PENETAPAN HARGA JUAL DALAM MENINGKATKAN KEPUTUSAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUAN PEMBELIAN

Blantianus Novi¹, Usman²

^{1,2} Institut Shanti Bhuana Bengkayang, Kaliamantan Barat

¹E-mail: novivanbare@gmail.com

Received: 08 Oktober 2021; Accepted: 05 November 2021; Published: 01 Desember 2021

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya proses transaksi antara penjual dan pembeli pada toko sembako Age Adup. Adapun penelitian ini dilakukan tepat di dusun Baremada, Desa Lamolda, Kecamatan Lumar, Kabupaten Bengkayang. Adapun dalam penelitian ini diambil sampel 9 orang konsumen ataupun pembeli yang diwawancarai. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan dengan melakukan observasi secara langsung pada toko sembako Age Adup, wawancara dan dokumentasi. Selanjutnya penulis menganalisis data dengan metode deskriptif kualitatif. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan pada toko sembako Age Adup terhadap konsumen terkait Penetapan Harga Jual Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. Harga yang diterapkan oleh toko sembako Age Adup sudah tepat dimana sebanding dengan kualitas dan mutu produk. Selain itu harga jual barang juga cukup kompetitif dengan pesaing dimana harga jual yang diterapkan tidak memiliki selisih yang begitu jauh dengan harga pasaran. Namun ada beberapa barang yang memang lebih rendah harganya dibandingkan dengan pesaing. Dengan adanya penetapan harga yang tepat tentunya hal tersebut dapat berdampak bagi konsumen ataupun pembeli yang dimana hal tersebut menciptakan suatu kepuasan bagi konsumen hal tersebut dapat dilihat dari hasil wawancara terhadap 9 narasumberdimana mereka mengatakan bahwa mereka sangat puas terhadap penetapan harga yang ada, dimana hal tersebut menunjukkan bahwa penetapan harga yang telah dilakukan oleh pemilik toko sembako Age Adup sudah tepat. Dengan demikian hal tersebut juga memberikan suatu dampak terhadap keputusan pembelian bagi konsumen agar tetap kembali berbelanja pada toko sembako Age Adup.

Kata kunci: Harga, Keputusan Pembelian, Kepuasan Konsumen.

1. PENDAHULUAN

Dewasa ini perkembangan yang terjadi dalam dunia usaha tampaknya begitu pesat. Terutama kegiatan usaha yang berkaitan dengan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Dengan semakin banyaknya usaha yang ada sehingga para pelaku usaha harus dapat membuat suatu strategi baru dalam menjalankan usahanya, dengan tujuan agar keberlangsungan usaha dapat terus berjalan serta memberikan dampak yang baik berupa suatu kepuasan terhadap konsumen.

Salah satu usaha yang pada saat ini masih sangat banyak digeluti serta diminati oleh banyak orang adalah usaha sembako. Berdasarkan keputusan Menteri Industri dan perdagangan no 115/mpp/kep/2/1998 tanggal 27

Februari 1998 adapun jenis – jenis barang sembako adalah beras dan sagu, jagung, sayur- sayuran dan buah-buahan, daging (sapi dan ayam), susu, gula pasir, garam yang mengandung yodium, minyak goreng dan margarin, minyak tanah atau gas elpiji, dikutip dari Setiawati dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia KBBI (2016) menyatakan Sembako merupakan sembilan jenis kebutuhan pokok masyarakat. Dimana usaha sembako merupakan usaha komoditi yang dilakukan lebih dari satu pelaku usaha.

Dengan melihat bahwa usaha sembako merupakan suatu usaha komoditi yang dilakukan oleh lebih dari satu pelaku usaha, sehingga dalam menjalankan usaha yang ada diperlukan suatu strategi baru agar

dapat bersaing dengan pelaku usaha lainnya serta agar dapat memberikan suatu kepuasan terhadap konsumen. Dengan tujuan agar konsumen dapat berkunjung kembali dan berbelanja ditoko tersebut. Salah satu faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam melakukan pembelian adalah penetapan harga jual barang.

Harga merupakan segala sesuatu yang seharusnya diberikan oleh konsumen untuk mendapatkan keunggulan dan kelebihan yang ditawarkan oleh bauran pemasaran perusahaan. Dimana dengan adanya penetapan harga jual sehingga dapat menjadi tolak ukur bagi konsumen dalam melakukan dan memberikan suatu keputusan pembelian. Selain itu dengan adanya penetapan harga jual sehingga suatu badan usaha dapat melihat seberapa besar pendapatan yang diterima dari hasil penjualan yang telah dilakukan. Sedangkan apabila kita melihat dari sisi konsumen maupun pembeli dimana harga merupakan suatu hal pengeluaran maupun suatu usaha yang mereka lakukan dengan tujuan agar mereka mendapatkan produk yang mereka inginkan.

Dengan adanya Penetapan harga jual barang – barang sembako yang baik tentunya akan sangat disenangi atau minati oleh para konsumen, dimana dalam penetapan harga harus dapat bersaing dengan para pelaku usaha yang lainnya sehingga dapat membuat konsumen merasa puas dan mau berbelanja kembali ke tempat kita. Adapun beberapa hal yang dapat dijadikan sebagai indikator penetapan harga jual adalah mengenai keterjangkauan harga.

Keterjangkauan harga merupakan penetapan harga jual yang memiliki sedikit suatu perbedaan dengan pesaing misalnya harga jual

gula per kg di toko sembako Age Adup sebesar Rp 14,000.00 sedangkan di toko lain berkisar Rp 15,000.00. selain itu indikator dalam penetapan harga adalah penetapan potongan harga atau diskon dimana dalam pemberian diskon yang diterapkan oleh toko sembako Age Adup diberikan kepada konsumen yang apabila mereka melakukan pembelian dalam kapasitas banyak.

Ketika konsumen melakukan suatu pembelian yang dalam kapasitas banyak hal tersebut berarti menunjukkan bahwa konsumen tersebut merasa bahwa keinginan nya telah terpenuhi dan puas. Kepuasan konsumen merupakan suatu bentuk respon yang ditunjukan kepada pelaku usaha bahwa konsumen tersebut merasa sangat puas dan senang ketika konsumen telah berbelanja ketoko tersebut. Kepuasan konsumen merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen, dimana loyalitas konsumen sangat diperlukan dalam sebuah usaha dan sangat berperan penting, karena dalam menjalankan sebuah usaha salah satu hal yang menjadi tantangan adalah mempertahankan konsumen.

Di Desa Lamolda khususnya di Dusun Baremada merupakan salah satu daerah yang memiliki lokasi yang cukup jauh dari pasar, sehingga membuat masyarakat sekitar sedikit kesulitan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, beberapa tahun yang lalu kebanyakan masyarakat apabila mereka hendak berbelanja kebutuhan sembako, mereka terkadang melakukan perjalanan yang cukup jauh untuk menuju kedusun lain dengan berjalan kaki. Seiring berjalannya waktu sehingga terjadi suatu perubahan dimana warga di Dusun Baremada mencoba untuk melihat peluang dengan membuka usaha toko sembako. Sampai pada saat ini Ada empat pelaku usaha toko sembako yang sudah ada

di Dusun Baremada termasuk toko sembako Age Adup.

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian dengan menggunakan metode pengambilan data kualitatif, menurut Moleong (2014) penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kualitatif.

Menurut Saryono (2020) penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur, atau digambarkan, melalui pendekatan kuantitatif. Sehingga dari pemamparan para ahli diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian kualitatif merupakan suatu metode penelitian yang memberikan suatu gambaran secara langsung dilapangan dengan menggunakan suatu perbandingan informasi yang telah didapatkan. Menurut Moleong (2014) dalam metode kualitatif digunakan karena beberapa pertimbangan yaitu:

- a) Menyesuaikan metode kualitatif lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan jamak
- b) Metode kualitatif menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dan responden
- c) Metode kualitatif lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama terhadap pola-pola nilai yang dihadapi.

Metode penelitian ini disesuaikan dengan tujuan penelitian, dimana tujuan penelitian ini adalah

untuk mengetahui apakah penetapan harga jual sembako yang diterapkan oleh toko sembako Age Adup mampu dalam meningkatkan kepuasan pembeli di Desa Lamolda, Kecamatan Lumar, Kabupaten Bengkayang.

Lokasi penelitian dilakukan di lokasi usaha Age Adup Kabupaten Bengkayang, Kecamatan Lumar, Desa Lamolda.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berasal dari masyarakat itu sendiri serta pihak pelaku usaha. adapun data tersebut berupa data primer, Moleong (2014) sumber data utama dari penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. sehingga dari pendapat ahli diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa sumber data primer merupakan suatu data yang didapatkan secara langsung dari hasil wawancara dan penyebaran kuisioner terhadap para konsumen dan pelaku usaha yang ada di Desa Lamolda, Dusun Baremada.

Selain itu dalam penelitian ini juga menggunakan Data sekunder. Menurut Sugiyono (2012: 14) mendefinisikan bahwa data sekunder merupakan suatu sumber data yang telah diperoleh melalui cara membaca, mempelajari dan memahami dari media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku, serta dokumen. Adapun Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dengan cara mengumpulkan data-data yang terdokumentasikan yang memuat tentang berita-berita yang berkaitan dengan penelitian ini, selain itu data sekunder yang didapatkan juga bersumber dari literatur seperti jurnal dan bentuk buku-buku lainnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum

Toko sembako Age Adup merupakan suatu usaha yang

menyediakan segala kebutuhan yang berkaitan dengan sembilan barang pokok, dimana barang-barang tersebut merupakan barang yang akan dibutuhkan dalam kehidupan setiap harinya, adapun barang-barang yang dijual pada toko sembako Age Adup adalah seperti gula, beras, kopi, minyak goreng, telur dan lain lainnya. Selain itu adapun lokasi dijalankannya usaha toko sembako Age Adup ini berada di Desa Lamolda, Dusun Baramada dimana toko memiliki posisi yang sangat strategis karena berada didekat perumahan masyarakat dan keramaian sehingga sangat mudah dijangkau oleh pembeli.

Adapun tujuan dijalankannya usaha ini adalah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat mengenai keterkaitannya terhadap keperluan sehari-hari, hal tersebut dikarenakan jarak antara kota dan desa yang cukup jauh sehingga hal tersebut akan sedikit menyulitkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya, dengan melihat permasalahan yang ada sehingga didirikanlah toko sembako Age Adup ini. Selain itu adapun pendirian usaha ini juga sebagai bentuk perwujudan secara nyata mengenai praktek kewirausahaan.

Toko sembako Age Adup merupakan salah satu usaha yang dijalankan oleh satu orang pemilik, dimana dalam menjalankan usahanya pemilik usaha memperoleh modal dari pinjaman melalui teman-teman dan orang sekitarnya yang dianggap dapat memberikan bantuan. Apabila kita melihat progres perkembangan usaha yang ada sangat mengalami peningkatan yang cukup baik, adapun harapan yang diharapkan oleh pemilik usaha adalah agar usaha toko sembako Age Adup ini dapat mengalami perkembangan yang baik sehingga dapat dijadikan lebih besar lagi sehingga dengan harapan agar dapat memenuhi kebutuhan masyarakat

secara keseluruhan serta dapat membuka peluang pekerjaan bagi banyak orang, terutama bagi warga sekitar dan mereka yang sedang membutuhkan pekerjaan terutama bagi warga sekitar dan mereka yang sedang membutuhkan pekerjaan.

Penetapan Harga, Kepuasan Konsumen Dan Keputusan Pembelian

Penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui apakah penetapan harga jual sembako yang diterapkan oleh toko sembako Age Adup mampu dalam meningkatkan kepuasan pembeli. Dimana dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode wawancara adapun metode wawancara yang dilakukan adalah dengan menggunakan wawancara secara langsung dengan responden, dimana pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan wawancara dibuat oleh peneliti sendiri.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa harga yang diterapkan oleh toko sembako Age Adup sudah tepat dimana sebanding dengan kualitas dan mutu produk. Selain itu harga jual barang juga cukup kompetitif dengan pesaing dimana harga jual yang diterapkan tidak memiliki selisih yang begitu jauh dengan harga pasaran. Namun ada beberapa barang yang memang lebih rendah harganya dibandingkan dengan pesaing. Dengan adanya penetapan harga yang tepat tentunya hal tersebut dapat berdampak bagi konsumen ataupun pembeli yang dimana hal tersebut menciptakan suatu kepuasan bagi konsumen. Hal ini karena suatu harga baik itu barang maupun jasa merupakan faktor yang menjadi penentu minat konsumen dalam melakukan suatu pembelian.

Dalam Penelitian ini diambil 9 responden, adapun responden yang diwawancarai adalah mereka yang

datang berbelanja ke toko sembako Age Adup, responden yang diwawancara tidak memiliki persyaratan khusus akan tetapi di fokuskan terhadap orang-orang dewasa dan ibu-ibu rumah tangga, hal tersebut dikarenakan mereka yang paling dominan berbelanja pada toko sembako Age Adup. Dalam rekapitulasi hasil wawancara terdapat beberapa hal yang di kaitkan misalnya mengenai indikator, indikator merupakan bagian secara umum yang akan dijelaskan melalui beberapa pertanyaan yang nantinya akan di jawab oleh konsumen, adapun indikator-indikator tersebut adalah indikator harga, indikator kepuasan konsumen, dan indikator keputusan pembelian, dalam setiap indikator akan dimasukkan pertanyaan dimana jumlah pertanyaan nya bervariasi ada yang memiliki empat pertanyaan dan rata-rata tiga pertanyaan.

4. KESIMPULAN

Dilihat dari hasil wawancara yang telah dilakukan bahwa konsumen sangat puas terhadap penetapan harga yang diberikan toko sembako Age Adup dimana hal tersebut menunjukkan bahwa penetapan harga yang telah dilakukan oleh pemilik toko sembako Age Adup sudah tepat sehingga hal tersebut juga secara tidak langsung memberikan suatu dampak terhadap keputusan pembelian bagi konsumen agar tetap kembali berbelanja pada toko sembako Age Adup.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa harga dan pelayanan yang diberikan toko sembako Age Adup merupakan hal utama bagi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian barang yang ditawarkan dan memberikan suatu kepuasan terhadap konsumen dimana konsumen merasa bahwa keinginan mereka sudah cukup terpenuhi yang disebabkan

oleh produk barang yang telah mereka beli memiliki kesesuaian terhadap harga dan kualitas yang diinginkan.

5. REFERENSI

- Setiwati. 2016. *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (KBBI). (P. 1399). Jakarta: Jakarta Pusat.
- Amylia, H. P. 2016. *Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Perilaku Keluarga*. Kediri: Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Aringa, C. R., Sitepu, M., & Astuti, N. 2019. *Analisis Pengaruh Produk Dan Harga*. Kabupaten Bangka: STIE- IBEK.
- Arini, S. 2017. *Pengaruh Harga Sembako Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Pasar Paokmotong Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur Perspektif Etika Bisnis Islam*. Lombok: UIN Mataram.
- Basu, S. & Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.
- Beni, S. 2017. *Pembangunan Manusia Melalui Pendidikan Dasar Credit Union*. (Herulono, Ed.). Jakarta: Mer-C Publishing.
- Beni, S., & Manggu, B. 2020. Efektivitas Program Keluarga Harapan Dalam Penanggulangan Kemiskinan Di Perbatasan (Studi Kasus Kecamatan Jagoi Babang Kabupaten Bengkayang Kalimantan Barat). *Sosiokonsepsia*, 9(2), 162–170.
- Herlambnag. 2014. *Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Perilaku Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian*. Kediri: Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Kotler, & Amstorg. 2007. *Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian*. Fakultas Ekonomi-Universitas Kanjuruhan Malang.

- Lenti, M., Beni, S., Sadewo, YD., & Usman. 2020. Strategi Diferensiasi Produk LINE Untuk Menarik Minat Konsumen. *Business, Economics and Entrepreneurship*. 2(2), 9-19.
- Mayasari, R. 2009. Analisis Pengaruh Citra Pasar. *Analisis Pengaruh Citra Pasar Tradisional Terhadap Loyalitas Konsumen*. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Moleong. 2014. *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: Jejak.
- Moleong. 2014. Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif.
- Moleong, J. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasir, M. 2017. Analisis Penetapan Harga Pedagang Ikan Asin Di Pasar Tradisional. *Ditinjau Menurut Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Pada Pedagang Ikan Asin Di Pasar*
- Prasetyo, A. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan.
- Saryono. 2020. Analisis Strategi Pemasaran Mebel Rahma (Studi Kasus Pada Usaha Mebel Rahma Di Alalak Tengah Kecamatan Banjarmasin Utara).
- Simamora. 2001. *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan profitabe* Edisi pertama Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama
- Suriasumantri. 2001. Hubungan Antara Etos Kerja, Pengetahuan Manajemen, Dan Kinerja Profesional Guru Teknologi Di Sulawesi Utara.
- Supiana, H.Y., Beni, S. 2020. Analisis Kinerja Keuangan Pada Credit Union Bonaventura Tempat Pelayanan Ledo. *Business, Economics and Entrepreneurship*. 2(1), 10-14.
- Tjiptono. 2017. *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk*. Yogyakarta: Graha Ilmu.