

INTISARI

Pertumbuhan industri batik di Indonesia saat ini terus meningkat mencapai lebih dari 300% dalam 3,5 tahun terakhir. Hal ini menyebabkan persaingan antar industri batik menjadi semakin ketat. Agar dapat bertahan di pasar, industri batik perlu memiliki strategi pemasaran yang baik seperti dalam hal penentuan harga jual. Penentuan harga jual di industri batik di Gulurejo, Lendah, Kulon Progo hingga saat ini masih dilakukan secara sederhana yaitu berdasarkan total biaya yang dikeluarkan untuk membuat produk dan persentase keuntungan yang diinginkan produsen, belum mempertimbangkan faktor eksternal seperti persepsi konsumen dan harga kompetitor.

Pendekatan *fuzzy logic* digunakan dalam penelitian ini untuk menentukan harga jual produk. Terdapat dua pendekatan *fuzzy logic* yang diterapkan yaitu *fuzzy logic* tunggal dan bertingkat dalam tiga tahap. Tahap pertama dilakukan untuk mengetahui kisaran harga dari segi produsen, tahap kedua untuk mengetahui kisaran harga dari segi konsumen dan kompetitor, dan tahap ketiga untuk mengetahui kisaran harga optimal.

Sampel produk yang digunakan adalah kain batik tulis. Kisaran harga jual yang diperoleh berdasarkan pendekatan *fuzzy logic* tunggal adalah Rp 195.000,00 – Rp 309.000,00. Kisaran harga jual berdasarkan pendekatan *fuzzy logic* bertingkat tahap pertama adalah Rp 193.000,00 – Rp 309.000,00, tahap kedua adalah Rp 214.000,00 – Rp 333.000,00, dan tahap tiga adalah Rp 214.000,00 – Rp 312.000,00. Berdasarkan hasil uji validasi dengan tiga *expert judgement* dapat disimpulkan bahwa hasil perhitungan *fuzzy logic* tunggal dan bertingkat tidak berbeda signifikan dengan *expert judgement* dan dapat mewakili sistem nyata.

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

ABSTRACT

Batik industry growth in Indonesia is currently increasing, reaches over 300% in the last 3,5 years. This causes competition among batik industry becomes increasingly tight. In order to survive in the market, batik industry needs to have a good marketing strategy as in selling price determination. The determination of product selling price done by batik industries in Gulurejo, Lendah, Kulon Progo is simply based on the total cost incurred to produce a product and the desired profit percentage, and not considering external factors like consumer perception and competitor price

Fuzzy logic approach is used in this study to determine the product selling price. There are two fuzzy logic approaches applied, the single and the three stages multilevel fuzzy logic. The first stage of multilevel fuzzy logic is done to obtain the price range from producer's side, the second stage is to obtain the price range from customer and competitor's side, and the third stage is to obtain the optimal price range.

The sample product used for this research is batik cloth. The selling price range obtained from single fuzzy logic approach is Rp 195.000,00 – Rp 309.000,00. The selling price range based on the first stage of multilevel fuzzy logic is Rp 193.000,00 – Rp 309.000,00, the second stage is Rp 214.000,00 – Rp 333.000,00, and the third stage is Rp 214.000,00 – Rp 312.000,00. Based on the result of validation test using three expert judgements, it can be concluded that the single and mulilevel fuzzy logic results are not significantly different with the expert judgements and can represent the real system.

Keywords : pricing, *fuzzy logic*, profit projection, consumer perception, competitor price