

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada saat ini dunia usaha sangat berkembang jauh dan tentunya terjadi sebuah peningkatan dari waktu ke waktu, dan dari satu sisi yang juga terjadi persaingan yang sangat besar, baik dari segi persaingan harga maupun kualitas produk yang bersaing di pasaran. Masyarakat di era globalisasi saat ini tentu sangat memperhatikan kualitas dari produk yang mereka butuhkan terutama lagi produk industri makanan. Dalam keadaan demikian, pemasok tidak dapat berhasil memasarkan produknya jika tidak memiliki usaha atau nilai jual lebih dari produk yang ditawarkan kepada masyarakat. Jika penjual tidak agresif dalam menanggapi kondisi pasar kemungkinan besar yang akan terjadi tidak akan dapat memiliki pelanggan tetap.

Lingkungan bisnis adalah sebagai seluruh komponen yang dapat mempengaruhi maupun mendukung jalannya suatu bisnis yang dilakukan oleh seseorang. Dalam lingkungan bisnis yang mengakibatkan dunia ini dengan kekuasaan pasar tentunya adalah persaingan. Jika kita mengedarkan suatu produk kemudian berhasil didunia pasar dalam hal menarik minat konsumen, lalu sukses, maka jangan harap kita bisa sukses dalam jangka panjang karena bisa saja akan muncul pesaing dikemudian hari.

Perkembangan industri makanan merupakan suatu bentuk usaha yang cukup prospektif di Indonesia, hal tersebut dikarenakan makanan merupakan salah satu

kebutuhan pokok yang harus terpenuhi. Keberadaan usaha kecil dan kegiatan pemasarannya mampu menciptakan masyarakat yang memiliki sumber penghasilan mandiri dan tidak bergantung pada pihak lain untuk memenuhi kebutuhannya. Usaha mikro kecil juga banyak berperan membantu pemerintah dalam menciptakan lapangan pekerjaan, terutama bagi masyarakat yang berpendidikan rendah (Kurnia dkk, 2019).

Masyarakat adalah pasar secara umum. Ada publik yang sedang berada dengan urusan keuangan, sosial media, dan pergaulan di lingkungan sekitar, masyarakat yang berarti target produk usaha. Dapat disimpulkan akan sangat luas yang harus dipertimbangkan. Setiap kondisi dan setiap pihak mendapatkan perhatian sepantasnya terkait kondisi pada pasar tersebut. Hal-hal ini tidak pasti artinya dapat berkembang dan bergeser. Individu-individu adalah pasar masyarakat dan menjadi target pasar produk untuk dikonsumsi oleh masyarakat. Produk yang dijual di lingkungan masyarakat ini disebut dengan produk konsumen (*consumers good*). Oleh karena itu, sebenarnya posisi tiap individu masyarakat itu berperilaku dalam memilih suatu produk. Terkadang nampak sangat sederhana, tetapi sebelum transaksi pembelian produk tersebut terjadi, sebenarnya telah terjadi suatu keputusan dapat dilakukan oleh konsumen. Akan tetapi di sisi yang lain memahaminya merupakan kunci penting jika seorang pemasar ingin sukses. Oleh karena itu pemasar harus mencoba memahami kondisi pasar pelanggan.

Setiap pelaku bisnis akan berusaha memahami dan mempengaruhi konsumen, dan bagaimana memutuskan, bagaimana rencana dan kegiatan produk yang dikelola

pelanggan dapat berjalan dengan baik dan mempengaruhi produk yang dipilih. memberikan kepuasan dan memberikan harga yang terjangkau bagi masyarakat.

Harga jual merupakan besarnya harga yang dibebankan kepada konsumen. Harga pada suatu produk sangat mempengaruhi volume dalam penjualan. Produsen perlu memikirkan tentang harga jual secara tepat karena harga yang tidak tepat akan tidak menarik para pembeli untuk membeli atau menggunakan jasa tersebut. Penetapan harga jual yang tepat tidak berarti bahwa harga haruslah ditetapkan rendah atau serendah mungkin, karena banyak konsumen yang mempertimbangkan harga dalam mengkonsumsi sebuah produk yang ditawarkan (Gelu dkk., 2023).

Industri makanan terus berkembang seiring dengan pertumbuhan ekonomi yang semakin meningkat. Salah satu produk makanan yang populer adalah donat. Donat merupakan salah satu jenis roti yang memiliki bentuk bulat dengan lubang ditengahnya. Donat juga memiliki rasa manis dan lembut sehingga banyak disukai oleh masyarakat dari berbagai kalangan. Dalam menjalankan bisnis donat, para pelaku usaha seringkali mengalami kendala dalam menentukan harga jual yang tepat.

Penentuan harga jual juga harus sesuai dengan nilai yang diberikan dan dapat diterima oleh kalangan konsumen. Sebab jika harga yang diberikan produsen terlalu tinggi dari nilai yang diterima oleh konsumen, maka produsen kemungkinan akan kehilangan konsumen, sedangkan jika harga yang produsen tetapkan terlalu rendah dari pada nilai yang diterima, maka produsen kemungkinan tidak akan berhasil mendapatkan laba. Oleh karena itu, dalam hal penetapan harga jual terlebih dahulu harus diperhatikan besaran biaya per unit produk yang dihasilkan. Tanpa mengetahui

harga per unit produk harga jual tidak mungkin dapat ditentukan Berbagai kaitan dengan penetapan harga jual terhadap peningkatan volume penjualan produk donat, maka harus berhati-hati dalam penentuan harga jual dengan memperhitungkan unsur-unsur biaya yang telah dikeluarkan.

Berdasarkan hal tersebut, maka penulis telah melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Penetapan Harga Jual Terhadap Volume Penjualan Produk Donat Di Kabupaten Maros (Studi Kasus Pada Donat Maros (Natos) Pada Rest Area Ballu-Ballu)”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana varian produk, harga jual serta volume penjualan Natos di Kabupaten Maros?
2. Bagaimana metode penetapan harga jual Natos di Kabupaten Maros?
3. Bagaimana tanggapan rersponden terhadap penetapan harga jual produk Natos di Kabupaten Maros?
4. Bagaimana pengaruh penetapan harga jual terhadap volume penjualan produk Natos di Kabupaten Maros?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu :

1. Mandeskripsikan varian produk, harga jual serta volume penjualan Natos di Kabupaten Maros.

2. Mendeskripsikan metode penetapan harga jual Natos di Kabupaten Maros.
3. Menganalisis tanggapan responden terhadap penetapan harga jual produk Natos di Kabupaten Maros.
4. Menganalisis pengaruh penetapan harga jual terhadap volume penjualan produk Natos di Kabupaten Maros.

1.4. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang diharapkan peneliti sebagai berikut :

1. Bagi peneliti dapat dijadikan sebagai wadah untuk menambah pengetahuan dengan mengaplikasikan teori yang diperoleh selama kuliah.
2. Bagi Natos (Donat Maros) di Kabupaten Maros penelitian ini diharapkan ada evaluasi berkelanjutan khususnya terkait penetapan harga jual produk natos.
3. Bagi akademisi, hasil penelitian ini diharapkan menjadi acuan atau referensi selanjutnya dapat dikembangkan lebih luas kedepannya.