

PERAN PEMBERIAN HARGA DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA TOKO JENITRA SNACK DI BINTARO SEKTOR 7 TANGERANG SELATAN

Lani Kusuma¹, Purwanti²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan
e-mail: 1lani.kusuma1289@gmail.com

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan
e-mail: 2dosen02578@unpam.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of pricing in increasing sales volume at The Jenitra Snack Store in Bintaro Sektor 7, South Tangerang. The type of research used is Qualitative. By emphasizing the interview method to key informants, where the key informants here are shop employees and consumers, the triangulation technique is source triangulation, technical triangulation and time triangulation, supported by secondary and primary data collection procedures. The validity of the study was tested with several tests, namely Credibility, Complyability, Distributability, and Transferability. The results of this study indicate that the Role of Pricing is very important in increasing Sales Volume at the Jenitra Snack Store in Bintaro Sektor 7, South Tangerang. So the market must always consider the quality and the right price for a product sold at the Jenitra Snack store.

Keywords: *Role of Pricing, Sales Volume*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa peran pemberian harga dalam meningkatkan volume penjualan pada Toko Jenitra Snack di Bintaro Sektor 7 Tangerang Selatan . Jenis penelitian yang digunakan yaitu kualitatif. Dengan menekankan metode wawancara kepada *key informan*, yang mana *key informan* disini adalah karyawan toko dan juga konsumen, adapun teknik triangulasi yaitu triangulasi sumber teknik dan waktu, didukung dengan prosedur pengumpulan data secara sekunder dan primer. Adapun keabsahan penelitian di uji dengan Kredibilitas, Komfimbilitas, Dipandebilitas, dan Tranferbilitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran pemberian harga sangat penting dalam meningkatkan volume penjualan pada Toko Jenitra Snack Di Bintaro Sektor 7 Tangerang Selatan . Sehingga pasar harus selalu memberikan kualitas dan harga yang pas untuk suatu produk yang di jual pada Toko Jenitra Snack.

Kata kunci: *Peran Pemberian Harga, Volume Penjualan*

1. PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis ritel, harga merupakan salah satu faktor kunci yang mendorong keputusan pembelian konsumen. Pemberian harga yang tepat tidak hanya dapat menarik pelanggan, tetapi juga mempengaruhi daya saing dan profitabilitas sebuah toko. Toko Jenitra Snack, yang berlokasi di Bintaro, Jakarta Selatan, merupakan salah satu pemain utama dalam industri Snack yang semakin kompetitif di kawasan tersebut.

Toko Jenitra Snack menghadapi tantangan besar dalam menarik pelanggan dan meningkatkan penjualannya di tengah persaingan yang ketat dengan berbagai toko Snack dan supermarket. Di pasar yang semakin dinamis ini, strategi harga menjadi alat yang sangat penting dalam menarik minat konsumen dan meraih keunggulan kompetitif. Penetapan harga yang efektif tidak hanya mempengaruhi volume penjualan tetapi juga berkontribusi pada kepuasan pelanggan dan loyalitas terhadap merek.

Data menunjukkan bahwa pemberian harga relatif rendah sangat efektif mendorong penjualan di Toko Jenitra Snack, dengan 80% responden setuju bahwa harga murah menarik minat beli. Meskipun demikian, mayoritas (60%) tidak sepakat bahwa harga tinggi tetap diminati meski kualitas rasa bagus, menunjukkan bahwa harga menjadi faktor penghalang utama. Sebagian besar konsumen (70%) menilai harga yang diberikan sudah sesuai dengan kualitas rasa produk, dan diskon produk terbukti sangat diminati (80%), menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan penjualan. Namun, mayoritas (65%) tidak setuju bahwa harga rendah selalu diterapkan pada

produk dengan kualitas standar, menandakan bahwa harga murah tidak selalu identik dengan kualitas rendah dalam persepsi konsumen. Fenomena yang terjadi di Toko Jenitra Snack menunjukkan bahwa harga yang relatif rendah sangat berpengaruh dalam meningkatkan penjualan, karena sebagian besar konsumen tertarik pada produk dengan harga terjangkau dan diskon yang ditawarkan. Meskipun kualitas rasa menjadi pertimbangan, mayoritas konsumen tidak bersedia membayar harga tinggi hanya karena rasa yang baik, sehingga harga tetap menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian. Selain itu, konsumen menilai bahwa harga yang diberikan sudah sepadan dengan kualitas rasa produk, namun pemberian harga rendah tidak selalu berarti produk tersebut memiliki kualitas standar, menandakan adanya persepsi positif terhadap produk yang berharga murah namun tetap berkualitas.

Tabel 1.4
Data Penjualan Periode Tahun 2021-2023 Padat Toko Jenitra Snack Cabang Bintaro Sektor 7

No	Produk	Harga / Kg	Target Kg Tahunan	Penjualan Kg Tahunan		
				2021	2022	2023
1.	Keripik Pisang	Rp. 120.000	1000 kg	400 kg	500 kg	700 kg
2.	Keripik Singkong	Rp. 80.000	1000 kg	500 kg	600 kg	900 kg
3.	Kembang Goyang	Rp. 120.000	1000 kg	500 Kg	700 Kg	800 Kg
4.	Peyek Kacang	Rp. 120.000	1000 kg	900 kg	300 kg	500 kg
5.	Renginang	Rp. 120.000	1000 kg	600k g	500 kg	400 kg
6.	Keripik Tempe	Rp. 100.000	1000 kg	500 kg	400 kg	400 kg
7.	Sale Jari	Rp. 80.000	1000 kg	900 kg	700 kg	800 kg
8.	Cheese Stik	Rp. 100.000	1000 kg	500 kg	500 kg	500 kg
9.	Keripik Tahu	Rp. 80.000	1000 kg	350 kg	750 kg	800 kg
10.	Kerupuk Opak	Rp. 60.000	1000 kg	600 kg	500 kg	700 kg

Sumber : Owner Toko Jenitra Snack cabang Bintaro Sektor 7

Selama periode tahun 2021-2023 Toko Jenitra Snack menjual beberapa produk snack seperti keripik pisang, keripik singkong, kembang goyang, peyek kacang, renginang, keripik tempe, sale jari, cheese stik, keripik tahu dan kerupuk opak, yang mana pada penjualannya Toko Jenitra Snack memberikan target penjualan dalam bentuk tahunan adalah sebesar 1000 kg, namun pada data yang di lampirkan bisa di lihat bahwa penjualan tahunan bahkan belum mencapai target yang di harapkan, dengan penjualan paling tinggi adalah peyek kacang adalah 900kg pada tahun 2021, sedang pada tahun 2022 penjualan paling tinggi adalah kripik tahu 750kg dan pada tahun 2023 penjualan paling tinggi adalah kripik singkong yaitu 900kg, maka demikian terdapat fenomena yang mana target penjualan Toko Jenitra belum mencapai target yang diharapkan.

2. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek ilmiah, dimana peneliti adalah instrumen kunci (Sugiono, 2020:78). Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud adalah untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian yaitu dalam penelitian ini adalah karyawan Toko Jenitra Snack di Bintaro Sektor 7 Tangerang Selatan, tindakan seperti komunikasi, dan cara memotivasi kerja karyawan dan dan juga bagaimana sistem pengolahan Pemasaran lainnya dapat dilakukan secara menyeluruh secara terus menerus.

Alasan Peneliti Menggunakan Metode Kualitatif

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian yang menerangkan (*explanatory research*) dan dalam penelitian ini juga bersifat deskriptif yang mana yang mana sifatnya studikamus dengan objek penelitian. Dengan didukung oleh pendekatan kualitatif maka penulis akan dapat menggambarkan fenomena yang benar-benar terjadi dilapangan.

Sejalan dengan tujuan penelitian ini maka penulis menentukan sifat analisis data dengan riset yang bersifat kualitatif yaitu suatu penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah yang mana peneliti adalah instrumen kunci (Sugiyono, 2013:9).

Instrumen Penelitian

Menurut (Abdussamad, 2021:141) dalam penelitian kualitatif yang menjadi instrumen atau alat adalah peneliti itu sendiri, oleh karena itulah peneliti juga harus di validasi seberapa jauh peneliti kualitatif siap melakukan penelitian selanjutnya terjun kelapangan.

Maka bisa di tarik kesimpulan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang sangat bergantung ke absahan datanya adalah dari peneliti itu sendiri karena dalam penelitian kualitatif peneliti adalah suatu instrumen kunci yang bertanggung jawab penuh dalam penelitian yang di lakukannya.

Instrumen Observasi

Observasi adalah teknik pengumoulan data yang memiliki suatu ciri spesifik dalam rincian di bandingkan dengna teknik lainnya (Sugiyono, 2018:229). Observasi digunakan pada kegiatan penelitian untuk mengamati, mencata fenomena yang terjadi juga

masalah-masalah yang dalam hal tersebut dijadikan dalam bahan pertimbangan aspek fenomena yang ada. Dalam penelitian ini observasi yang dilakukan adalah melakukan pengamatan secara langsung di lapangan untuk mengetahui bagaimana metode motivasi dalam memotivasi kerja karyawan pada Toko Jenitra Snack di Bintaro Sektor 7 Tangerang Selatan .

Instrumen Wawancara

Menurut Sugiyono (2018:467) wawancara merupakan suatu teknik yang dilakukan secara dua arah digunakan untuk mendapatkan informasi dari narasumber terkait. Wawancara juga di artikan sebagai instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian kualitatif, penelitian kualitatif adalah adalah suatu penelitian yang berisi tentang deskripsi secara lengkap pada penelitian yang sedang diuji oleh peneliti pada saat melakukan wawancara terhadap narasumber, instrumen penelitian wawancara sebelumnya harus ditulis secara terstruktur sebelum diluncurkan pertanyaan kepada sampel narasumber penelitian dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara kepada beberapa sampel karyawan pada Toko Jenitra Snack di Bintaro Sektor 7 Tangerang Selatan

Instrumen Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2018:476) Dokumentasi adalah pelengkap dari penggunaan metode observasi atau wawancara akan dapat lebih di percaya, memiliki kredibilitas yang tinggi, apabila didukung dengan foto atau bukti lainnya seperti karya akademik yang telah ada.

Instrumen Triangulasi

Menurut Sugiyono (2020) Triangulasi di artikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat membangun dari berbagai teknik

pengumpulan data dan sumber data yang sudah ada. Jika peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dari berbagai sumber data.

Prosedur Pengumpulan Data

Menurut Sugiono (2019:322) dalam penelitian kualitatif pengumpulan data-nya adalah dengan cara melakukan Observasi, Wawancara, mendalam dan Dokumentasi, atau gabungan ketiganya (Triangulasi) kepada key informan teknik pengumpulan data merupakan teknik mengumpulkan data salah satu atau sumber data yang ditentukan yang mana data yang di ambil dalam penelitian ini dapat di bagi menjadi 2 (dua) jenis yaitu data primer dan data sekunder kedua data ini di harapkan dapat saling melengkapi dalam menunjang validitas data penelitian ini.

Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari Narasumber adalah seseorang yang dianggap mengetahui permasalahan yang akan di teliti oleh peneliti melalui wawancara, catatan tertulis, atau melalui rekaman video dan recorder dan pengambilan foto. Oleh karena itu narasumber yang dipilih harus benar-benar mengetahui dan memahami serta bertanggung jawab terhadap data-data yang diperlukan untuk menjawab permasalahan penelitian yang dilakukan.

Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dengan mengadakan pencatatan, pengamatan dan pengkajian terhadap

dokumen yang mendukung penelitian, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk memperoleh data data yang lengkap dan relevan yaitu data primer dan data sekunder peneliti menggunakan teknik pengumpulan data seperti di bawah ini :

Kesimpulan dan verifikasi (Conclusion and Verification)

Kesimpulan dalam Penelitian Kualitatif adalah suatu temuan baru yang sebelumnya sudah ada di mana temuan merupakan gambaran atau deskripsi gambaran suatu objek yang masih belum pasti sehingga setelah di teliti akan jelas, dapat juga berupa hubungan klausal atau interaktif, hipotesis teori.

Dengan Menggunakan Teknik Analisis oleh Miles and Huberman, analisis data dalam penelitian deskriptif kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data dan periode tertentu. Di mana analisis data yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut :

Melakukan Pengumpulan data terkait Analisis Pelatihan Terhadap kompetensi Kinerja Karyawan Toko Jenitra Snack di Bintaro Sektor 7 Tangerang Selatan . Mempelajari dan menganalisis sistem pelatihan yang ada di perusahaan tersebut sehingga diketahui apakah sudah berjalan efektif dalam tujuan pelatihan itu sendiri terhadap kompetensi karyawan Toko Jenitra Snack di Bintaro Sektor 7 Tangerang Selatan .

Mempelajari dan menganalisis jurnal dan dokumen-dokumen lain-nya yang di gunakan untuk pengendalian dan acuan melihat Perkembangan dari upaya pelatihan terhadap penambahan kompetensi pada karyawan Toko Jenitra Snack di Bintaro Sektor 7 Tangerang Selatan

Memberikan Alternatif pemecahan masalah yang bertujuan untuk penyempurnaan sistem pelatihan dan unsur unsur pelatihan Kerja karyawan Toko Jenitra Snack di Bintaro Sektor 7 Tangerang Selatan .

Memberikan suatu kesimpulan mengenai Analisis Pelatihan Terhadap kompetensi Kinerja Karyawan Toko Jenitra Snack di Bintaro Sektor 7 Tangerang Selatan .

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian

Penetapan Key Informan

Dalam penelitian ini menetapkan key informan adalah karyawan pada Toko Jenitra Snack cabang Bintaro Sektor 7 yang mana karyawan tersebut adalah mereka yang memahami secara jelas terkait hal yang di teriti pada variabel pemberian harga (X1) dalam meningkatkan volume penjualan (X2), sehingga peneliti dapat menggali informasi lebih banya terkait variabel yang sedang di teliti.

Adapun dalam penelitian ini yang di jadikan key informan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1
Penetapan Key Informan

No	Nama Karyawan	Jabatan
1.	Ani Fatma	Owner
2.	Syakira	Kasir
3.	Ade	Penjaga Toko
4.	Arifin	Sales Toko
5.	Konsumen	Pembeli

Sumber : Observasi Peneliti

3.2 Pembahasan Penelitian

3.2.1 Perspektif Penelitian

Perspektif penelitian yang mana dalam penelitian ini peneliti memiliki suatu cara pandang terhadap informasi yang di berikan responden dimana dalam perspektif penelitian peneliti mempunyai asumsi, nilai dan teori yang mendasar kepada topik yang diteliti adapun dalam hal ini perspektif peneliti diantaranya adalah sebagai berikut :

Tabel 4.4
Perspektif Peneliti

No	Perspektif Peneliti	Dasar Teori Menurut Pakar
1.	Harga menjadi salah satu acuan konsumen dalam membeli suatu produk pada Toko Jenitra Snack cabang Bintaro Sektor 7 dengan adanya harga yang menarik dan terjangkau di tunjang dengan kualitas produk mampu membuat laba penjualan yang tinggi dan mejadi salah satu acuan dalam mengembangkan citra toko di mata konsumendengan menyajikan citra toko yang memilki kualitas terbaik dengan harga yang terjangkau.	Menurut Rusyidi (2018) Harga merupakan aspek pertama yang dapat di perhatikan oleh penjual dalam usaha untuk memasarkan produknya
2.	Volume penjualan sebagai fenomena	Menurut Anisa et.al

dimana suatu harga mampu mendorong volume penjualan pada Toko Jenitra snack cabang Bintaro Sektor 7 dengan adanya volume penjualan yang tinggi ataupun rendah hal ini bisa jadi didorong atas pemberian harga, yang menarik, jadi dengan adanya harga yang menarik secara tidak langsung akan membantu bagi Toko Jenitra meningkatkan volume penjualannya	(2020) Volume penjualan adalah tingkat penjualan yang diterima suatu perusahaan selama periode tertentu dalam satuan, total atau rupiah
---	---

4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka terdapat beberapa kesimpulan yang di peroleh adalah sebagai berikut diantaranya adalah

- a. Berdasarkan hasil wawancara terhadap narasumber atau key informan yang dilakukan kepada karyawan juga konsumen Toko Jenitra Snack cabang Bintaro Sektor 7 pada variabel X pemberian harga disimpulkan bahwa peran pemberian harga akan sangat mendorong terhaap meningkatnya volume penjualan pada Toko Jenitra Snack cabang Bintaro Sektor 7 dengan \

- b. adanya peran pemberian harga yang r relative dengan kualitas produk akan sangat mempengaruhi minat pembelian konsumen terhadap produk yang di jual.
- c. Berdasarkan hasil wawancara pada variabel Y volume penjualan juga sangat di dorong dari pada pemberian harga yang di berikan oleh Toko Jenitra Snack cabang Bintaro Sektor 7.
- d. Berdasarkan hasil wawancara yang di lakukan maka disimpulkan hubungan antara pemberian harga X dan Volume penjualan Y sangat berkaitan yang mana suatu volume penjualan di dorong dari pemberiaan harga yang tepat dan sebaliknya pemberian harga bisa di tentukan dari pada volume penjualan yang mana owner bisa saja menaikkan bahkan menurunkan suatu harga sesuai dengan volume penjualan yang di jadikan suatu acuan dalam memustuskan pemberian hoga.

DAFTAR PUTAKA

- [1] Annafik, A. F., & Rahardjo, M. (2012). Analisis pengaruh kualitas produk, harga, dan daya tarik iklan terhadap minat beli sepeda motor yamaha (Studi kasus pada konsumen Yamaha SS Cabang Kedungmundu Semarang) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- [2] Anjayani, R. P., & Febriyanti, I. R. (2022). Analisis Strategi Bauran Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada UMKM YJS Sukabumi). *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(9), 3610-3617.
- [3] Ato'illah, M. (2015). Analisis Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pupuk. *WIGA: Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 5(1), 68-73.
- [4] Ayesa, Hartono, dan Yani (2020). *Indikator Harga* .
- [5] Creswell, JW (2020). *Desain Penelitian: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran* . Publikasi Sage.
- [6] Edison Emron, dkk. (2020). Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Motivasi, dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Pegawai di Kantor Desa Baturaden Karawang .
- [7] Edwin B.Flippo (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia* . Repositori UNPAM.
- [8] Effendy, A. A. (2019). Analisis bauran pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan Azka Toys Pamulang Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah Feasible (JIF)*, 1(1), 66-82.
- [9] Ganyang (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia* .
- [10] Hasibuan, MSP (2021). *Manajemen: Dasar-dasar dan Penerapan* . Bumi Aksara.
- [11] IDN Times (2023). *Pengertian Penjualan Menurut Para Ahli Beserta Bentuknya* .
- [12] IDN Times (2023). *Bentuk-Bentuk Penjualan*.
- [13] Ivanta, Purwanti, Melvin Zakri (Agustus,2024) *Pengaruh Persepsi Harga dan E-Service Quality terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Tokopedia di Tangerang Selatan*, Vol. 4, No. 2: 472 - 484 P-ISSN 2775-9695 E-ISSN 2775-9687, *Jurnal ARASTIRMA Universitas Pamulang*
- [14] Kurniawan, M., & Hildayanti, S. K. (2019). Analisis citra merek, harga, pelayanan, dan promosi terhadap kepuasan konsumen di kota palembang (studi kasus konsumen grab). *Jurnal Ecoment Global*, 4(2), 86-102.
- [15] Kumar, R. (2021). *Metodologi Penelitian: Panduan Langkah demi Langkah untuk Pemula* . Publikasi Sage.
- [16] Marwansyah (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia* .