

## INTISARI

Dalam masa persaingan industri seperti sekarang ini, harga merupakan faktor penting yang dipertimbangkan masyarakat dalam membeli suatu produk. Harga dipengaruhi berbagai faktor, di antaranya faktor internal dan eksternal. Di daerah Manding sebagai sentra kerajinan kulit di Yogyakarta, penentuan harga yang tepat penting dilakukan. Kondisi nyata di Manding saat ini, produsen kulit cenderung menetapkan harga produk hanya berdasarkan faktor internal harga produk, dengan kata lain berdasarkan biaya yang dikeluarkan untuk membuat produk tersebut dan *profit* yang diinginkan. Produsen belum mempertimbangkan faktor eksternal yang mungkin mempengaruhi harga, misalnya persepsi konsumen terhadap produk dan harga kompetitor yang dapat mempengaruhi harga produk tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan harga produk yang tepat dengan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal.

Studi pendahuluan dilakukan sebelum melakukan tahap penelitian lainnya untuk mengetahui segmen konsumen yang tepat. Sampel produk yang dipilih adalah sepatu kulit pantofel wanita. Data yang digunakan pada pengolahan tahap 1 adalah data primer yang bersumber dari wawancara pada pemilik Toko Sepatuku sebagai produsen sepatu kulit pantofel wanita. Hasil wawancara berupa komponen biaya internal yang menentukan harga sepatu dari sisi produsen. Data yang digunakan pada penelitian tahap 2 adalah data primer yang bersumber dari 30 responden wanita yang membeli sepatu pantofel wanita dengan kisaran usia 27-60 tahun yang berdomisili di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode *fuzzy logic* bertingkat untuk mendapatkan harga yang tepat, dengan alat bantu *fuzzy logic toolbox* di software Matlab.

Hasil dari penelitian ini dibandingkan dengan metode *mark-up pricing* yang umum digunakan dalam penentuan harga. Hasil validasi data melalui *expert judgment* menunjukkan tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara perhitungan *fuzzy logic* dengan kondisi nyata. Hasil uji MAPE menunjukkan tingkat *error* yang sangat kecil yaitu 4% sehingga hasil perhitungan dari *fuzzy logic* dapat diterapkan pada kondisi nyata. Kisaran harga yang didapatkan menggunakan metode *mark-up price* adalah Rp 107250,00 – Rp 172500,00, sedangkan kisaran harga akhir menggunakan metode *fuzzy logic* adalah Rp 123000,00 – Rp 140000,00. Dengan hasil *error* yang kecil dan kisaran harga yang sudah mempertimbangkan persepsi konsumen dan harga kompetitor, maka metode *fuzzy logic* lebih baik untuk digunakan.

Kata kunci : *fuzzy logic*, proyeksi keuntungan, persepsi konsumen, harga kompetitor, penentuan harga