

INTISARI

Permintaan konsumen terhadap produk dipengaruhi oleh harga jual dan iklan. Manufaktur dan ritel menentukan keputusan terkait kedua hal tersebut untuk menaikkan jumlah produk yang terjual dengan harapan profit akan meningkat. Namun, dalam hubungan manufaktur-ritel yang tidak terkoordinasi ketika masing-masing pihak mengambil keputusan sendiri terkait harga jual dan iklan tanpa ada *sharing* informasi sering menyebabkan hal sebaliknya. Kedua pihak ingin meningkatkan profit masing-masing, bukan profit secara keseluruhan sehingga menentukan harga jual dan iklan yang salah justru dapat menyebabkan penurunan profit bagi keduanya.

Model penelitian ini mengambil studi kasus pada ritel dengan harga produk merupakan harga yang tetap dan tidak mengalami perubahan selama periode penjualan. Permintaan tidak dipengaruhi oleh harga jual produk selama harga masih dalam daya beli konsumen, sehingga iklan menjadi cara untuk menarik minat konsumen. Penelitian memfokuskan pada model untuk menentukan harga, biaya iklan lokal dan nasional. Ketiga variabel ini digunakan untuk menentukan permintaan konsumen dimana permintaan konsumen akan digunakan untuk menghitung profit. Model dibangun dalam tiga skenario, yaitu *stackelberg-manufacturer game*, ketika manufaktur mengambil keputusan terlebih dahulu yang kemudian diikuti oleh ritel ; *cooperation*, saat manufaktur dan ritel saling bekerja sama ; dan *nash game*, manufaktur dan ritel sama sekali tidak melakukan interaksi.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapatkan hasil bahwa model yang paling memberikan peningkatan profit terhadap sistem aktual adalah model *stackelberg-manufacturer game*. Profit meningkat sebesar Rp 1.986.994.667 dengan rata-rata profit per bulan sebesar Rp 330.880.036. Model tersebut memberikan harga ritel yang lebih tinggi dari harga jual produk saat ini yaitu sebesar Rp 88.136 dan berdasarkan *valuation* konsumen akan menurunkan permintaan penjualan sebesar 10%. Biaya iklan lokal yang dikeluarkan sebesar Rp 209.535.733 per tahun dan nasional pada Rp 118.192.676 per tahun.

Kata kunci: manufaktur, ritel, harga jual, iklan, profit, *game theory*, *stackelberg-manufacturer game*, *cooperation game*, *nash game*