasil wawancara juga dilakukan oleh peneliti kepada Ibu Ana selaku Pelanggan keripik kentang Anis mengenai kenaikan harga jual keripik kentang tersebut, ia mengatakan bahwa:

"Saya suka pesan keripik kentang anis ini untuk dikirim keluar kota, sebelumnya memang harganya Rp. 90.000 tapi harganya naik menjadi Rp. 100.000 kenaikan harga ini dari pengakuan pemilik keripik kentang ini dikarenakan harga bahan pokok naik. Jadi mau tidak mau harga keripik kentangnya juga ikut naik. Kenaikan harga ini cukup lumayan untuk nambah ongkos kirim, apalagi saya harus kirim keluar kota lagi."

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap beberapa pelanggan UD. Keripik Kentang Anis, dapat disimpulkan bahwa, kenaikan harga jual keripik kentang Anis dirasakan oleh beberapa pelanggan walaupun harga tersebut hanya naik Rp. 10.000 tetapi cukup mempengaruhi minat beli pelanggan tersebut. Sehingga dari yang biasanya mereka membeli 4kg kini hanya 2kg, tentunya dengan kurang minat beli keripik kentang Anis tersebut mempengaruhi penjualan serta pendapatan *home industry* UD. Keripik Kentang Anis tersebut.

keripik kentang anis mengalami ketimpangan. Hal tersebut dikarenakan pembelian bahan baku yang digunakan dalam proses produksi keripik kentang mengikuti fluktuasi harga bahan pokok dipasaran.

Pendapatan *home industry* keripik kentang Anis tergantung pada harga bahan pokok yang dijual dipasaran. Namun dengan adanya ketergantungan terhadap sistem pasar global maka menimbulkan permasalahan bagi produksi *home industry* UD. Keripik Kentang Anis. Dalam Hal ini peneliti melihat bahwa adanya fluktuasi harga yang telah terjadi terhadap harga bahan pokok produksi telah berdampak terhadap pendapatan UD. Kripik Kentang Anis.

KAJIAN TEORITIS

1. Strategi Adaptasi

a. Pengertian Strategi

Secara umum strategi adalah sebuah cara atau proses yang digunakan untuk tercapainya sebuah tujuan. Strategi merupakan tindakan bersifat incremental (senantiasa meningkat) terus menerus, yang dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang tujuan yang diharapkan.

Menurut Rahmat, strategi juga diartikan sebagai suatu ilmu dan seni perang saat berhadapan dengan musuh agar mencapai kemenangan.

b. Tujuan Strategi

Strategi dibuat dengan tujuan tertentu. Dengan adanya strategi dapat menjadi jembatan yang memberi kemudahan terlaksananya rencana serta tercapainya tujuan. Lebih dari itu, tujuan yang dicapai tidak hanya secara personal namun dapat diterapkan untuk tercapainya tujuan dalam suatu kelompok.

c. Pengertian Adaptasi

Adaptasi dapat didefinisikan sebagai suatu proses atau tindakan untuk bertahan hidup yang merupakan hasil dari respon individu atau kelompok terhadap lingkungannya. Respon yang mereka ambil tak lepas dari peran kebudayaannya dalam bentuk pengetahuan, nilai, dan norma yang berlaku di tempatnya. Unsur budaya ekonomi menjadi salah satu yang diadaptasikan.

a. Indikator Adaptasi

Menurut Denison dan Mishra, ada tiga indikator adaptasi yang mempunyai dampak pada efektivitas organisasi, yaitu sebagai berikut:

- 1) *Creating Change* (Menciptakan Perubahan), organisasi dapat menciptakan perubahan yang adaptive. Organisasi membaca lingkungan bisnis, bereaksi secara cepat pada perubahan dan mengantisipasi kemungkinan perubahan masa depan.
- 2) *Customer Focus* (Fokus Pelanggan), organisasi memahami dan bereaksi pada keinginan konsumen dan mengantisipasi kebutuhan masa depan dari konsumen. Hal ini merefleksikan derajat semangat organisasi untuk memberikan kepuasan konsumen.
- 3) *Organizational Learning* (Pembelajaran Organisasi), organisasi menerima, menerjemahkan, menginterpretasi sinyalingingkungan menjadi sebuah kesempatan yang dapat menumbuhkan inovasi, keinginan untuk menambah wawasan dan mengembangkan kemampuan organisasi.

2. Harga

a. Pengertian Harga

Harga adalah sesuatu yang dapat mewujudkan nilai produk atau jasa dalam satuan mata uang. Harga adalah nilai yang melekat pada apa yang dipertukarkan. Harga juga dapat berarti daya beli untuk kepuasan dan keuntungan. Semakin tinggi utilitas yang disarankan orang dari produk atau layanan tertentu, semakin tinggi nilai tukar produk dan layanan tersebut.

b. Konsep Harga dalam Islam

Teori harga dalam analisis ekonomi mikro tersirat dalam tulisan- tulisan Ibnu Tamiyyah (1267-1328). Ibnu Tamiyyah menjelaskan *tsamanmitsli* merupakan harga yang terbentuk dari kekuatan permintaan dan penawaran. Menurutnya, jika penduduk menjual barangnya dengan harga yang normal (*wajh al-maruf*) tanpa ada cara-cara yang tidak adil, harga bisa meningkat karena kekurangan pasokan komoditas dan juga karena tingginya permintaan.

c. Fluktuasi Harga

Fluktuasi harga adalah lonjakan atau ketidaktepatan segala sesuatu yang bisa digambarkan dalam sebuah grafik. Menurut kamus besar bahasa Indonesia fluktuasi adalah ketidak tepatan, guncangan atau gejala yang menunjukkan naik-turunnya harga.

a. Faktor yang Mempengaruhi Fluktuasi Harga

Naik turunnya harga, dalam penentuan harga atas sebuah produksi akan berhubungan erat dengan beberapa faktor di dalamnya yang mempengaruhi terjadinya fluktuasi harga di pasar.

Adapun beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya fluktuasi harga adalah sebagai berikut:

1. Ketidakstabilan Penawaran dan permintaan
2. Keterbatasan Sumber Daya Ekonomi, Faktor musim

b. Upaya dalam Menghadapi Fluktuasi Harga

Upaya memberdayakan negara (pemerintah) sebagai supra sosial harus memiliki komitmen yang kuat untuk mewujudkan kesempurnaan jati diri masyarakatnya. Usaha ekonomi rakyat salah satunya cara adalah dengan menangani terjadinya masalah fluktuasi harga. Adapun upaya yang harus di ambil saat terjadinya fluktuasi harga sembako dipasaran harus dilakukan oleh pemerintah dan pedagang itu sendiri.

Adapun upaya dari pemerintah adalah sebagai berikut:

- a) Operasi Pasar, Pengendalian Stok.

c. Indikator Penetapan Harga

Terdapat beberapa indikator dalam penetapan harga yaitu:

- 1) Keterjangkauan harga
Harga yang terjangkau adalah harapan semua konsumen sebelum melakukan pembelian. Konsumen akan cenderung memilih produk-produk yang memiliki harga yang sesuai dengan kemampuan mereka.
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
Untuk produk tertentu, konsumen tidak mempermasalahkan harga yang tinggi dikarenakan melihat produk tersebut memiliki kualitas yang bagus.
- 3) Menyesuaikan harga dengan manfaat produk
Konsumen biasanya cenderung tidak memperdulikan harga produk tetapi melihat keunggulan manfaat produk tersebut.

3. Produksi

a. Pengertian Produksi

Produksi adalah suatu kegiatan untuk meningkatkan manfaat dengan cara mengkombinasikan faktor-faktor produksi kapital, tenaga kerja, teknologi, *manageril skill*. Produksi merupakan usaha untuk meningkatkan manfaat dengan cara mengubah bentuk (*form utility*), memindahkan tempat (*place utility*), dan menyimpan (*store utility*).

b. Teori Produksi dalam Islam

Teori produksi adalah prinsip ilmiah dalam melakukan produksi, yang meliputi:

1. Bagaimana memilih kombinasi penggunaan input untuk menghasilkan output dengan produktivitas dan efisiensi tinggi.
2. Bagaimana menentukan tingkat output yang optimal untuk tingkat penggunaan input tertentu.
3. Bagaimana memilih teknologi yang tepat sesuai dengan kondisi perusahaan.

Berkenaan dengan teori produksi, tujuan perilaku produsen dalam pandangan ekonomi konvensional adalah memaksimalkan keuntungan serta bagaimana mengoptimalkan efisiensi produksinya. Berbeda dalam pandangan ekonomi Islam motivasi produsen selain mencari keuntungan serta efisiensi terhadap faktor produksinya, konsep meraih *maashlahah* juga harus terwujud agar tercapai *falah* (kedamaian dan kesejahteraan dunia dan akhirat).

Seperti yang dijelaskan Allah SWT dalam QS. Luqman ayat 31 artinya:

Artinya: "tidakkah kamu perhatikan sesungguhnya Allah telah menundukkan untuk (kepentingan)mu apa yang di langit dan apa yang di bumi dan menyempurnakan untukmu nikmat-

Nya lahir dan batin. Dan di antara manusia ada yang membantah tentang (keesaan) Allah tanpa ilmu pengetahuan atau petunjuk dan tanpa kitab yang memberi penerangan” (Q.S Lukman Ayat 31)

Dengan demikian teori produksi dalam pandangan ekonomi Islam adalah mencari keuntungan melalui produksi dan kegiatan bisnis lain tidak dilarang selama berada dalam koridor dan tujuan hukum Islam.

c. Faktor Produksi

Secara umum pada jenis produksi terdapat tiga jenis faktor produksi, yaitu:

- 1) *Land* (bahan mentah) atau yang sering disebut sebagai sesuatu yang diberi oleh alam atau dibeli dan nantinya diubah oleh perusahaan menjadi bahan jadi.
- 2) *Labor* (tenaga kerja), sumber daya manusia yang mengerjakan kegiatan produksi, termasuk upaya fisik, pemikiran, dan kewirausahaan yang diberikan oleh orang dalam perusahaan.
- 3) *Capital* (modal), investasi dan alat bantu dalam proses produksi meliputi tempat usaha, bangunan, mesin hingga persediaan.

a) Elastisitas permintaan faktor produksi

Suatu perubahan harga faktor produksi akan menimbulkan akibat yang berlainan atas perubahan jumlah berbagai faktor produksi yang digunakan.

- 1) Elastisitas Permintaan dari barang yang dihasilkan, makin besar pula elastisitas permintaan ke atas faktor produksi, dengan demikian penurunan harga faktor produksi maka akan berkurang juga harga atas ongkos produksi, dan ini menyebabkan perusahaan mengurangi harga dari barang yang diproduksikannya.
- 2) Perbandingan di Antara Ongkos yang di Bayarkan Kepada Faktor Produksi dengan Ongkos Total Ongkos produksi akan mempengaruhi harga, maka harga yang dihasilkan perusahaan, pertama akan mengalami kenaikan yang lebih tinggi dari harga barang yang dihasilkan, kedua makin besar bagian dari ongkos produksi total yang dibayarkan kepada sesuatu faktor produksi, makin lebih elastis permintaan faktor tersebut.
- 3) Tingkat Pengganti di Antara Faktor Produksi, Apabila terdapat banyak faktor produksi yang dapat menggantikannya, permintaan ke atas faktor produksi tersebut akan sangat menurun kalau harganya naik, dan akan mengalami pertambahan jika harganya turun. Makin banyak faktor-faktor produksi lainnya yang dapat menggantikan suatu faktor produksi tertentu, semakin elastis permintaan atas faktor produksi tersebut.

4. Home Industry

a. Pengertian Home Industry

Home industry sendiri merupakan gabungan dari kata, yaitu *home* dan *industry*. *Home* artinya sebagai rumah atau tempat tinggal. Sedangkan *industry* memiliki artinya sebagai mengelola barang mentah barang setengah jadi menjadi yang memiliki nilai jual. *Industry* tidak hanya dalam bentuk barang, tetapi juga dalam bentuk jasa. Secara keseluruhan, *industry* dapat diartikan sebagai usaha dilakukan di rumah atau daerah tempat tinggal untuk mengelola barang mentah atau barang setengah jadi menjadi barang memiliki nilai jual.

b. Kriteria Home Industry

Home industri termasuk usaha kecil, namun secara tidak langsung home industri telah mampu menciptakan lapangan pekerjaan bagi warga sekitar usaha tersebut. Home industry juga dapat membantu program pemerintah dalam upaya mengurangi angka pengangguran.

Dalam UU No. 9 Tahun 1995 yang digunakan oleh Departemen Koperasi menetapkan kriteria usaha kecil sebagai usaha yang memiliki ke kekayaan bersih maksimum Rp. 200.000.000

(Dua Ratus Juta) diluar tanah dan bangunan dan memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000 (Satu Miliar).

Tentang usaha kecil lebih lanjut UU No. 9 di dalamnya juga menjelaskan tentang pengertian industri kecil adalah industri yang memiliki kekayaan bersih maksimal Rp. 200.000.000 (Dua Ratus Juta), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Hasil penjualan tahunan kurang lebih Rp. 4.000.000.000 (Empat Miliar). Usaha sendiri, bukan anak perusahaan dari bentuk usaha perorangan, usaha kecil merupakan usaha formal oleh individu seperti usaha rumah tangga, pedangang kecil, kakilima maupun asongan.

METODE PENELITIAN

A. Metode dan Jenis Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang ilmiah.

B. Lokasi dan Objek Penelitian

Objek penelitian yang peneliti teliti adalah *home industry* UD. Keripik Kentang Anis, lokasi objek yang menjadi sumber dalam penelitian ini di Jl. Serma Ishak Ahmad No. 55 Rt. 08 Kel. Beliang Kecamatan Alam Barajo, Kota Jambi.

C. Jenis dan Sumber Data

Data primer merupakan data yang berasal dari sumber pertama atau data dan informasi asli dari objek penelitian, data ini tidak berbentuk dalam file-file atau data tersebut harus dicari melalui narasumber atau responden yaitu orang yang kita jadikan sebagai objek penelitian. Adapun responden yang digunakan sebagai sumber untuk mendapatkan informasi ataupun data dalam penelitian ini yaitupihak Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Jambi, serta pemilik *Home Industry* UD. Keripik Kentang Anis di Kecamatan Alam Barajo, Kota Jambi, dan beberapa pembeli di UD. Keripik Kentang Anis.

Data sekunder yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu diperoleh dari dokumen Disperindag KotaJambi yang berisikan data harga minyak goreng, pembukuan UD. Keripik Kentang Anis, Jurnal, internet, tesis, buku yang berjudul Buku Ajar Manajemen: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran, Tengku Firli Musfar, 16 Oktober 2020, buku Studi Kelayakan, Handion Wijoyo, 2021. Serta artikel yangberkaitan dengan topik penelitian.

D. Teknik Pengolahan Dan Analisis Data

Teknik pengumpulan data adalah langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data bersumber dari wawancara, dokumentasi, observasi.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Setelah melakukan observasi dan wawancara terhadap objek penelitian ini yaitu pemilik Home Industry UD. Keripik Kentang Anis, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini mendapatkan jawabannya. Maka disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Strategi Adaptasi Menghadapi Fluktuasi Harga Bahan Produksi bagi UD. Keripik Kentang Anis

Berdasarkan hasil penelitian, strategi untuk menghadapi fluktuasi harga bahan produksi Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang peneliti lakukan kepada pemilik home industry UD. Keripik Kentang Anis dalam strategi adaptasi fluktuasi harga bahan produksi. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan indikator-indikator sebagai sesuatu yang dapat memberikan

petunjuk atau keterangan terhadap strategi adaptasi. Adapun indikator dari strategi adaptasi yaitu sebagai berikut:

a. *Creating Change* (Melakukan Perubahan)

Creating Change (melakukan perubahan) adalah kondisi suatu usaha untuk melakukan perubahan untuk mempertahankan usahanya ditengah naik turunnya harga bahan produksi.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti kepada pemilik home industry UD. Keripik Kentang Anis bahwa untuk mempertahankan usaha mereka ditengah harga bahan produksi yang berfluktuasi ini mereka mempertahankannya dengan cara melakukan perubahan untuk harga jual dan mempertahankan kualitas yang mereka miliki, mereka tidak mau mengambil resiko untuk bertahan diharga jual yang lama namun kualitas mereka namun akan berdampak dengan kualitas dari produk keripik kentang mereka.

Fluktuasi harga bahan produksi ini terjadi akibat ketidakseimbangan kuantitas dari pasokan dan kuantitas permintaan yang dibutuhkan, sehingga menyebabkan para pemilik usaha merasakan dampaknya.

Dengan adanya Fluktuasi ini pemilik UD. Keripik kentang melakukan perubahan yakni mulai menyetok bahan baku ketika harga pasar mulai stabil, dan mencari alternatif bahan baku yang harganya lebih murah dari harga pasar, biasanya mereka mengambil pasokan kentang dari Padang ketika harga sedikit naik mereka mencari alternatif dengan mencari pemasok kentang dari Kerinci.

b. *Customer Focus* (Fokus Pelanggan)

Customer focus (fokus pelanggan) adalah strategi yang digunakan untuk menarik pelanggan ketika membangun sebuah usaha untuk memberi kepuasan kepada pelanggan.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti kepada pemilik home industry UD. keripik kentang Anis bahwa cara mereka untuk menarik fokus pelanggan meskipun ditengah terjadinya fluktuasi harga bahan produksi, namun mereka tetap memilih untuk memberikan pelayanan yang terbaik dengan fokus terhadap kualitas yang mereka berikan meskipun harus menaikkan harga jual namun mereka tidak mengurangi sedikitpun kualitas produk keripik mereka, mereka tidak mau mengambil resiko jika tetap bertahan dengan harga jual yang sebelumnya dengan mengorbankan kualitas produk, karena mereka mengutamakan sekali kepuasan pelanggan.

c. *Organizational Learning* (Pembelajaran Organisasi)

Organizational learning (pembelajaran organisasi) adalah suatu pembelajaran dari suatu usaha untuk mengembangkan usahanya tersebut dengan menciptakan sesuatu ide atau inovasi baru yang dapat menarik pelanggan.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti kepada pemilik *home industy* UD. Keripik Kentang Anis bahwa ketika harga fluktuasi bahan produksi mulai stabil maka mereka mengambil langkah yang dengan menyetok bahan produksi seperti kentang, minyak goreng cabe merah, dan bawang, namun tidak dalam jumlah yang banyak karena mengurangi resiko kerusakan pada bahan pokok produksi tersebut tetapi setidaknya mereka belajar untuk mempertahankan usahanya dengan cara tersebut karena apabila mereka tidak belajar dari kejadian sebelumnya maka mereka akan terkendala saat proses produksi keripik.

Tindakan yang dilakukan oleh para pemilik usaha untuk mempertahankan usahanya ini disaat harga bahan produksi yang berfluktuasi ini sangat diharapkan agar dapat mengoptimalkan penjualan mereka, dengan beberapa upaya yang mereka lakukan. Ditengah terjadinya fluktuasi harga bahan produksi mereka diharuskan untuk beradaptasi dalam harga jual. Naik turunnya harga bahan produksi dipasar tidak dapat dihindari, maka dari itu sebagai pemilik usaha lah sekarang

yang dituntut untuk lebih pandai beradaptasi dalam situasi seperti ini dengan melakukan beberapa upaya agar usaha dan produksi mereka tetap berjalan.

Seperti yang dikatakan Endang Yuliana bahwa adaptasi itu menyesuaikan diri dengan kebutuhan atau aturan baru yaitu suatu usaha untuk mencari keseimbangan kembali ke dalam keadaan normal, maka adaptasi yang dilakukan oleh pemilik UD. keripik kentang Anis ini juga diharapkan agar dapat kembali dalam keadaan penjualan yang normal.

2. Penetapan Harga Saat Fluktuasi Harga Bahan Produksi bagi UD. Keripik Kentang Anis

Ketika terjadi fluktuasi harga bahan produksi, maka penetapan harga harus menjadi prioritas utama yang harus di pertimbangkan dengan memikirkan konsekuensi kenaikan terhadap harga jual agar tidak merusak hubungan antara penjual dan pembeli. Dalam hal ini pemilik usaha harus jeli dalam menetapkan harga karena jika terjadi kesalahan dalam penetapan harga maka akan berpengaruh terhadap penjualannya.

Berdasarkan indikator dari penetapan harga dalam penelitian ini yaitu:

- a. Keterjangkauan Harga, berdasarkan hasil temuan peneliti di *home industry* UD. Keripik Kentang Anis harga yang ditetapkan oleh pemilik keripik kentang ini setelah terjadinya fluktuasi harga bahan produksi masih dapat dijangkau oleh pelanggan, karena sebelum menaikkan harga jual produk mereka telah mempertimbangkannya terlebih dahulu.
- b. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk, berdasarkan hasil temuan peneliti di *home industry* UD. Keripik Kentang Anis harga yang telah ditetapkan telah disesuaikan dengan kualitas dari produk yang mereka jual, karena mereka sangat mementingkan kualitas produk demi kepuasan pelanggan meskipun ditengah fluktuasi harga bahan produksi.
- c. Kesesuaian Harga dengan Manfaat Produk, berdasarkan hasil temuan peneliti di *home industry* UD. Keripik Kentang Anis harga yang ditetapkan telah sesuai dengan manfaat produk yang tidak hanya sebagai pengganti lauk dirumah saja, namun juga dapat dibawa perjalanan jauh untuk buah tangan.

Persaingan ditengah terjadinya fluktuasi harga bahan produksi ini, membuat pemilik usaha harus cermat dalam menetapkan harga jual bagaimana agar mereka tidak kehilangan pelanggan dan juga bagaimana agar kualitas yang mereka berikan tidak berkurang sedikit pun, maka dari itu diperlukan penetapan harga ini yang tentunya melalui pertimbangan, karena harga ini mempengaruhi permintaan.

Pernyataan hukum permintaan yang berbunyi “semakin rendah harga suatu barang maka semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut, begitu pula sebaliknya semakin tinggi harga suatu barang maka semakin dikit permintaan terhadap barang tersebut”, sesuai fakta yang terjadi dilapangan apabila harga jual naik, maka permintaan masyarakat ini menurun tidak seperti biasa. Namun, teori permintaan juga dipengaruhi beberapa faktor yakni harga barang itu sendiri, pendapatan konsumen, selera konsumen, harga barang lain yang terkait, dan harga masa datang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dalam observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti dengan pihak informan dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Strategi yang dilakukan *home industry* UD. Keripik kentang Anis dalam melakukan adaptasi pada harga jual ditengah keadaan bahan produksi yang berfluktuasi adalah dengan cara berupa *creative change* (melakukan perubahan), *customer focus* (fokus pelanggan), dan yang terakhir yakni *organizational learning* (pembelajaran organisasi).
2. Penetapan harga saat fluktuasi harga bahan baku produksi ini harus disesuaikan dengan keterjangkauan harga, apakah harga jual produk yang dinaikkan tersebut masih dapat dijangkau oleh masyarakat, kedua harga yang ditawarkan harus sesuai dengan kualitas

*ADAPTASI HARGA JUAL KERIPIK KENTANG TERHADAP FLUKTUASI HARGA BAHAN
PRODUKSI PADA HOME INDUSTRY UD. KERIPIK KENTANG ANIS*

produk yang diberikan oleh *home industry*, karena meskipun ditengah terjadinya fluktuasi harga kualitas dari produk keripik kentang adalah hal yang paling utama untuk mempertahankan pelanggan. Ketiga, penetapan harga juga harus disesuaikan dengan manfaat dari produk yang dihasilkan.

DAFTAR REFERENSI

Buku

- Agama RI, Departemen. *AL-QURAN dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashinan Mushar Al-Qur'an, 2019.
- Anggraini, Novy, dkk. *Pengantar Ekonomi Mikro (Teori dan Praktis)*. Bandung: Widina Media Utama. 2022.
- Anwar, Muhadjir. *Manajemen Strategik Daya Saing Dan Globalisasi*. Jawa Tengah: Sansasti Institute. 2020.
- Arianto, Nurmin. *Manajemen Pemasaran*. Cipta Media Nusantara. 2022.
- Gunawan, Fahmi. *Serasi Penelitian Pendidikan, Hukum, dan Ekonomi di Sulawesi Tenggara*. Yogyakarta: Grup Penerbitan CV Budi Utama. 2018
- Hidjarahwati, Dkk. *Cerdas Sejak Dini*. Yogyakarta: Grup Penerbitan CV Budi Utama. 2019.
- Kurniawan, Paulus dan Made Kembar Sri Budhi. *Pengantar Ekonomi Mikro & Makro*. Yogyakarta: CV Andri Offset. 2015.
- Kusuma, J.W. *Strategi Pembelajaran*. Batam: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri. 2023
- Mardawani. *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar dan Analisis Data Dalam Perspektif Kualitatif*. Yogyakarta: CV Budi Utama. 2020.
- Miftah, A.A dan Pangiuk, A. *Pemberdayaan Ekonomi dan Bisnis Muslim Jambi Dalam Perspektif Wirausaha*. Malang: Ahlimedia Press. 2020.
- Muhdar. *Manajemen SDM Teori dan Aplikasi pada Bank Syariah*. Depok: PT Rajagrafindo Persada. 2020.
- Nasrudin. *Kompilasi Karya Ilmiah UKM-F Dycres*. Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management. 2020.
- Nugrahani, Farida. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa (Surakarta)*. 2020.
- Ridwan. *Tingkat Pendapatan Dan Kesejahteraan Masyarakat Menjalani Kerukunan Umat Beragama*. Jakarta: CV. Azka Pustaka. 2021.
- Rozalinda. *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014.
- Sari, Tika. *Strategi BMT Pekalongan dalam Menjaga Stabilitas Keuangan dari Fluktuasi Mata Uang*. 2016.
- Sudamo, Ejo., Dkk. *Ekonomi Makro Islam*. Sumatra Barat: PT. Global Eksekutif Teknologi. 2023.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV. 2022.
- Tim Penyusun. *Buku Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Jambi*. Jambi. 2022.
- Wantara P., Dkk. *Manajemen Pemasaran Garam*. Malang: Media Nusa Creativ. 2020.
- Yuliani, Endang. *Kebutuhan Dasar Manusia*. Malang: CV. Rena Cipta Mandiri. 2021.

Penelitian:

- Azzahra, Aulia., Dkk. “Strategi Bertahan Hidup Petani Gambir Pada Fluktuasi Harga Komoditi Gambir di Kecamatan Kapur IX (Studi Kasus: Petani Gambir di Nagari Koto Bangun Kecamatan Kapur IX)”. *Jurnal Pendidikan Sejarah*, Vol. 6 No. 2.
- Budi, A. S., dan Tarmizi, Rosmiati. 2022. “Dampak Pandemi Covid-19 Pada Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)”. *Jurnal Online Insan Akuntan*, Vol. 7 No. 1.
- Fathia, Y.D. dan Arnaliah, Ima. 2023. “Strategi Bank Umum Syariah dalam Mengatasi Fluktuasi Makroekonomi Untuk Mendukung Pembiayaan UMKM Yang Berkelanjutan”. *Jurnal Economis Studies*. Vol. 3 No. 2.
- Harfandi, Yasmin M.R. 2023. Peran *Home Industry* Kue Khas Cangkiang Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga Menurut Perspektif Ekonomi Islam di Nagari Batu Taba Kecamatan Ampek Angkek. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 3 No. 4.
- Julio R. dan Abdoellah O. 2022. “Strategi Adaptasi Ekonomi Petani Penggarap Terhadap Dampak Pembangunan Jalan Tol”. *Jurnal Of Anthropology*, Vol. 7 No. 2.
- Majid, N. dan Fielnanda, R. 2023. “Pengaruh Fluktuasi Harga Emas dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah Jelutung”. *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika*. Vol. 2 No. 2.
- Pujiati, Naning. “Analisis Penyebab Fluktuasi Harga Barang Pokok di Pasar Kabupaten Magetan Jawa Timur”. *Jurnal Neraca*, Vol. 4 No. 2.
- Sabrina, E.P.H., Dkk. 2023. “Fluktuasi Harga Bahan Baku Di Masa Pandemi Covid-19 Pada UMKM Mebalfoods”. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*. Vol. 1 No. 5.
- Usri, Y.M., Dkk. 2023. “Strategi Petani dalam Menghadapi Fluktuasi Harga Kelapa di masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di Kelurahan Pulau Kijang Kecamatan Reteh Kabupaten Indragiri Hilir)”. *Journal On Education*, Vol. 05 No. 03.
- Wulandari, Siti. 2020. Fluktuasi Harga Cabai Merah Di Masa Pandemi Covid-19 di Kota Jambi. *Jurnal Media Agribisnis* .Vol. 1 No. 1.