

ANALISIS PENETAPAN HARGA SEMBAKO
DALAM MENINGKATKAN DAYA BELI
MASYARAKAT PADA UD. LUSI
KECAMATAN HILIDUHO KABUPATEN
NIAS

By SEPRIANI MENDROFA

**ANALISIS PENETAPAN HARGA SEMBAKO DALAM
MENINGKATKAN DAYA BELI MASYARAKAT
PADA UD. LUSI KECAMATAN HILIDUHO
KABUPATEN NIAS**

SKRIPSI



Oleh:

SEPRIANI MENDROFA

NPM. 2320244

diajukan kepada:

**UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
2024**

**ANALISIS PENETAPAN HARGA SEMBAKO DALAM
MENINGKATKAN DAYA BELI MASYARAKAT
PADA UD. LUSI KECAMATAN HILIDUHO
KABUPATEN NIAS**

44
SKRIPSI

Diajukan Kepada:

Universitas Nias

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Menyelesaikan

Program Sarjana Ekonomi

Oleh:

SEPRIANI HAREFA

NPM. 2320244

**UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
2024**

PERMOHONAN UJIAN SKRIPSI

November 2024

Perihal : Permohonan Ujian Skripsi
Lampiran : Satu Berkas

72

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nias

c.q K 37 Program Studi Manajemen

Jalan Karet No. 30 Kel. Ilir Kec. Gunungsitoli

Kota Gunungsitoli

5

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **SEPRIANI MENDROFA**

NPM : 2320244

Program : Sarjana

Program Studi : Manajemen

Fakultas : **Ekonomi (FE)**

51

Mengajukan permohonan untuk diperkenankan menempuh ujian skripsi.

Sebagai bahan pertimbangan, bersama ini saya lampirkan :

1. Surat permohonan ujian skripsi.
2. Surat kesediaan Menghadiri Ujian Skripsi.
3. Bukti Skripsi telah melewati *cek plagiat* dari LPPM.
4. Menggandakan *hardcopy* Skripsi yang telah di jilid sebanyak 3 (tiga) rangkap.
5. Riwayat Bimbingan Skripsi di SIMAT dari Dosen Pembimbing.
6. Menunjukkan KRS/KHS Asli semester 1 sampai terakhir.
7. Fotocopy KHS terakhir.
8. Transkrip nilai sementara dari SIMAT.
9. Slip pembayaran uang kuliah terakhir.
10. Map merah 3 buah.

63

Atas perhatian Bapak/Ibu, saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya,

Pemohon

SEPRIANI MENDROFA

Tembusan Disampaikan Kepada Yth.
Bapak Rektor Universitas Nias
c.q Wakil Rektor I



**YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir Gunungsitoli
HP. 081262459445 Kode Pos 22812
Homepage: <https://unias.ac.id> email : pb@unias.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Skripsi Dengan Judul **Analisis Penetapan Harga Sembako Dalam Meningkatkan Daya Beli Masyarakat Pada UD. Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias** disusun oleh Sepriani Mendrofa NIM. 2320244, program studi manajemen, telah dikoreksi dan direvisi oleh pembimbing sehingga dapat dilanjutkan untuk sidang ujian skripsi.

Gunungsitoli, November 2024

Dosen Pembimbing,

Idarni Harefa, SE., ME
NIDN. 0128129102



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI

Alamat: Jalan Karet No.30 Kelurahan Ilir, Kec.Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <http://mnj.unias.ac.id> email: mnj@unias.ac.id

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : SEPRIANI MENDROFA
NIM : 2320244
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa:

- (1) Skripsi/tugas akhir yang segera diuji adalah benar-benar pekerjaan saya sendiri (bukan jiblanan) dan belum pernah dipergunakan atau dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapa pun juga;
- (2) Semua sumber yang saya gunakan telah saya cantumkan sebagaimana mestinya sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
- (3) Apabila dikemudian hari terbukti/dapat dibuktikan bahwa skripsi/Tugas Akhir ini hasil jiblanan, maka saya menanggung risiko diperkarakan oleh Universitas Nias.

Demikian surat pernyataan ini untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Gunungsitoli, November 2024

Yang Menyatakan,

Meterai,
Rp. 10.000,-

SEPRIANI MENDROFA
NIM. 2320244

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah; dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan Universitas Nias.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin Universitas Nias.

MOTTO

“HIDUP HARUS PENUH DENGAN ILMU PENGETAHUAN”

PERSEMBAHAN

- Terimakasih Kepada ⁶¹ Tuhan Yang Maha Kuasa yang telah memberikan kesehatan, kesempatan kepada peneliti dalam menyelesaikan Skripsi ini dengan penuh ketekunan dan kegigihan.
- Terimakasih kepada Kedua Orangtua ⁶⁵ yang selalu memberikan dukungan doa serta moral dan moril dalam menyelesaikan skripsi ini.
- Terimakasih kepada seluruh keluarga besar saya, yang selalu menyemangati dalam penyelesaian skripsi ini.
- Terimakasih kepada Ibu Idarni Harefa, SE., ME sebagai pembimbing saya, yang memberikan masukan dan saran dalam melengkapi dan memperbaiki skripsi saya ini.
- Dan kepada teman angkatan 2020 ³⁸ yang selalu memberikan dukungan, kekuatan serta berbagi ilmu dalam menyelesaikan skripsi ini.

ABSTRAK

Mendrofa, Sepriani. 2024. *Analisis Penetapan Harga Sembako Dalam Meningkatkan Daya Beli Masyarakat Pada UD. Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias*. Skripsi. Pembimbing, Idarni Harefa, SE., ME

31
Harga suatu produk merupakan salah satu penentu atas besarnya permintaan pasar. Harga suatu produk mempengaruhi posisi persaingan di pasar penjualan. Harga suatu barang berarti jumlah uang yang harus diberikan untuk mendapatkan barang itu. Harga barang-barang atau jasa-jasa terbentuk di pasar oleh karena adanya pertemuan antara para pembeli dan para penjual. Penetapan harga merupakan suatu cara atau pola yang dilakukan oleh perusahaan untuk menentukan harga produk atau layanan yang dijual. Penetapan harga bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan sambil mempertimbangkan kondisi pasar dan permintaan konsumen. Adapun tujuan dari penetapan harga oleh suatu perusahaan yakni: Bertahan, Memaksimalkan Laba, Mekanisme Penjualan, Prisetise, Pengembangan atas Investasi (ROI), Harga Gasal (*odd price*). 8
Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif yakni menganalisa perbandingan berdasarkan data dan informasi berupa kalimat secara lisan yang di peroleh dari objek penelitian, kemudian menarik kesimpulan penelitian berdasarkan data dan informasi yang diperoleh. Dari hasil penelitian diketahui hal-hal sebagai berikut : Penetapan Harga Sembako di UD. Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias dilakukan dengan mempertimbangkan ongkos pengiriman barang dari Gunungsitoli ke Hiliduho, persentase keuntungan yang diinginkan, analisa harga dari pesaing. UD. Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias mengambil keuntungan maksimal 10% dari harga barang aslinya. Penetapan harga sembako di UD. Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias dilakukan berdasarkan permintaan yang dilakukan oleh para pembeli. Harga yang ditetapkan masih dapat berubah setiap hari, masih dapat melakukan tawar-menawar sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak, memperhatikan harga dari pesaing, dan menggunakan harga yang beredar dipasaran. Kemampuan Daya beli masyarakat Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias di UD Lusi dipengaruhi oleh kenaikan harga barang yang dibutuhkan, daya beli masyarakat akan cenderung menurun ketika harga naik, terjadi inflasi, pendapatan riil masyarakat kecamatan hiliduho yang tidak menetap, dan terdapat kebijakan perubahan harga dari pemerintah pusat, provinsi dan daerah.

Kata Kunci : *Penetapan Harga, Daya, Beli Masyarakat*

ABSTRACT

Mendrofa, Sepriani. 2024. *Analysis of Staple Food Pricing in Increasing People's Purchasing Power at UD. Lusi, Hiliduho District, Nias Regency*. Thesis. Advisor, Idarni Harefa, SE., ME

The price of a product is one of the determinants of the size of market demand. The price of a product affects the competitive position in the sales market. The price of an item means the amount of money that must be given to get the item. The prices of goods or services are formed in the market because of the meeting between buyers and sellers. Pricing is a method or pattern carried out by a company to determine the price of a product or service sold. Pricing aims to maximize profits while considering market conditions and consumer demand. The objectives of pricing by a company are: Survival, Maximizing Profit, Sales Mechanism, Pricing, Development of Investment (ROI), Odd Price. This study uses a qualitative descriptive research type, namely analyzing comparisons based on data and information in the form of oral sentences obtained from the research object, then drawing research conclusions based on the data and information obtained. From the results of the study, the following things are known: Determination of Staple Food Prices at UD. Lusi, Hiliduho District, Nias Regency is carried out by considering the cost of shipping goods from Gunungsitoli to Hiliduho, the desired percentage of profit, price analysis from competitors. UD. Lusi, Hiliduho District, Nias Regency takes a maximum profit of 10% of the original price of the goods. Determination of staple food prices at UD. Lusi, Hiliduho District, Nias Regency is carried out based on requests made by buyers. The prices set can still change every day, can still be bargained according to the agreement of both parties, pay attention to prices from competitors, and use prices circulating in the market. The purchasing power of the people of Hiliduho District, Nias Regency in UD Lusi is influenced by the increase in the price of goods needed, the people's purchasing power will tend to decrease when prices rise, inflation occurs, the real income of the people of Hiliduho District is not stable, and there are price change policies from the central, provincial and regional governments.

Keywords: *Price Determination, Power, People's Purchasing*

Penulis mempersembahkan puji syukur ke hadirat Allah Yang Maha Kuasa atas rahmat dan anugerah-Nya yang berkelimpahan sepanjang kehidupan penulis. Skripsi yang berjudul “Analisis Penetapan Harga Sembako Dalam Meningkatkan Daya Beli Masyarakat Pada UD. Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias” ini dapat diselesaikan semata-mata karena belas kasihan Allah Yang Maha Penyayang kepada penulis. Beragam kendala yang penulis hadapi, sejak kuliah di Universitas Nias hingga sekarang ini, tidak menjadi halangan dalam merampungkan penulisan Proposal Penelitian ini.

Sejak memasuki Universitas Nias, pada tahun 2020, hingga penulisan Skripsi ini, proses pembelajaran tidak akan berjalan dengan baik tanpa dukungan, bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, sangatlah wajar apabila penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang secara langsung ataupun tidak langsung turut membantu penulis.

1. Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada Bapak Eliyunus Waruwu, S.Pt., M. Si selaku Rektor Universitas Nias.
2. Ucapan terimakasih penulis sampaikan Ibu Maria Magdalena Bate'e, S.E., M.M sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nias.
3. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Bapak Yupiter Mendrofa, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Universitas Nias.
4. Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada Ibu Idarni Harefa, SE., ME, sebagai Dosen Pembimbing yang telah bersedia mengarahkan sekaligus memberikan masukan untuk perbaikan Skripsi ini.
5. Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada keluarga dan teman-teman semua yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyusun Skripsi ini.

Penulis ucapkan terimakasih atas semua dukungan dan doanya.

Gunungsitoli, November 2024

Penulis,

SEPRIANI MENDROFA

NPM. 2320244

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPU	
HALAMAN JUDUL	
PERMOHONAN UJIAN SKRIPSI	
LEMBAR PENGESAHAN	
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	
20 LEMBAR PELIMPAHAN HAK CIPTA	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
ABSTRAK/ABSTRACT	
16 TA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR BAGAN	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah	6
1.3 Rumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kegunaan Hasil Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Defenisi Harga	9
2.1.1 Pengertian Harga	9
2.1.2 Fungsi Harga	12
2.1.3 Tujuan Penetapan Harga	13
2.1.4 Jenis-jenis Harga	14
2.1.5 Strategi Penetapan Harga	15
2.1.6 Faktor-faktor yang mempengaruhi harga	16
2.1.7 Pengertian Harga Sembako	17
2.1.8 Indikator Harga	19
2.2 Defenisi Daya Beli.....	20
2.2.1 Pengertian Daya Beli.....	20
2.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi	23
2.2.3 Pengukuran daya beli masyarakat	26
2.2.4 Indikator daya beli.....	26
2.3 Kerangka Berfikir	27
2.4 Penelitian terdahulu	30
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	35

	25		
	3.2	Variabel Penelitian	36
	3.3	Lokasi dan Jadwal Penelitian	36
	3.4	Sumber Data	36
	3.5	Instrumen Penelitian	38
	3.6	Teknik Pengumpulan Data	39
	3.7	Teknik Analisis Data	40
BAB	IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	4.1	Gambaran Umum Penelitian	42
	4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	42
	4.1.2	45 Kondisi Fisik	43
	4.1.3	Visi dan Misi UD Lusi	43
	4.1.4	Struktur Organisasi	45
	4.1.5	Uraian Tugas Karyawan UD Lusi	46
	4.1.6	Identitas Informan	48
	34	4.1.7 Produk	49
	4.2	Hasil Penelitian dan Pembahasan	51
	4.2.1	Hasil Penelitian	51
	4.2.2	Pembahasan	61
	4.3	Analisa Perbandingan Teori dengan Temuan	66
	4.4	Keterbatasan Penelitian	68
	4.5	Rekomendasi Penelitian	68
BAB	V	17 SIMPULAN DAN SARAN	
	5.1	Kesimpulan	70
	5.2	Saran	71

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Jenis Bahan Pokok	11
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1 Informan Penelitian.....	38
Tabel 4.1 Karakteristik Informan.....	49
Tabel 4.2 Jam Kerja di Toko UD Lusi.....	50
Tabel 4.3 Harga Bahan Pokok	50

55
DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1. Kerangka Berfikir	28
--	-----------

DAFTAR BAGAN

Halaman

Bagan 4.1. Struktur Organisasi	46
--------------------------------------	----

7 **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan Kuisisioner

Lampiran 2. Foto Dokumentasi Pelaksanaan Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam konteks ekonomi saat ini, harga sembako (sembilan bahan pokok) memiliki peran krusial dalam menentukan daya beli masyarakat. Kenaikan harga sembako dapat berdampak signifikan terhadap kemampuan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan dasar mereka. Oleh karena itu, analisis hubungan antara harga sembako dan daya beli masyarakat menjadi penting untuk memahami dinamika ekonomi terkait ketersediaan dan aksesibilitas pangan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga sembako terhadap daya beli masyarakat serta implikasinya terhadap kesejahteraan ekonomi. Harga sembako memegang peran vital dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Sembako merupakan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi oleh setiap individu untuk memastikan kecukupan pangan dan kehidupan yang layak. Namun, fluktuasi harga sembako dapat berdampak signifikan terhadap daya beli masyarakat.

Dalam beberapa tahun terakhir, fenomena kenaikan harga sembako menjadi salah satu isu ekonomi yang menonjol di berbagai wilayah Indonesia, termasuk di Kecamatan Hiliduho, Kabupaten Nias. Lonjakan harga sembako tidak hanya menjadi sorotan di media tetapi juga menjadi kekhawatiran utama di kalangan masyarakat, terutama bagi kelompok berpendapatan rendah. Fenomena ini dipicu oleh kombinasi berbagai faktor, seperti fluktuasi harga komoditas di pasar global, perubahan pola cuaca yang memengaruhi hasil pertanian, dan kendala distribusi yang diperparah

oleh infrastruktur yang belum memadai. Ketidakstabilan harga ini berdampak langsung pada kemampuan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pokok, mengakibatkan penurunan daya beli yang signifikan.

Sebagai contoh, harga beras sebagai salah satu komponen utama sembako telah mengalami kenaikan drastis dalam kurun waktu tertentu. Hal ini tidak hanya memengaruhi konsumsi pangan masyarakat, tetapi juga memicu ketidakpastian ekonomi di tingkat rumah tangga. Rumah tangga dengan pendapatan tetap atau rendah paling merasakan dampaknya, di mana persentase pengeluaran untuk sembako meningkat signifikan, sehingga menyisakan sedikit ruang untuk pengeluaran lain yang juga penting, seperti pendidikan dan kesehatan. Pada UD. LUSI, Kecamatan Hiliduho, kondisi ini semakin terlihat ketika harga sembako terus merangkak naik, sementara daya beli masyarakat tidak mengalami peningkatan yang sebanding. Fenomena ini menunjukkan kesenjangan antara kemampuan masyarakat untuk membeli sembako dan harga yang terus meningkat. Akibatnya, masyarakat di daerah ini harus menghadapi tantangan besar dalam memenuhi kebutuhan dasar mereka, yang pada gilirannya dapat memicu masalah sosial lainnya seperti peningkatan kemiskinan dan ketimpangan ekonomi.

Oleh karena itu, fenomena kenaikan harga sembako dan dampaknya terhadap daya beli masyarakat merupakan isu yang relevan, baik dalam konteks lokal maupun nasional. Fenomena ini memerlukan perhatian serius dari para pengambil kebijakan untuk merumuskan strategi yang tepat dalam mengatasi fluktuasi harga sembako dan menjaga stabilitas daya beli

masyarakat, terutama di daerah yang rentan terhadap dampak ekonomi yang merugikan ini. Dalam konteks ini, analisis harga sembako terhadap daya beli masyarakat menjadi sangat relevan dan penting untuk dipelajari. Dengan memahami hubungan antara harga sembako dan daya beli masyarakat, dapat diidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kemampuan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan pangan. Penelitian ini akan memberikan wawasan berharga bagi pemerintah dan pengambil kebijakan dalam mengembangkan strategi yang efektif dalam mengelola harga sembako dan meningkatkan daya beli masyarakat.

Sembilan bahan pokok atau sering disingkat sembako adalah sembilan jenis kebutuhan pokok masyarakat yang terdiri atas berbagai bahan-bahan makanan dan minuman. Setiap masyarakat dari yang tingkat ekonomi rendah sampai tinggi dipastikan membutuhkan sembako untuk memenuhi kebutuhannya setiap hari. Oleh karena itu, sembako mempunyai peranan penting dalam kehidupan masyarakat sehingga ⁵⁹ mudah didapatkan di warung-warung kecil, pasar tradisional, swalayan sampai *mall* sekalipun. Kebutuhan akan sembako meningkat setiap tahunnya. Peningkatan kebutuhan akan sembako berbanding lurus dengan jumlah penduduk. Hal ini berarti semakin tinggi jumlah penduduk maka semakin tinggi pula kebutuhan akan sembako. Menurut data Badan Pusat Statistik, jumlah penduduk Indonesia saat ini berjumlah 281.603.800 jiwa.

Beberapa faktor yang mempengaruhi harga sembako diantaranya adalah kebijakan pemerintah pusat dan daerah, kualitas sembako, bencana alam dan hari raya tertentu. Salah satu penyebab naik atau turunnya harga sembako

yang terjadi setiap tahun adalah pada waktu peringatan hari Raya Idul Fitri, Natal dan Tahun Baru. Hal ini memungkinkan terjadinya perbedaan harga sembako antara satu daerah dengan daerah lain. Dalam konteks yang lebih spesifik yaitu ada kemungkinan perbedaan harga sembako antara satu pasar dengan pasar yang lain. Dalam penelitian ini, penulis meneliti di UD. LUSI Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias. Menurut Chezy (2016: 90), menjelaskan bahwa sembako merupakan sembilan bahan dasar, termasuk berbagai bahan makanan dan minuman yang biasa dibutuhkan masyarakat Indonesia. Tanpa bahan dasar, pangan merupakan kebutuhan sehari-hari dan dapat mengganggu kehidupan masyarakat Indonesia. Dibawah ini adalah daftar nama bahan pokok sembako berdasarkan Keputusan Menteri Industri dan Perdagangan No.15/MP P/Kep/2/1998 pada tanggal 27 Februari 1998, yaitu antara lain:

82
Tabel 1.1:
Jenis Bahan Pokok

No.	Jenis Bahan Pokok
1.	Beras
2.	Minyak Goreng
3.	Daging
4.	Gula
5.	Garam
6.	Cabe
7.	Bawang Merah dan Bawang Putih
8.	Minyak Tanah atau Gas LPG
9.	Sayur dan Buah- Buah

Sumber: Kementerian Perindustrian dan Perdagangan, 2024

Daftar jenis bahan pokok tersebut di atas memiliki perbedaan disetiap daerah sesuai dengan situasi daerah dan komoditi yang tersedia di daerah tersebut. Mengingat penelitian ini dilakukan di UD. LUSI Kecamatan

Hiliduho Kabupaten Nias, maka peneliti dapat menyajikan daftar harga Semilan Bahan Pokok (sembako), sebagai berikut:

14 Tabel 1.2:
Harga Bahan Pokok

No.	Jenis Bahan Pokok	Harga
1.	Beras • Pelangi @25 kg/ karung • Arwana @25 kg/ karung	Rp. 400.000,- Rp. 430.000,-
2.	Minyak Goreng • Minyak Curah/ kg 10 • Minyak Kemasan/ kg	Rp. 18.000,- Rp. 21.000,-
3.	Daging • Ayam Boiler/ kg 10 • Ayam Kampung/ kg	Rp. 30.000,- Rp. 40.000,-
4.	Gula Putih Kristal/ kg	Rp. 20.000,-
5.	Garam Dolphin/ kg	Rp. 20.000,-
6.	Cabe • Merah/ 10 • Rawit/ kg	Rp. 70.000,- Rp. 60.000,-
7.	Bawang • Merah • Putih	Rp. 50.000,- Rp. 60.000,-
8.	• Minyak Tanah/ liter • Gas LPG @3 kg	Rp. 14.000,- Rp. 18.000,-
9.	Sayur Mayur @1 ikat	Rp. 5.000,-

Sumber: UD. LUSI Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias, 2024.

Selain itu, penelitian ini juga akan berkontribusi dalam memahami ketimpangan ekonomi dan kesejahteraan sosial. Dengan menganalisis dampak harga sembako terhadap daya beli masyarakat, dapat diidentifikasi kelompok masyarakat yang rentan terhadap kenaikan harga sembako dan dikembangkan kebijakan yang mendukung inklusi sosial serta perlindungan sosial. Dengan demikian, penelitian ini memiliki relevansi tinggi dalam konteks ekonomi, kesejahteraan sosial, dan pengembangan kebijakan. Analisis yang komprehensif tentang harga sembako dan daya beli

masyarakat akan memberikan pandangan lebih baik tentang kondisi sosial-ekonomi masyarakat serta menyediakan landasan yang kuat untuk pengambilan keputusan yang berdampak positif pada kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Dengan mempertimbangkan semua aspek ini, analisis harga sembako terhadap daya beli masyarakat memberikan pemahaman holistik tentang hubungan antara kedua variabel ini. Hal ini dapat membantu pemerintah, pengambil kebijakan, dan pemangku kepentingan lainnya dalam merancang strategi dan kebijakan yang berkelanjutan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mengatasi ketimpangan sosial-ekonomi. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian ilmiah dengan judul: “Analisis penetapan harga sembako dalam meningkatkan daya beli masyarakat pada UD. Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias.”

1.2 Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada analisis harga sembako dan daya beli masyarakat pada UD. LUSI, Kecamatan Hiliduho, Kabupaten Nias. Fokus penelitian diarahkan pada penetapan harga sembako, dan peningkatan daya beli pada UD. Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang ⁸⁸ masalah di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis bagaimana penetapan harga sembako pada UD. LUSI Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias?
2. Menganalisis bagaimana peningkatan daya beli masyarakat pada UD. LUSI Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias?

83

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini dilakukan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis tentang penetapan harga sembako pada UD. LUSI Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias
2. Untuk menganalisis tentang peningkatan daya beli pada UD. LUSI Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias.

1.5 Kegunaan Hasil Penelitian

Kegunaan hasil penelitian ini antara lain:

1. Bagi Penulis: Penelitian ini memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada jenjang Strata Satu di Fakultas Ekonomi, Universitas Nias, serta memperdalam pemahaman penulis mengenai dinamika harga sembako dan daya beli masyarakat.
2. Bagi Fakultas Ekonomi, Universitas Nias: Penelitian ini dapat menjadi bahan kajian dan referensi dalam pengembangan ilmu ekonomi, khususnya terkait harga sembako dan daya beli masyarakat.
3. Bagi Objek Penelitian (UD. LUSI): Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan berharga dan menjadi bahan evaluasi untuk

menyusun strategi yang efektif dalam menjaga kestabilan harga serta meningkatkan daya beli masyarakat.

4. Bagi Peneliti Lainnya: Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian lebih lanjut yang berfokus pada kajian serupa.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Definisi Harga

2.1.1 Pengertian Harga

Harga suatu produk merupakan salah satu penentu atas besarnya permintaan pasar. Harga suatu produk mempengaruhi posisi persaingan di pasar penjualan. Oleh karena itu, harga mempunyai pengaruh yang besar terhadap pendapatan (Suyadi, 2018: 57). Sementara menurut Anoraga (2013: 157), mengatakan bahwa harga adalah sejumlah uang tertentu untuk ditukarkan dengan satu unit barang atau jasa. Harga suatu barang berarti jumlah uang yang harus diberikan untuk mendapatkan barang itu. Harga barang- barang atau jasa- jasa terbentuk di pasar oleh karena adanya pertemuan antara para pembeli dan para penjual.

Lebih lanjut Suyadi (2018: 65), menjelaskan bahwa harga suatu produk adalah yang akan menjadi salah satu faktor yang menentukan jumlah permintaan pasar. Harga suatu produk mempengaruhi posisi persaingan di pasar penjualan. Oleh karena itu, harga memiliki dampak besar pada pendapatan. Harga menjadi hal yang sangat penting dalam pembelian baik barang dan jasa. Menurut Swasta (2010: 147), harga merupakan sejumlah uang ditambah beberapa barang beserta pelayanannya. Harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai bila mana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa.

Dalam penentuan nilai suatu barang dan jasa, menurut Tjiptono (2019: 76), mengatakan bahwa konsumen membandingkan kemampuan suatu barang dan jasa dalam menetapkan harganya secara tepat. Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2017: 340), harga didefinisikan sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah dari nilai yang dipertukarkan dalam nilai jual produk yang ditetapkan oleh perusahaan.

Dalam hal ini Rina (2022: 12), menjelaskan bahwa agar terciptanya harga yang harmonis maka dibutuhkan konsep pasar bebas dimana tidak ada investasi dari pemerintah. Dimana pasar bebas yang dimaksud adalah memberikan persaingan yang sehat sehingga harga akan terbentuk secara alami di dalam pasar tersebut. Lebih lanjut diuraikan pengertian harga menurut beberapa ahli, antara lain:

- a. Enizar (2015: 109), mengatakan bahwa harga adalah merupakan salah satu unsur yang terkandung dalam transaksi jual beli, yaitu objek pertukaran memiliki harga yang jelas, pada dasarnya harga adalah sejumlah uang. Secara garis besar, harga adalah sejumlah uang untuk ditukarkan dengan satu unit barang atau jasa, dan nilai suatu produk yang diukur dengan mata uang. Dimana berdasarkan nilai tersebut, penjual bersedia melepaskan barang atau jasa yang dimilikinya kepada pihak lain dengan memperoleh keuntungan tertentu. Harga tersebut berdasarkan kesepakatan antara penjual dan pembeli.
- b. Kotler (2015: 175), mengatakan bahwa harga merupakan unsur bauran pemasaran yang paling mudah disesuaikan dengan keistimewaan produk. Harga juga mengkomunikasikan pada pasar penempatan nilai atau merek yang diinginkan oleh suatu perusahaan.
- c. Syafe'i (2020: 87), mengatakan bahwa harga hanya tampak dalam akad, yaitu apa yang disahkan, baik kurang maupun lebih, lebih besar atau sama dengan nilai barang. Biasanya harga dijadikan penukaran barang yang diridhoi oleh kedua belah pihak melalui akad.
- d. Maharani (2019: 21), mengatakan bahwa harga merupakan faktor yang fleksibel karena bisa di ubah dengan cepat pada saat yang sama. Penetapan harga persaingan harga merupakan masalah nomor satu yang harus dihadapi oleh pengecer, penyebabnya adalah harga dibuat terlalu berorientasi pada biaya harga tidak cukup mencerminkan pasar, harga tidak memasukkan seluruh kombinasi riil dalam perhitungannya. harga sedikit berubah untuk segmen yang ada dan peristiwa pembelian yang ada.

- e. Bagus (2018: 13), mengatakan bahwa harga merupakan faktor penting bagi perusahaan untuk menghasilkan pendapatan untuk keberlanjutan harga. Selain itu, harga juga merupakan sarana yang digunakan konsumen sebagai proses pertukaran barang dan jasa.
- f. Djaslim (2013: 95), mengatakan bahwa konsep harga adalah sejumlah uang tertentu sebagai alat tukar untuk memperoleh suatu produk atau jasa. Dapat juga dikatakan bahwa harga menentukan nilai suatu produk di benak konsumen.

Dari uraian tersebut di atas, harga merupakan variabel yang sangat penting dan strategis bagi pengecer, karena mempengaruhi jumlah penjualan dan berapa banyak uang yang akan diperoleh. Harga di terapkan agar mampu memberikan tingkat profit yang menguntungkan bagi perusahaan sekaligus kepuasan bagi konsumen. Berdasarkan definisi tersebut, harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk barang atau jasa. Dapat juga dikatakan bahwa harga adalah jumlah nilai yang ditukar oleh konsumen atas manfaat yang dimiliki atau diperoleh menggunakan barang atau jasa. Bagi konsumen, harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pilihan pembelian.

Selain itu harga merupakan salah satu elemen yang fleksibel, karena dapat di ubah dengan cepat pada waktu yang sama. Penetapan harga merupakan masalah nomor satu yang harus dihadapi oleh pengecer, penyebabnya adalah harga dibuat terlalu berorientasi pada biaya harga tidak cukup mencerminkan pasar, harga tidak memasukkan seluruh kombinasi nyata dalam perhitungannya dan harga sedikit berubah untuk segmen yang ada dan aktivitas pembelian yang ada.

Dari pengertian di atas disimpulkan bahwa harga merupakan salah satu penentuan keberhasilan suatu usaha karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan di peroleh usaha dari penjualan

produknya baik berupa jasa maupun barang. Menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan akan menurun, namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh organisasi perusahaan.

Dengan demikian, maka peneliti menyimpulkan bahwa harga merupakan sebuah komponen penting ¹ dalam proses transaksi jual beli dimana harga bisa mempengaruhi proses transaksi jual beli dengan memperoleh keuntungan antara penjual dan pembeli.

2.1.2 Fungsi Harga

Harga memiliki fungsi utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli. Menurut Tjiptono (2019: 152), harga memiliki fungsi utama sebagai salah satu dasar pengambilan keputusan bagi konsumen, antara lain:

- a. Peran alokasi yaitu fungsi dari harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Pembeli membandingkan harga dari berbagai alternatif yang tersedia, kemudian memutuskan alokasi dana yang dikehendaki.
- b. Peranan informasi dan harga, yaitu fungsi harga dalam memberikan pemahaman kepada konsumen mengenai faktor-faktor produk seperti kualitas. Hal ini bermanfaat dalam situasi dimana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produk atau manfaatnya secara obyektif.

Sementara itu, menurut Syamsuddin (2016: 84), menguraikan beberapa fungsi-fungsi harga adalah sebagai berikut:

- a. Sebagai alat untuk mengimbangi permintaan dan penawaran
Bila permintaan bertambah sedang penawaran tetap, maka berarti terdapat kelebihan permintaan, sehingga harga akan naik dan menyebabkan permintaan turun kembali atau penawaran bertambah, akhirnya permintaan berimbang kembali dengan penawaran. Dari penjelasan di atas bahwa, jika permintaan bertambah maka terdapat

kelebihan permintaan. Sehingga untuk mengimbangi permintaan dan penawaran dengan menaikkan harga.

- b. Sebagai faktor yang menentukan tinggi rendahnya pendapatan
Jika harga rendah, maka dengan jumlah pendapatan tertentu orang dapat membeli barang yang lebih banyak, yang berarti pendapatan riilnya telah naik. Sebaliknya pada tingkat pendapatan yang sama terjadi kenaikan harga, maka jumlah barang yang dapat dibeli menjadi berkurang yang berarti pendapatan riilnya turun. Dari penjelasan di atas bahwa, jika harga rendah maka orang dapat membeli barang yang lebih banyak. Sebaliknya jika terjadi kenaikan harga maka jumlah barang yang di beli berkurang.
- c. Sebagai alat untuk mengalokasikan faktor-faktor produksi
Terhadap faktor-faktor produksi juga ada orang yang membutuhkan dan harga yang menawarkan, yaitu terhadap faktor faktor tenaga kerja, modal, dan tanah. Dengan adanya harga, maka tercapailah suatu perimbangan antara kebutuhan dan penawaran dari faktor-faktor produksi tersebut.
- d. Sebagai alat alternatif atau pilihan
Dengan adanya harga- harga, maka orang dengan jumlah pendapatan yang dimilikinya dapat menetapkan pemilihan barang barang yang akan dibeli. Dengan memperhatikan harga yang berlaku di pasar, orang dapat memperhitungkan barang-barang apa yang akan dibeli terlebih dahulu, sesuai dengan kebutuhannya.

Dari penjelasan di atas bahwa dengan adanya harga-harga memudahkan seseorang untuk menetapkan pilihan barang yang akan dibeli. Dengan memperhatikan harga yang berlaku di pasar, dengan memperhitungkan barang- barang apa saja yang akan dibeli.

2.1.3 Tujuan Penetapan Harga

Menurut Rambat dan Hamdani (2018: 48), menjelaskan tujuan penetapan harga antara lain:

1. Bertahan
Bertahan merupakan usaha untuk tidak melakukan tindakan yang tidak meningkatkan laba ketika perusahaan sedang mengalami kondisi pasar yang tidak menguntungkan. Usaha ini dilakukan demi kelangsungan hidup perusahaan.
2. Memaksimalkan Laba
Penentuan harga bertujuan untuk memaksimalkan laba dalam periode tertentu supaya harga selalu bisa dikatakan maksimal dalam penentuan dan menjadikan patokan.
3. Mekanisme Penjualan
Penentuan harga bertujuan untuk membangun pangsa pasar dengan melakukan penjualan pada harga awal yang merugikan.
4. Prisetise
Tujuan penentuan harga disini adalah untuk memposisikan jasa perusahaan tersebut sebagai produk yang eksklusif.
5. Pengembangan atas Investasi (ROI)
Tujuan penentuan harga didasarkan atas pencapaian pengembalian atas investasi (*return on investment*) yang diinginkan. Disamping untuk mengetahui lingkungan pasar dimana harga-harga itu ditetapkan, manajer pemasaran harus merumuskan dengan jelas tujuan-tujuan perusahaan.
6. Harga Gasal (*odd price*)
Harga gasal adalah harga yang angkanya tidak bulat atau mendekati bulat, misalnya Rp. 9.999,- atau Rp. 1.999.900,- cara ini bermaksud mempengaruhi pandangan pembeli supaya kelihatan murah, meskipun hanya sedikit perbedaannya, tapi dapat merangsang pembelian konsumen.

2.1.4 Jenis- Jenis Harga

Banyak istilah dalam penyebutan harga pokok yang ditawarkan produsen kepada konsumen. Seringkali ditemukan harga dengan satuan desimal tertentu atau memakai selisih yang relatif sangat kecil untuk menjadikan suatu ketetapan, dan masih banyak cara menetapkan harga sebuah produk. Menurut Sigit (2020: 186), diuraikan berbagai jenis harga yang digolongkan menjadi beberapa, sebagai berikut:

- 3
1. Harga Daftar (*list price*)
Harga daftar adalah harga yang diberitahukan atau dipublikasikan, dari harga ini biasanya pembeli dapat memperoleh potongan harga.
2. Harga Netto (*net price*)
Harga netto adalah harga yang harus dibayar, biasanya merupakan hargadaftar dikurangi potongan dan kemurahan.
3. Harga Zona (*zone price*)
Harga titik dasar adalah harga yang sama untuk daerah zone atau daerah geografis tertentu.
- 3
4. Harga Titik Dasar (*basing point price*)
Harga titik dasar adalah harga yang didasarkan atas titik lokasi atau titik basis tertentu. Jika digunakan hanya satu titik basis disebut single basing point system, dan disebut multiple basing point system apabila digunakan lebih dari satu titik basis.
5. Harga Stempel Pos (*postage stamp delivered price*)
Harga stempel pos adalah harga yang sama untuk semua daerah pasarnya, disebut juga harga unifom.
6. Harga Pabrik (*factory price*)
Hal ini pembeli membayar di pabrik atau tempat pembuatan, sedangkan angkutan ditanggung oleh pembeli. Dapat juga pihak penjual yang menyerahkan sampai atas alat angkutan yang disediakan pembeli.
- 12
7. Harga F.A.S (*free along side price*)
Harga F.A.S adalah untuk barang yang dikirim lewat laut. Biaya angkutan ditanggung oleh penjual sampai kapal merapat di pelabuhan tujuan. Pembongkaran ditanggung oleh pembeli.
8. Harga C.I.F (*cost insurance and freight*)
Harga C.I.F adalah harga yang diekspor sudah termasuk asuransi, biaya pengiriman barang dan lain-lain sampai diserahkan barang itu kepada pembeli di pelabuhan yang dituju.

2.1.5 Strategi Penetapan Harga

Harga merupakan elemen penting dalam strategi pemasaran dan harus senantiasa dilihat dalam hubungannya dengan strategi pemasaran. Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atas penggunaan suatu barang atau jasa.

Menurut Tjiptono (2019: 175), metode penetapan secara garis

besar dikelompokkan menjadi 4 (empat) kategori utama, yaitu:

- a. Metode penetapan berbasis permintaan
Metode ini lebih menekankan faktor- faktor yang mempengaruhi selera dan preferensi pelanggan daripada faktor- faktor seperti biaya, laba, dan persaingan. Permintaan pelanggan sendiri didasarkan pada berbagai pertimbangan, diantaranya yaitu:
 1. Kemampuan para pelanggan untuk membeli (daya beli)
 2. Kemauan pelanggan untuk membeli
 3. Posisi suatu produk dalam gaya hidup pelanggan
 4. Apakah produk tersebut merupakan symbol status atau hanya produk
 5. Manfaat yang diberikan produk tersebut kepadapelanggan.
 6. Harga- harga produk substitusi
 7. Metode Penetapan Harga Berbasis Biaya

Dalam metode ini faktor penentu yang utama adalah aspek penawaran biaya, bukan aspek permintaan. Harga ditentukan berdasarkan biaya produksi dan ditambah dengan jumlah tertentu sehingga menutupi biaya-biaya langsung, biaya overhead dan laba.
- b. Metode Penetapan Harga Berbasis Laba
Metode ini berusaha menyeimbangkan pendapatan dan biaya dalam penetapan harganya. Upaya ini dilakukan atas dasar target volume laba spesifik atau dinyatakan dalam bentuk persentase terhadap penjualan atau investasi.
- c. Metode Penetapan Harga Berbasis persaingan
Selain berdasarkan pada pertimbangan biaya, permintaan, atau laba harga juga dapat ditetapkan atas dasar persaingan, yaitu apa yang dilakukan pesaing. Metode penetapan harga berbasis persaingan terdiri atas empat macam: *customary pricing, above, at, or below market pricing, loss leader pricing, sealed bid pricing*.

39 2.1.6 Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Harga

Menurut Nathania (2016: 8), menjelaskan bahwa makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, makin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut. Permintaan seseorang atau sesuatu masyarakat kepada sesuatu barang ditentukan oleh banyak faktor. Faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga ialah:

- a. Strategi bauran pemasaran
6 Harga hanyalah satu dari peralatan bauran pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Keputusan harga harus dikoordinasikan dengan keputusan desain produk, distribusi

dan promosi untuk membentuk program pemasaran yang konsisten dan efektif.

b. Biaya

Biaya menjadi landasan bagi harga yang dapat perusahaan tetapkan atas produk- produknya. Perusahaan menetapkan harga yang dapat menutup semua biaya untuk produksi, mendistribusikan, menjual produk tersebut dan menghasilkan tingkat hasil investasi yang memadai atas semua upaya dan risiko yang ditanggungnya. Biaya yang ditanggung perusahaan dapat menjadi unsur penting dalam strategi penetapan harga.

c. Harga dan tawaran pesaing

Faktor lain yang mempengaruhi penetapan harga adalah harga pesaing serta reaksi yang mungkin dilakukan oleh pesaing atas langkah-langkah penetapan harga yang dilakukan perusahaan tertentu.

2.1.7 Pengertian Harga Sembako

Menurut Siti (2017: 61), mengatakan bahwa sembako adalah singkatan dari sembilan bahan makanan pokok yang terdiri dari berbagai bahan makanan dan minuman yang biasa dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia. Tanpa sembako kehidupan masyarakat Indonesia dapat terganggu karena sembako merupakan kebutuhan utama sehari-hari dan harus dijual bebas di pasar.

Menurut Chezy (2016: 40), mengatakan bahwa sembako merupakan sembilan bahan dasar, termasuk berbagai bahan makanan dan minuman yang biasa dibutuhkan masyarakat Indonesia. Tanpa bahan dasar, pangan

merupakan kebutuhan sehari-hari dan dapat mengganggu kehidupan masyarakat Indonesia. Berbagai faktor mempengaruhi fluktuasi harga sembako, termasuk kondisi ekonomi global, perubahan iklim, kebijakan pemerintah, dan distribusi logistik. Misalnya, gangguan signifikan dalam rantai pasok yang berdampak pada ketersediaan dan harga bahan pokok (Santoso, 2022: 79).

Di bawah ini adalah daftar nama anggota bahan pokok sembako sesuai dengan Keputusan Menteri Industri dan Perdagangan No.15/MP/P/Kep/2/1998 pada tanggal 27 Februari 1998, yaitu antara lain:

- a. Beras;
- b. Minyak goreng dan margarin;
- c. Daging (sapi dan ayam);
- d. Gula pasir;
- e. Garam yang mengandung yodium;
- f. Cabai;
- g. Bawang merah;
- h. Bawang putih;
- i. Minyak tanah atau gas elpiji.

Dari sudut pandang ekonomi, permintaan tidak elastis. Artinya, perubahan harga sembako tidak terlalu mempengaruhi tingkat permintaan konsumen akan produk kecuali hal itu sangat penting. Apabila harga kesembilan produk pokok tersebut secara signifikan naik, maka beberapa konsumen akan berpindah ke produk sejenis sebagai alternatif.

Perubahan harga sembako memiliki dampak besar pada kesejahteraan masyarakat, terutama kelompok berpenghasilan rendah. Kenaikan harga sembako dapat mengurangi daya beli masyarakat dan meningkatkan angka kemiskinan (Sari, 2020: 97). Di sisi lain, pemerintah seringkali berusaha menstabilkan harga melalui berbagai kebijakan seperti subsidi dan operasi pasar.

Teknologi digital telah menjadi alat penting dalam pengawasan harga dan distribusi sembako. Aplikasi dan *platform* digital membantu pemerintah dalam memantau harga sembako di berbagai wilayah secara real-time, sehingga dapat merespons fluktuasi harga dengan lebih cepat dan efektif. Selain itu, digitalisasi rantai pasok juga diharapkan dapat meningkatkan efisiensi distribusi sembako, mengurangi biaya, dan menekan harga (Ramadhan, 2022: 117).

2.1.8 Indikator Harga

Menurut Kotler (2015: 175), menjelaskan bahwa ada 4 (empat) ukuran yang mencirikan harga, adalah: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, kesesuaian harga dengan manfaat, dan harga sesuai kemampuan atau daya beli. Di bawah ini penjelasan empat ⁶ ukuran harga, yaitu:

- a. Keterjangkauan harga.
Konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk biasanya ada beberapa jenis dalam satu merek dan harganya juga berbeda dari termurah sampai termahal. Dengan harga yang ditetapkan para konsumen banyak yang membeli produk.
- b. Harga sesuai kemampuan atau daya beli harga.
Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya. Dalam hal ini mahal murahnya harga suatu produk sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli produk tersebut.
- c. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.
Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen orang

sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Apabila harga lebih tinggi orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik.

- d. Kesesuaian harga dengan manfaat.
Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang.

2.2 Definisi Daya Beli

2.2.1 Pengertian Daya Beli

Daya beli masyarakat merupakan kemampuan individu atau rumah tangga dalam memperoleh barang dan jasa yang diukur dengan pendapatan atau penghasilannya. Daya beli juga mencerminkan tingkat kesejahteraan masyarakat, di mana semakin tinggi daya beli, semakin besar kemampuan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Menurut Todaro dan Smith (2021), daya beli adalah indikator penting yang mencerminkan kondisi ekonomi suatu negara dan kesejahteraan masyarakatnya.

Daya beli masyarakat dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik dari sisi internal maupun eksternal. Faktor internal meliputi pendapatan, harga barang dan jasa, serta inflasi. Menurut Samuelson dan Nordhaus (2020), inflasi adalah salah satu faktor utama yang dapat menurunkan daya beli, karena kenaikan harga barang dan jasa yang tidak diimbangi dengan peningkatan pendapatan akan mengurangi kemampuan masyarakat dalam berbelanja. Selain itu, faktor eksternal seperti kebijakan ekonomi, kondisi pasar global, dan stabilitas politik juga memainkan peran penting dalam menentukan daya beli masyarakat (Mankiw, 2020). Ketika harga barang dan jasa meningkat, daya beli cenderung menurun karena masyarakat

harus mengeluarkan lebih banyak uang untuk membeli kebutuhan yang sama. Di sisi lain, kebijakan moneter yang mengatur suku bunga juga mempengaruhi daya beli. Suku bunga yang tinggi dapat mengurangi daya beli karena biaya pinjaman meningkat.

Menurut Supawi (2016: 71), mengartikan daya beli adalah kemampuan masyarakat sebagai konsumen untuk membeli ⁸⁰ barang atau jasa yang dibutuhkan. Daya beli masyarakat ini ditandai dengan meningkat ataupun menurun, dimana daya beli meningkat jika lebih tinggi dibanding periode lalu sedangkan daya beli menurun ditandai dengan lebih tingginya kemampuan beli masyarakat dari pada periode sebelumnya.

Perubahan daya beli masyarakat memiliki dampak yang signifikan terhadap perekonomian nasional. Menurunnya daya beli berakibat pada penurunan konsumsi domestik, yang merupakan salah satu pilar pertumbuhan ekonomi. Menurut Rahman (2022: 99), mengatakan bahwa penurunan konsumsi domestik menyebabkan perlambatan pertumbuhan ekonomi di berbagai sektor.

Di sisi lain, terdapat juga dampak positif dari penurunan daya beli, seperti meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya menabung dan investasi. Penelitian oleh Wijaya (2021: 112), mengungkapkan bahwa masyarakat mulai mengalihkan fokus dari konsumsi ke investasi, dengan harapan dapat meningkatkan kesejahteraan di masa depan.

Kemampuan beli masyarakat menurut Kotler (2014: 184), adalah kapasitas seseorang individu untuk melakukan tugas dalam suatu pekerjaan dan motivasi sebagai proses yang menjelaskan intensitas arah,

dan ketekunan seorang individu untuk mencapai tujuannya. M. John (2017: 85), mendefinisikan kemampuan adalah bakat seseorang untuk melakukan tugas mental atau fisik. Kemampuan keseluruhan seseorang individu pada dasarnya terdiri atas dua kelompok yaitu faktor intelektual dan fisik.

Selain itu, daya beli menurut Putong (2013: 32), adalah kemampuan konsumen membeli ⁷⁰ **banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu pada tingkat pendapatan tertentu dan dalam periode tertentu.** Sementara daya beli menurut Rahardja (2018: 24), adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu.

Kemampuan daya beli ² **dapat disimpulkan kapasitas konsumen dalam membeli banyaknya barang yang di minta disuatu pasar dengan tingkat harga pada** pendapatan tertentu dan dalam periode waktu tertentu. Konsumen dengan daya beli rendah atau pendapatannya relatif kecil akan cenderung mengkonsumsi produk yang relatif murah dengan jumlah yang relatif sedikit agar dapat memenuhi kebutuannya, karena sumber dayanya terbatas, maka konsumen golongan ini akan cenderung membuat prioritas konsumsi sesuai dengan tingkat kebutuhannya. Sedangkan konsumen yang memiliki sumber daya yang besar maka akan tidak terlalu sensitif dengan harga. Konsumen akan membeli sesuai dengan kuantitas dan kualitas yang konsumen inginkan tanpa terlalu peduli dengan harganya.

27

2.2.2 Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Kemampuan Daya Beli

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kemampuan daya beli dari suatu barang yaitu:

a. Harga barang itu sendiri

Harga menurut Indriyo Gitosudarmo dalam bukunya Sunyoto (2014: 131), adalah nilai yang dinyatakan dalam satu mata uang atau alat tukar, terhadap suatu produk tertentu. Daya beli suatu barang dilihat dari harga suatu barang semakin murah, maka daya beli terhadap barang itu bertambah, begitu juga sebaliknya, sesuai dengan hukum permintaan yang menyatakan jika harga suatu barang naik ceteris paribus, maka jumlah barang itu yang diminta semakin berkurang dan sebaliknya.

b. Harga Barang Lain yang Terkait

Harga barang lain dapat mempengaruhi permintaan suatu barang, tetapi kedua barang mempunyai keterkaitan. Keterkaitan barang tersebut dapat bernilai substitusi (pengganti) dan bersifat *complement* (pelengkap). Barang substitusi (pengganti), yaitu barang yang menggantikan barang lainnya, jika barang tersebut dapat menggantikan fungsinya. Harga barang pengganti dapat mempengaruhi permintaan barang yang dapat digantikannya, ketika barang pengganti bertambah murah, maka barang yang digantikannya akan mengalami pengurangan dalam permintaan. Barang komplementer (pelengkap), yaitu barang yang dikonsumsi bersama-sama atau berpasangan. Kenaikan atau penurunan permintaan barang pelengkap selalu sejalan dengan

perubahan permintaan barang yang dilengkapinya, jika permintaan barang yang dilengkapi naik, maka permintaan barang pelengkap juga naik.

c. Tingkat Pendapatan Per Kapita

Pendapatan per kapita menurut Sukirno (2023: 123), adalah adalah besarnya pendapatan rata-rata penduduk disuatu negara. Pendapatan per kapita didapatkan dari hasilpembagian pendapatan nasional suatu negara pada satu tahun tertentu dengan jumlah penduduk negara pada tahun tersebut. Tingkat pendapatan perkapita dapat mencerminkan daya beli. semakin tinggi tingkat pendapatan, daya beli makin kuat sehingga permintaan suatu barang meningkat.

d. Selera atau Kebiasaan

Selera atau kebiasaan dapat mempengaruhi permintaan suatu barang. selera konsumen yang semakin tinggi terhadap suatu barang semakin banyak barang yang diminta, setiap orang mempunyai selera yang sangat berbeda-beda tergantung pada kualitas dan cita rasa suatu barang, sedangkan kebiasaan adalah suatu barang yang dikonsumsi setiap hari. Selera konsumen dapat dinyatakan dalam indeks preferensi konsumen. Indeks ini dapat diperbaharui setiap saat dengan dasar survei mengenai tingkah laku konsumen terhadap barang yang bersangkutan.

e. Jumlah Penduduk

Daya beli berhubungan positif dengan jumlah penduduk semakin banyak jumlah penduduk daya beli suatu barang semakin banyak. Pertambahan jumlah penduduk tidak dengan sendirinya menyebabkan

bertambahnya permintaan, tetapi pertambahan penduduk akan diikuti oleh perkembangan dalam kesempatan kerja, lebih banyak orang yang menerima pendapatan lebih bertambah pula daya beli konsumen.

f. Perkiraan Harga di Masa Mendatang

Konsumen memperkirakan sebelum barang mengalami kenaikan ² harga dan adanya isu kenaikan harga suatu barang maka permintaan terhadap barang yang akan mengalami kenaikan terjadi peningkatan, lebih baik membeli barang itu sekarang, sehingga mendorong orang untuk membeli lebih banyak saat ini guna menghemat belanja di masa mendatang.

g. Distribusi Pendapatan

Tingkat pendapatan per kapita bisa memberikan kesimpulan yang salah bila distribusi pendapatan buruk, karena sebagian kecil kelompok masyarakat menguasai perekonomian, jika distribusi pendapatan buruk, berarti daya beli secara umum melemah, sehingga permintaan terhadap suatu barang menurun. Distribusi pendapatan masyarakat sangat menentukan tinggi rendahnya suatu barang, pendapatan masyarakat yang tinggi mampu mendorong masyarakat memenuhi keinginannya, dengan pendapatan yang tinggi maka mampu memenuhi keinginan masyarakat untuk membeli barang itu sehingga permintaan terhadap barang tersebut meningkat karena daya beli dan pendapatan masyarakat meningkat. Sebaliknya, jika pendapatan masyarakat buruk atau rendah maka permintaan terhadap barang tersebut ikut rendah dikarenakan daya beli atau kemampuan untuk membeli barang tersebut tidak ada.

h. Usaha-Usaha Produsen Meningkatkan Penjualan

Usaha produsen meningkatkan penjualan dalam perekonomian yang moderen, bujukan para penjual untuk membeli barang besar sekali peranannya dalam mempengaruhi konsumen. Pengiklanan memungkinkan masyarakat untuk mengenal suatu barang baru atau menimbulkan permintaan terhadap barang, selain untuk barang-barang yang sudah lama pengiklanan akan mengingatkan orang tentang adanya barang tersebut dan menarik minat untuk membeli. Usaha-usaha promosi penjualan lainnya seperti hadiah kepada pembeli apabila membeli suatu barang atau iklan pemberian potongan harga, sering mendorong orang untuk membeli lebih banyak daripada biasanya.

2.2.3 Pengukuran Daya Beli Masyarakat

Pengukuran daya beli menurut Supawi (2016: 87), mengatakan bahwa dapat dilakukan dengan 2 (dua) indeks, yaitu:

- a. Indeks harga konsumen yaitu suatu pengukuran keseluruhan biaya pembelian produk oleh rata-rata konsumen, mana dalam pengukuran indeks ini perlu memperhatikan beberapa hal yaitu harga, kuantitas, tahun dasar, dan tahun pembelian.
- b. Indeks harga produsen yaitu pengukuran biaya untuk memproduksi barang yang akan dibeli konsumen.

2.2.4 Indikator Daya Beli

Daya beli masyarakat adalah salah satu indikator penting dalam menilai kesejahteraan ekonomi suatu negara. Daya beli masyarakat mencerminkan kemampuan individu atau rumah tangga untuk membeli barang dan jasa yang dibutuhkan atau inginkan. Masyarakat mengalami berbagai dinamika yang dipengaruhi oleh sejumlah faktor, perubahan

kebijakan ekonomi, serta fluktuasi harga barang dan jasa. Menurut Setiawan, dkk (2021: 233), menjelaskan beberapa indikator daya beli masyarakat, sebagai berikut:

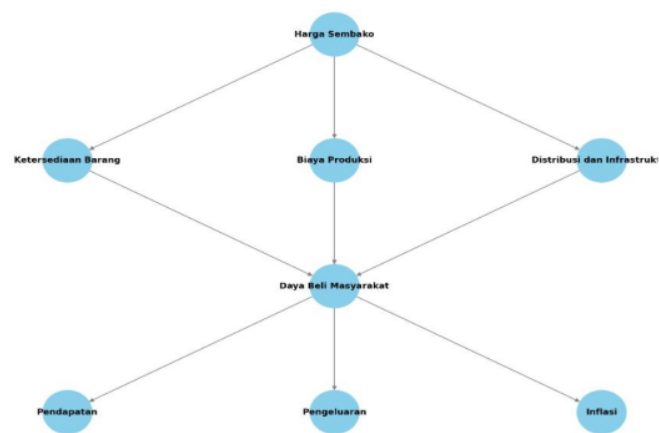
- a. Pendapatan Per Kapita
Pendapatan per kapita merupakan salah satu indikator utama dalam mengukur daya beli masyarakat. Indikator ini mencerminkan rata-rata pendapatan yang diterima oleh setiap individu dalam suatu negara. Pendapatan per kapita di banyak negara mengalami penurunan sebagai akibat dari dampak ekonomi. Penurunan pendapatan ini berpengaruh langsung terhadap daya beli masyarakat, terutama di kalangan kelas menengah ke bawah.
- b. Inflasi
Inflasi adalah indikator ekonomi yang menunjukkan tingkat kenaikan harga barang dan jasa secara umum dalam suatu periode tertentu. Inflasi yang tinggi dapat mengurangi daya beli masyarakat karena nilai uang menurun. Banyak negara mengalami inflasi yang fluktuatif sebagai akibat dari gangguan rantai pasokan global dan kebijakan moneter yang longgar. Oleh karena itu, inflasi menjadi indikator penting dalam menilai perubahan daya beli masyarakat.
- c. Upah Minimum
Upah minimum juga merupakan indikator penting dalam mengukur daya beli masyarakat, khususnya bagi pekerja dengan pendapatan rendah. Setiap daerah menerapkan penyesuaian upah minimum untuk mengimbangi kenaikan biaya hidup. Namun, penyesuaian ini tidak selalu sebanding dengan tingkat inflasi, sehingga daya beli masyarakat pekerja tetap tertekan.
- d. Harga Barang Kebutuhan Pokok
Harga barang kebutuhan pokok, seperti makanan, bahan bakar, dan perumahan, menjadi indikator langsung dari daya beli masyarakat. Kenaikan harga ini sering kali tidak diimbangi oleh kenaikan pendapatan, sehingga daya beli masyarakat menurun.

2.3 Kerangka Berpikir

Harga sembako (sembilan bahan pokok) merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi daya beli masyarakat, khususnya di wilayah pedesaan seperti Kecamatan Hiliduho, Kabupaten Nias. Perubahan harga sembako dapat berdampak signifikan terhadap kemampuan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan dasar mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara harga sembako dan daya beli masyarakat di UD. LUSI, salah satu unit usaha yang menyediakan kebutuhan pokok di wilayah tersebut.

Untuk menggambarkan kerangka pemikiran dari penelitian dengan judul “Analisis penetapan harga sembako dalam meningkatkan daya beli masyarakat pada ud. lusi kecamatan hiliduho kabupaten nias.” Berikut ini peneliti menggambarkan kerangka pemikiran penelitian:

Gambar 2.1:
Kerangka Berpikir



Sumber: Olahan Penulis, 2024

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis harga sembako terhadap daya beli masyarakat di UD. LUSI, Kecamatan Hiliduho, Kabupaten Nias. Kerangka pemikiran ini menggambarkan hubungan antara variabel independen (harga sembako) dan variabel dependen (daya beli masyarakat) serta menjelaskan bagaimana satu variabel mempengaruhi variabel lainnya.

1. Harga Sembako (sembilan bahan pokok) merupakan salah satu faktor utama yang menentukan daya beli masyarakat. Sembako termasuk barang-barang kebutuhan pokok yang dikonsumsi oleh masyarakat sehari-hari, seperti beras, gula, minyak goreng, dan lain-lain. Fluktuasi harga

2.4sembako, baik itu kenaikan atau penurunan, dapat berdampak langsung pada pengeluaran rumah tangga.

2. Daya Beli Masyarakat diukur berdasarkan kemampuan mereka untuk membeli barang dan jasa dengan pendapatan yang mereka miliki. Ketika harga sembako naik, masyarakat perlu mengalokasikan lebih banyak dana untuk kebutuhan pokok tersebut, yang pada akhirnya mengurangi daya beli mereka untuk barang atau jasa lainnya. Sebaliknya, jika harga sembako turun, daya beli masyarakat cenderung meningkat karena mereka memiliki lebih banyak dana yang dapat dialokasikan untuk kebutuhan lain.
3. Hubungan antara Harga Sembako dan Daya Beli Masyarakat: Kerangka pemikiran ini menunjukkan bahwa ada hubungan langsung antara harga sembako dan daya beli masyarakat. Ketika harga sembako naik, daya beli masyarakat cenderung menurun karena mereka harus membelanjakan lebih banyak uang untuk memenuhi kebutuhan dasar. Sebaliknya, ketika harga sembako menurun, daya beli masyarakat meningkat karena mereka memiliki lebih banyak pendapatan yang tersedia untuk membeli barang dan jasa lainnya.
4. Implikasi penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana fluktuasi harga sembako mempengaruhi kesejahteraan ekonomi masyarakat di Kecamatan Hiliduho. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi pengambil kebijakan dalam merumuskan strategi untuk menstabilkan

harga sembako dan menjaga daya beli masyarakat agar tetap kuat, terutama di wilayah pedesaan seperti Kabupaten Nias.

Kerangka pemikiran ini memberikan landasan konseptual yang kuat untuk memahami dinamika ekonomi yang terjadi di masyarakat setempat, khususnya terkait dengan harga sembako dan dampaknya terhadap daya beli masyarakat.

2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu juga memiliki fungsi untuk memperluas dan memperdalam berbagai teori yang akan digunakan di dalam kajian penelitian yang akan dilakukan. Sehingga biasanya, penelitian terdahulu juga dapat dijadikan sebagai landasan teori karena memiliki kaitan yang erat dengan penelitian lain yang relevan dan dapat digunakan di dalam penelitian.

Oleh karena, dalam penelitian ini penulis dapat menguraikan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan kanjian penelitian yang akan dilakukan, sebagai berikut:

Tabel 2.1:
Penelitian Terdahulu

No	Nama/Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Metode dan Hasil Penelitian
1.	Muhammad Zais M; Samiun dan Nurdin I Muhammad, (2018). Jurnal Penelitian Humano, Vol. 9 No. 2 Edisi November	Daya Beli Masyarakat terhadap Bahan Pangan Pokok di Kabupaten Halmahera Tengah	Penelitian ini menggunakan metode Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran secara mendetail tentang perkembangan harga bahan pangan pokok yang dianalisa maupun gambaran tentang perkembangan pendapatan dari masing-masing upah upah bulanan Tani, upah bulanan Buruh Bangunan, upah bulanan Karyawan, gaji pokok per bulan Pegawai Negeri Sipil (PNS) golongan II, dan pendapatan bulanan Wirausaha di Kabupaten Halmahera

2018.		<p>Tengah. Analisis ini menggunakan pendekatan tabulasi dan grafik. Dari hasil penelitian tersebut disimpulkan bahwa:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengeluaran rumah tangga masyarakat tingkat pendapatan di Kabupaten masyarakat hanya mengalami perubahan pada kisaran 5% - 7%, dengan pendapatan tertinggi dinikmati oleh karyawan dan wirausaha dan Halmahera Tengah menurut kelompok barang, secara umum lebih besar teralokasi pada pengeluaran untuk bahan makanan, pendidikan, listrik dan sandang. Lebih sebaliknya pendapatan terendah dirasakan oleh petani. Hasil indept interview dan analisis masyarakat ju₄ menunjukkan terjadi perbaikan di tahun 2018 dibandingkan tahun 2009, tetapi itu hanya terjadi pada petani, buruh bangunan, dan PNS gol I/II. Jika dibandingkan dengan tahun 2017, daya beli masyarakat pada tahun 2018 secara keseluruhan menunjukkan bahwa keseluruhan kelompok masyarakat terutama petani dan buruh bangunan masih mengeluhkan nilai pendapatan yang masih kecil dibandingkan nilai pengeluaran yang sangat besar karena tingginya harga dan tingkat kebutuhan yang terus meningkat. 2. Daya beli masyarakat di Kabupaten Halmahera Tengah dengan mengalami indikator rasio penurunan 12,38 %. Tingkat daya beli masyarakat di Kabupaten Halmahera Tengah dari ranking terendah secara berurut adalah dirasakan pendapatan terhadap masing- masingha rga bahan pangan pokok cenderung berfluk₄asi namun mengalami perbaikan yang signifikan pada tahun 2018 dibandingkan tahun 2009, kecuali daya beli yang diukur setara
-------	--	---

			<p>konsumsi daging sapi.</p> <p>3. Daya beli setara konsumsi daging sapi mengalami penurunan hingga 22,32 % dikarenakan persentase kenaikan pendapatan kurang mampu oleh kelompok masyarakat petani, diikuti oleh buruh bangunan, PNS gol I/II, wirausaha dan karyawan.</p>
2.	<p>Noni Rozaini & Asshofi Fadhillah Harahap, (2022).</p> <p>Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB) Vol. 1 No. 2 Edisi Juli-Desember Hal. 276-283.</p>	<p>Dampak Kenaikan Harga Bahan Bakar Minyak (BBM) Terhadap Sembilan Bahan Pokok (Sembako) di Kota Medan</p>	<p>Bahan Bakar Minyak (BBM) merupakan komoditas yang memegang peranan vital dalam semua aktivitas ekonomi. Dampak langsung perubahan harga minyak ini adalah perubahan perubahan biaya operasional yang mengakibatkan tingkat keuntungan kegiatan investasi langsung terkoreksi. Kenaikan harga BBM bukan saja memperbesar beban masyarakat kecil pada umumnya tetapi juga bagi dunia usaha pada khususnya. Hal ini dikarenakan terjadi kenaikan pada pos-pos biaya produksi sehingga meningkatkan biaya secara keseluruhan dan mengakibatkan kenaikan harga pokok produksi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak kenaikan BBM harga sembilan bahan pokok. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan perhitungan persentase untuk menentukan komposisi responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara mendistribusikan kuesioner kepada Masyarakat di Kota Medan. Hasil dari Kajian menunjukkan bahwa dampak kenaikan harga bahan bakar minyak (BBM) terhadap bahan makanan pokok dilihat dari beberapa indikator dan tanggapan responden meliputi: dampak negatif dengan persentase 90%, dapat disimpulkan bahwa kenaikan harga BBM berdampak negatif terhadap bahan makanan pokok di Kota Medan.</p>

3.	<p>Lulu Indriaty; Fety R Q Mulya; Hendrikus Tjiu Susana Santy; Susiani dan Andi Akbar, (2023).</p> <p>JUMABIS: Jurnal Manajemen dan Bisnis Volume 7, Number 1, 2023, pp. 20-23 P-ISSN: 2615-0425 E-ISSN: 2622-7142</p>	<p>Pengaruh Pendapatan dan Harga Terhadap Daya Beli Masyarakat</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan serta mengetahui pengaruh dari pendapatan dan harga terhadap daya beli masyarakat di pasar Wamangu, Kabupaten Merauke. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan sampel sebanyak 50 responden. Teknik analisis menggunakan analisis statistik dengan pengujian regresi berganda, uji hipotesis serta uji simultan. Pengujian hipotesis secara parsial di peroleh variabel pendapatan dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap daya beli masyarakat di pasar Wamangu, Kabupaten Merauke. Untuk uji simultan di peroleh variabel pendapatan dan harga secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap daya beli masyarakat di pasar Wamangu, Kabupaten Merauke.</p>
4.	<p>Sonia Permata Alfionita dan Rizki Rusli, (2023).</p> <p>JLEB: <i>Journal of Law Education and Business</i> E-ISSN: 2988-1242 P-ISSN: 2988-604X Vol. 1 No. 2 Oktober 2023.</p>	<p>Pengawasan Harga Sembako Menjelang Perayaan Hari-Hari Besar Tertentu di Kota Pekanbaru</p>	<p>Harga merupakan salah satu unsur yang terdapat dalam transaksi jual beli yaitu adanya harga yang jelas dari benda yang diperjualbelikan. Oleh karena itu harga suatu produk merupakan salah satu penentu atas besarnya permintaan pasar. Demikian harga selalu menjadi ukuran apakah seseorang akan melakukan pembelian atau tidak untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dimana sekarang ini harga sembako melonjak (naik) sebab kebutuhan pokok selalu mengalami fluktuasi harga. Ada kalanya harga mengalami kenaikan dan penurunan. Hal ini berakibat pada tinggi rendahnya permintaan dan penawaran konsumen terhadap suatu barang tertentu maupun pada proses produksi. Kenaikan harga juga disebabkan karena adanya faktor yang mempengaruhi kenaikan harga kebutuhan pokok (sembako) yaitu kelangkaan barang atau ketersediaan</p>

		<p>terbatas. Karena keperluan akan bahan pokok tersebut, para pedagang memanfaatkan dengan menjual kebutuhan bahan pokok, salah satunya adalah menjual sembako. Meskipun sebenarnya harga sembako sering mengalami ketidakstabilan harga, bahkan sering mengalami kenaikan yang disebabkan faktor-faktor tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengawasan Harga Sembako Menjelang Perayaan Hari-Hari Besar Tertentu di Kota Pekanbaru dan faktor penghambat dari faktor penghambat dalam Pengawasan Harga Sembako Menjelang Perayaan Hari-Hari Besar Tertentu di Kota Pekanbaru. Konsep teori yang digunakan peneliti adalah langkah-langkah proses pengawasan yang baik menurut Syafri (2004:15). Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dengan teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah Pengawasan pemerintah seharusnya membangun lingkungan yang kondusif untuk terciptanya iklim persaingan usaha yang sehat, bukan lagi era kontrol harga-harga. Tantangan terbesar justru akan datang dari kesiapan dan kemampuan aparat pemerintah, mulai dari tingkat Pusat sampai Daerah, untuk menegakkan Peraturan Presiden Nomor 71 Tahun 2015, agar kredibilitas dan wibawa kebijakan pemerintah menjadi lebih baik.</p>
--	--	---

Sumber : Olahan Penulis, 2024

METODE PENELITIAN**3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Menurut Soekanto (2020: 75), mengatakan bahwa penelitian adalah kegiatan ilmiah yang berdasarkan pada suatu analisis dan konstruksi yang harus dilakukan dengan sistematis, metodologis dan konsisten yang bertujuan untuk mengungkapkan suatu kebenaran yang dibagi dalam 3 (tiga) jenis kegiatan, yaitu:

- a. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang mempunyai sifat deskriptif, penelitian ini lebih cenderung menggunakan analisis. Dalam penelitian ini proses dan makna lebih banyak ditonjolkan dengan menggunakan landasan teori sebagai panduan untuk fokus pada penelitian berdasarkan fakta yang ada di lapangan.
- b. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang melakukan investigasi secara sistematis untuk meneliti sebuah fenomena dengan cara mengumpulkan data-data yang bisa diukur menggunakan ilmu statistik, matematika dan komputasi. Penelitian kuantitatif memiliki tujuan untuk mengembangkan teori hipotesis yang memiliki kaitan dengan fenomena-fenomena alam.
- c. Penelitian campuran adalah penelitian yang menggabungkan penelitian bentuk kuantitatif dan kualitatif. Penelitian campuran ini lebih kompleks dibandingkan penelitian- penelitian yang disebutkan di atas, karena pada penelitian ini tidak hanya mengumpulkan dan menganalisis data namun juga melibatkan fungsi-fungsi dari penelitian kuantitatif dan kualitatif.

- d. Penggunaan dari kedua metode penelitian itu diharapkan bisa memberikan pemahaman yang lebih lengkap mengenai masalah penelitian yang diangkat.

Berdasarkan pendapat tersebut di atas, maka penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif.

3.2 Variabel Penelitian

Jumlah variabel dalam penelitian ini adalah 2 (dua) variabel, yaitu: harga sembako sebagai variabel independen (variabel X) dan daya beli sebagai variabel dependen (variabel Y). Menurut Sugiyono (2017: 39), mengatakan bahwa variabel penelitian adalah “segala sesuatu atribut, sifat, nilai dari orang yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian diambil kesimpulannya”.

3.3 Lokasi dan Jadwal Penelitian

Lokasi penelitian merupakan hal yang sangat penting dalam melakukan penelitian. Penelitian ini dilaksanakan pada UD. LUSI Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias.

3.4 Sumber Data

Menurut Sugiyono (2017: 56), mengatakan bahwa sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh. Apabila peneliti menggunakan kuesioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan- pertanyaan peneliti, baik pertanyaan tertulis ataupun lisan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian kualitatif, dimana jenis data yang dibutuhkan adalah ¹⁴ data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer adalah data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur, artikel, jurnal serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

c. Informan Penelitian

Menurut Kriyantoro (2019: 159), mengatakan bahwa informan atau narasumber dalam penelitian merupakan seseorang yang memiliki informasi maupun data yang banyak terkait masalah dan objek yang sedang diteliti sehingga nantinya akan diminta informasi mengenai objek penelitian tersebut. Peneliti menggunakan teknik penarikan *purposive sampling*. Teknik ini banyak ditemui dalam riset kualitatif. Teknik ini merupakan teknik penentuan informan yang awalnya berjumlah kecil, kemudian berkembang semakin banyak. Orang yang dijadikan informan pertama diminta memilih atau menunjuk orang lain untuk dijadikan informasi berikutnya, begitu pula seterusnya sampai jumlahnya mencukupi. Proses ini baru berakhir bila peneliti merasa data telah jenuh, artinya riset tidak lagi menemukan yang baru dari wawancara tersebut.

Dari penejelasan tersebut, maka peneliti dapat menyajikan tabel informan penelitian, sebagai berikut:

Tabel 3.1:
Informan Peneliltian

No	Nama atau Jabatan	Key Informan	Informan
1.	Pemilik UD. LUSI Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias	2	-
2.	Karyawan UD. LUSI Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias	-	2
3.	Pelanggan Tetap UD. LUSI Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias	-	6

Sumber: Olahan Penulis, 2024

3.5 Instrumen Penelitian

Menurut Arikunto (2017: 54), mengatakan bahwa instrumen penelitian adalah alat dan fasilitas yang dipakai oleh peneliti dalam proses pengumpulan data untuk memudahkan pekerjaan dan hasilnya lebih baik, cermat, lengkap serta konsisten sehingga penelitian yang dilakukan lebih mudah diolah.

Lebih lanjut Arikunto (2017: 60), menjelaskan bahwa dalam penelitian kualitatif ada beberapa instrumen penelitian yang umum digunakan, yaitu:

- a. Peneliti
Instrumen pertama dan utama dalam penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri. Tanpa peneliti maka sebuah penelitian tidak akan berjalan, karena tidak ada pihak yang dapat menentukan topik, fokus utama dan pengumpulan data.
- b. Panduan Wawancara
Panduan wawancara berisi sebuah tulisan detail kegiatan wawancara yang akan dilakukan peneliti untuk mendapatkan data. Panduan ini berisi informasi data narasumber dan daftar pertanyaan yang diajukan.

92

- c. **Alat Tulis**
Alat tulis yang digunakan dalam penelitian mencakup buku, pena, dan jenis lainnya yang berfungsi sebagai media bagi peneliti untuk mencatat hal dan informasi penting selama melakukan pengamatan pada objek penelitian.
- d. **Alat Rekam**
Alat rekam dibutuhkan selama proses penelitian untuk merekam kejadian atau proses wawancara yang dilakukan peneliti kepada responden penelitian.
- e. **Dokumen**
Dokumen merupakan instrumen penting dalam penelitian, karena sumber data yang dibutuhkan berupa dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan proses dalam mengumpulkan data secara akurat dan sistematis untuk mendapatkan data yang valid yang kemudian akan di analisa. Menurut Sugiyono (2017: 193), teknik pengumpulan data adalah suatu langkah yang di dinilai strategis dalam penelitian, karena mempunyai tujuan yang utama dalam memperoleh data. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yakni:

- a. **Wawancara**

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal- hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil.

- b. **Dokumentasi**

Selain melalui wawancara dan observasi, informasi juga bisa diperoleh lewat fakta yang tersimpan dalam bentuk surat, catatan harian, arsip foto, hasil rapat, jurnal kegiatan dan sebagainya. Data berupa dokumen seperti

ini bisa dipakai untuk menggali informasi yang terjadi di masa silam. Peneliti perlu memiliki kepekaan teoritik untuk memaknai semua dokumen tersebut sehingga tidak sekadar barang yang tidak bermakna.

c. Observasi

Metode observasi cara yang paling efektif adalah melengkapinya dengan format atau blangko pengamatan sebagai instrumen pertimbangan kemudian format yang disusun berisi item-item tentang kejadian atau tingkah laku yang digambarkan. Dari peneliti berpengalaman diperoleh suatu petunjuk bahwa mencatat data observasi bukanlah sekedar mencatat, tetapi juga mengadakan pertimbangan kemudian mengadakan penilaian kepada skala bertingkat.

3.7 Teknik Analisa Data

Menurut Arikunto (2017: 68), bahwa dalam penelitian deskriptif kualitatif, ada beberapa pola dan teknik analisa data yang umum digunakan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk mengolah dan menganalisa data yang telah diperoleh, maka penulis melakukan metode analisa data, sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Reduksi data dilakukan dalam rangka pemilihan dan penyederhanaan data. Kegiatan yang dilakukan pada tahapan ini adalah seleksi data dan pembuangan data yang tidak relevan. Data-data yang relevan dengan penelitian akan di organisasikan sehingga terbentuk sekumpulan data yang dapat memberi informasi faktual.

b. Penyajian Data

Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk sekumpulan informasi, baik berupa tabel, bagan, maupun deskriptif naratif, sehingga data yang tersaji relatif jelas dan informatif. Tindakan lanjutan, penyajian data digunakan dalam kerangka menarik kesimpulan dari akhir sebuah tindakan.

c. Penarikan Kesimpulan

Pada tahap ini peneliti akan mengambil kesimpulan secara ringkas dan jelas, sehingga terjawab tujuan dan masalah penelitian yang telah dianalisa sebelumnya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**4.1 Gambaran Umum****4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

Toko UD Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias merupakan usaha yang bergerak dalam bidang UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah), yang sudah mulai sejak tahun 2022. UD Lusi beralamat di Desa Fadoro Luru Dusun IV Simpang Ndrara Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias. Motivasi Bapak Lusianus Mendrofa dalam mendirikan toko ini pada awalnya ia melihat warga Desa Fadoro Luru Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias berbelanja jauh sekitar \pm 29 kilometer dari Kota Gunungsitoli untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan sebagian juga untuk dijual kembali bagi pemilik warung warung kecil, sehingga Bapak Lusianus Mendrofa terpikir untuk mendirikan toko dengan produk serba ada agar warga Desa Fadoro Luru Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias ini tidak perlu berjalan jauh untuk berbelanja kebutuhan pokoknya sehari-hari.

Pada awalnya toko ini hanya dikelola sendiri oleh Bapak Lusianus Mendrofa dan keluarganya sebanyak 2 orang, namun dengan berjalannya waktu usaha ini berkembang pesat sehingga pada tahun 2022 ia memutuskan untuk merekrut karyawan karena ia kewalahan menjalankan usahanya dan hingga kini Toko UD Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias memiliki 6 orang karyawan. Namun meski toko ini mengalami perkembangan yang cukup baik ternyata UMKM Toko UD Lusi ini belum

menerapkan sistem akuntansi dengan alasan belum paham cara menerapkannya dan belum terpikir untuk mencari tenaga ahli untuk menerapkan sistem akuntansi dalam bisnisnya.

4.1.2 Kondisi Fisik

UD Lusi memiliki bangunan berupa toko yang menghadap jalan provinsi menuju Kabupaten Nias Utara. Toko Bangunan tersebut berukuran 8 x 14 meter dengan bentuk bangunan permanen berdinding cor. Perkiraan harga bangunan tersebut mencapai Rp. 280.000.000,- (dua ratus delapan puluh juta rupiah). Toko Lusi memiliki ruang penyimpanan dan rak yang cukup karena toko ini menjual berbagai kebutuhan pokok yang sering dibutuhkan oleh masyarakat warga Desa Fadoro Luru Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias.

4.1.3 Visi dan Misi Toko UD Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias

Visi dan misi merupakan sebuah acuan, arah dan sasaran strategis perusahaan yang akan menghimpun seluruh potensi dalam perusahaan untuk bekerja serius dan fokus serta bergerak maju untuk mencapai target dan menjadi lebih baik dari waktu ke waktu.

78 1. Visi

85
Visi adalah cara pandang jauh ke depan yang merupakan artikulasi dari citra, nilai, arah dan tujuan yang menjadi pemandu dalam mencapai masa depan perusahaan agar tetap konsisten, eksis, antipatif, dan inovatif, serta produktif. Adapun visi perusahaan yaitu, menjadikan

kebutuhan semua orang dapat terpenuhi, membuat waktu semua orang menjadi lebih efisien dan kebutuhan pokok semua orang dapat terpenuhi khususnya di Desa Fadoro Lauru Dusun IV Simpang Ndrara Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias.

2. Misi

Misi merupakan suatu pernyataan yang menetapkan tujuan dan sasaran yang ingin dicapai oleh perusahaan yang diwujudkan dalam pelayanan, nilai yang diperoleh serta aspirasi dan cita-cita dimasa mendatang atau sesuatu yang diemban dan dilaksanakan oleh perusahaan. Pernyataan misi membawa perusahaan pada suatu fokus dan menjelaskan mengapa perusahaan itu ada, apa yang dilakukan dan bagaimana melakukannya.

Adapun misi perusahaan yaitu :

- a) Prioritas kebutuhan pokok anda adalah prioritas kami disetiap waktu sibuk anda, karena kebutuhan pokok adalah kebutuhan yang tidak bisa lepas dari kehidupan sehari-hari anda, anda Prioritas kami.
- b) Berusaha memenuhi ketersediaan barang sesuai kebutuhan pelanggan dan masyarakat
- c) Mendapatkan respon positif dari kepuasan masyarakat mengenai ketersediaan bahan-bahan pokok
- d) Berusaha memperoleh keuntungan dari penjualan

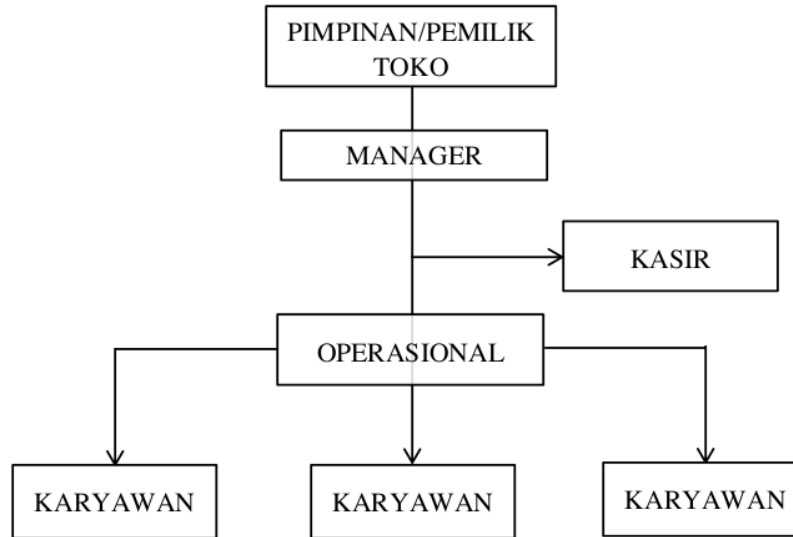
4.1.4 Struktur Organisasi Toko UD Lusi Kecamatan Hiliduho

Kabupaten Nias

Struktur adalah bagian-bagian dari sesuatu yang berhubungan satu dengan yang ⁷⁵ lain atau bagaimana sesuatu ⁷⁵ disatukan. Struktur adalah sifat fundamental ⁷⁵ bagi suatu system. Identifikasi suatu struktur adalah suatu tugas subjektif, karena tergantung pada asumsi kriteria bagi pengenalan bagian-bagiannya dan hubungan mereka. ³³ Struktur organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta ³³ posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai ⁹⁶ tujuan yang diharapkan dan diinginkan. Struktur organisasi ⁹⁶ menggambarkan dengan jelas pemisahan kegiatan pekerjaan ³⁵ antara yang satu dengan yang lain dan bagaimana hubungan aktivitas dan fungsi ³⁵ dibatasi. Dalam struktur organisasi yang baik harus menjelaskan tugas dan wewenang, siapa melapor kepada ⁸⁹ siapa, jadi ada satu pertanggungjawaban ⁸⁹ apa yang akan dikerjakan.

⁸⁹ Dalam sebuah organisasi agar semua kegiatan berjalan dengan baik dan dapat mencapai tujuan, perlu adanya struktur organisasi dan pembagian kerja (*job description*) yang jelas. Struktur organisasi yang baik harus menggambarkan dengan jelas wewenang dan tanggungjawab serta fungsi-fungsi dari setiap bagian yang dalam perusahaan, yang mana dalam hal ini merupakan salah satu syarat terciptanya suatu pengendalian internal yang memadai. Adapun struktur organisasi Toko UD Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias sebagai berikut :

Bagan 4.1
Struktur Organisasi Toko UD Lusi
Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias



Sumber : Toko UD Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias

4.1.5 Uraian Tugas Masing-masing di Toko UD Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias

Untuk melengkapi struktur organisasi suatu perusahaan, diperlukan uraian tugas yang akan menjelaskan tugas wewenang dan tanggungjawab masing-masing fungsi dalam perusahaan. Adapun uraian jabatan pada Toko UD Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias sebagai berikut :

1. Tugas Pemilik toko (owner)

Tugas pemilik ialah untuk memastikan performa yang cukup baik, sehingga bisnis tersebut dapat menghasilkan keuntungan dan tidak mengalami kerugian. Ada pun tugas dari pemilik sebagai berikut :

a. Memimpin usaha

- b. Membuat peraturan usaha
- c. Menyediakan biaya dalam menjalankan usaha
- d. Bertanggungjawab penuh atas kerugian perusahaan serta resiko bisnis yang mungkin terjadi dalam perusahaan dengan sanksi yang ada.
- e. Memiliki kewenangan penuh pada toko, hak penuh atas keuntungan serta hak penuh atas kepemilikan toko tersebut.
- f. Melakukan pengawasan penuh terhadap proses keluar masuknya barang dan juga karyawan.
- g. Melakukan evaluasi terhadap karyawan.

2. Tugas Manajer

Tugas manajer toko adalah mengembangkan strategis bisnis yang berguna dalam mengoptimalkan keuntungan. Tugas seorang manajer sebagai berikut:

- a. Merekrut pegawai toko
- b. Memotivasi pegawai
- c. Membagi tugas karyawan
- d. Menjaga suasana dan kebersihan toko
- e. Menangani semua masalah yang muncul dari karyawan

3. Tugas kasir

Tugas dari seorang kasir adalah tugas utamanya dapat berinteraksi dengan pelanggan dan atasan setiap harinya. Adapun tugas dari seorang kasir adalah sebagai berikut :

- a. Menyapa setiap pelanggan dengan positif

- b. Memasukan barang pembelian dalam mesin kasir untuk di hitung total pembeliannya
 - c. Menghitung total uang pada awal bekerja dan akhir bekerja
 - d. Melaporkan total pemasukan kepada atasan
 - e. Membantu membersihkan serta mengawasi toko
4. Tugas Karyawan

Karyawan toko merupakan seseorang yang bekerja di toko sebagai bagian dari tim penjualan atau layanan pelanggan. Tugas – tugas dari seorang karyawan sebagai berikut :

- a. Melayani pelanggan dengan ramah dan membantu pelanggan dalam memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka
- b. Memastikan stok barang yang tersedia dengan baik di toko
- c. Memberikan informasi tentang jenis kain yang saat promosi sedang berlangsung.
- d. Melakukan transaksi penjualan dan pembayaran
- e. Menjaga kebersihan dan kerapian toko.

4.1.6 Identitas Informan

Dari hasil wawancara, pengumpulan data dilakukan dengan mengunjungi tempat penelitian. Informan dalam penelitian ini adalah pemilik UD Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias, karyawan UD Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias, dan pelanggan tetap UD Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias. rata-rata mereka berumur antara 20-40 tahun yang tinggal di wilayah Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias.

Jumlah informan yang diwawancarai adalah sebanyak 10 orang. Pendidikan mereka adalah SLTP, SLTA dan S-1. Adapun karakteristik informan dapat disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.1
Karakteristik Informan

No	Karakteristik	N	%
1	Jenis Kelamin a. Laki-laki b. Perempuan	2 8	20,00 80,00
2	Usia a. 20 tahun ke atas b. 30 tahun ke atas c. 40 tahun ke atas	7 2 1	70,00 20,00 10,00
3	Pendidikan a. SLTP b. SLTA c. S-1	3 5 2	30,00 50,00 20,00
4	Pekerjaan a. Wiraswasta b. PNS c. Ibu Rumah Tangga d. Pelajar/Mahasiswa	4 2 6 0	40,00 20,00 60,00 00,00

Sumber : Toko UD LUSI Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias, 2024

4.1.7 Produk

Toko UD Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias merupakan sebuah usaha dagang yang membantu masyarakat Kecamatan Hiliduho untuk mendapatkan kebutuhan sembilan bahan pokok (sembako) secara mudah dengan harga murah dan produk yang berkualitas dengan menciptakan sebuah pelayanan yang lebih mudah dan terjangkau.

Hari dan Jam kerja menjadi hal penting bagi seseorang karyawan dalam melakukan pekerjaannya sesuai dengan deskripsi pekerjaan masing – masing. Sistem jam kerja pada toko UD Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias pada umumnya dalam satu minggu aktif dari hari Senin

hingga sampai pada hari sabtu. Ada pun jam kerja pada toko Toko UD Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias yaitu Senin sampai ⁵⁶ Sabtu mulai pada pukul 08.00 - 21.00 wib kemudian pada hari minggu aktivitas tidak ada (libur), dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 4.2
Jam Kerja di Toko UD Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias

No.	Hari	Jam Kerja (Wib)
1	Senin	08.00 - 21.00
2	Selasa	08.00 - 21.00
3	Rabu	08.00 - 21.00
4	Kamis	08.00 - 21.00
5	Jumat	08.00 - 21.00
6	Sabtu	08.0 - 21.00

Sumber : Toko UD Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias

Jadwal operasional UMKM Toko UD Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias yaitu pada hari Senin sampai hari Sabtu buka ⁵⁷ pukul 08.00 WIB sampai pukul 21.00 WIB, jika ada hari libur dan hari besar agama, kegiatan operasional menyesuaikan. Berikut daftar jenis bahan pokok yang dijual di UD. LUSI Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias, sebagai berikut:

¹⁴ Tabel 4.3
Harga Bahan Pokok

No.	Jenis Bahan Pokok	Harga
1.	Beras • Pelangi @25 kg/ karung • Arwana @25 kg/ karung	Rp. 400.000,- Rp. 430.000,-
2.	Minyak Goreng • Minyak Curah/ kg • Minyak Kemasan/ ¹⁰	Rp. 18.000,- Rp. 21.000,-
3.	Daging • Ayam Boiler/ kg ¹⁰ • Ayam Kampung/ kg	Rp. 30.000,- Rp. 40.000,-
4.	Gula Putih Kristal/ kg	Rp. 20.000,-
5.	Garam Dolphin/ kg	Rp. 20.000,-

6.	Cabe • Merah/ ¹⁰ • Rawit/ kg	Rp. 70.000,- Rp. 60.000,-
7.	Bawang • Merah • Putih	Rp. 50.000,- Rp. 60.000,-
8.	• Minyak Tanah/ liter • Gas LPG @3 kg	Rp. 14.000,- Rp. 18.000,-
9.	Sayur Mayur @1 ikat	Rp. 5.000,-

Sumber: UD. LUSI Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias, 2024.

52

4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.2.1 Hasil Penelitian

Analisa **hasil** penelitian terfokus pada menganalisis penetapan harga sembako dalam meningkatkan daya beli masyarakat pada UD Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias. Dalam melakukan pengumpulan data, peneliti menggunakan 2 (dua) metode yaitu metode wawancara dan dokumentasi. Agar penelitian ini lebih objektif, peneliti mencari informan kunci dan informan pendukung (pemilik toko, karyawan toko, dan pelanggan tetap toko) untuk dilakukan wawancara guna memperoleh informasi yang akurat dari sumber terpercaya. Penetapan harga merupakan ⁹⁰ harga jual produk atau jasa yang dilakukan oleh perusahaan. Penetapan harga yang sesuai akan membuat konsumen bertahan dengan produk tersebut karena sesuai dengan daya beli konsumen, dengan demikian secara tidak langsung dapat mempengaruhi relisasi penjualan. Oleh sebab itu setiap penjual dalam menetapkan harga harus mempertimbangkan secara matang, sehingga menguntungkan bagi perusahaan yaitu mendapatkan laba dan bagi konsumen dapat membeli produk sehingga dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen. Dalam penentuan harga, harus

diperhatikan beberapa hal, termasuk setiap langkah yang harus dilakukan oleh toko UD Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias terhadap konsumen. Hargapun merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa.

Berdasarkan tujuan penelitian, bahwa wawancara yang dilakukan oleh peneliti yaitu secara langsung terhadap informan kunci dan informan pendukung yaitu pihak yang mengetahui tentang analisis penetapan harga sembako dalam meningkatkan daya beli masyarakat masyarakat pada UD. Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias. Adapun hasil analisis hasil wawancara sesuai dengan temuan peneliti sebagai berikut :

Pada hari ⁸⁶ Kamis, 17 Oktober 2024, pukul 10.00 wib, peneliti menanyakan **bagaimana cara Bapak/Ibu menetapkan harga pada UD Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias?** kepada Lusianus Mendrofa pemilik toko UD. Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias yaitu ibu kasih beliau mengemukakan :

“kalau di toko kita untuk menetapkan harga sembako itu tergantung dari kita membelinya, misalnya harga pasarnya Rp. 12.000,- nanti biasanya kita membeli digrosirnya itu harganya Rp. 10.900,- sehingga kita menjualnya dengan harga Rp. 12.000,- ”.

Kemudian waktu yang sama juga, istri dari Bapak Lusianus Mendrofa selaku pemilik toko UD. Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias yaitu Ibu Minar Ndraha menambahkan bahwa :

“cara menentukan harga sembako yaitu dengan cara mengambil keuntungan ¹³ 10% dari harga barang aslinya. Misalnya kita harga sebuah rokok itu adalah Rp. 20.000,-”. Maka kita akan mengambil keuntungan sebesar 10% yaitu 1.000 atau 2.000. sehingga harga rokok itu akan tetap dan tidak berubah. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi penetapan harga yaitu ongkos pengiriman barang dari Gunungsitoli ke Hiliduho, persentase keuntungan yang diinginkan, analisa harga dari pesaing kami, dan melakukan uji harga (biasanya kami lakukan bagi barang-barang yang baru seterusnya kami akan pantau perkembangannya) mengingat masyarakat di Hiliduho ini mayoritas adalah petani dan ekonominya masih berada dibawah rata-rata maka biasanya kami tidak mengambil keuntungan yang signifikan dalam penentuan harga sembako”.

Selanjutnya pada hari yang sama yakni Kamis, 17 Oktober 2024 pukul 15.00 wib peneliti bertanya kepada Bapak Lusianus Mendrofa Pemilik Toko UD Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias, **apakah dengan kenaikan harga barang dapat mempengaruhi daya beli masyarakat Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias?** Bapak Lusianus Mendrofa mengemukakan bahwa :

”pengaruh harga terhadap konsumen itu tergantung kebutuhan mereka kalau misalnya terlalu mahal atau gimana mungkin mereka bakalan mencari perbandingan dulu ditoko lain. Beberapa toko disini sepertinya harganya pesaing kami lebih mahal dibandingkan

dengan harga toko kami maka otomatis konsumen bakal milih toko kami karena lebih murah”.

Selanjutnya, manajer toko yakni Ibu Minar Ndraha sekaligus istri dari pemilik toko memberikan pendapatnya terkait apakah kenaikan harga sembako dapat mempengaruhi daya beli masyarakat, sebagai berikut :

” sangat berpengaruh dek, karena konsumen di desa kami ini mereka maunya yang murah-murah gitu, jadi konsumen itu mencari dan memilih toko-toko yang menjual sembakonya yang paling murah. Sebenarnya kita harus memegang prinsip rela sama rela agar tidak menguntungkan sepihak dan juga tidak merugikan sepihak, ketika kita menawarkan sebuah sembako kepada konsumen dengan harga yang kami tawarkan dan konsumen merasa tidak puas dengan ¹³ harga yang kami tawarkan maka disitulah akan terjadi tawar menawar harga antara kami dan pembeli”.

Kemudian pada Jumat, 18 Oktober 2024, pukul 10.00 wib, peneliti bertanya kepada ibu Ina Nimes Mendrofa salah seorang pelanggan tetap toko UD Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias yang sedang berbelanja saat itu, **Apakah Ibu/Bapak sering berbelanja di UD. Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias?** Ibu Nime Mendrofa menjawab :

”toko ini merupakan pilihan yang populer bagi kami karena menjual berbagai macam kebutuhan pokok dan perlengkapan rumah tangga, seperti beras, gula, minyak goreng, tepung terigu,

garam, telur, sabun mandi, alat pembersih, dan obat-obatan, kami menjadi pelanggan tetap di toko UD Lusi ini.”

Ditempat yang sama, teman Ibu Ina Nimes Mendrofa bernama Bapak Eman Harefa yang merupakan salah seorang pelanggan setia UD LUSI Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias menambahkan bahwa :

“setiap saat kami berbelanja disini, setiap kami mengalami kekurangan bahan pokok di rumah tangga kami, maka labuhan kami adalah toko ini, karena semua yang kami butuhkan ada di sini”.

⁹³ Kemudian pada dihari Sabtu, 19 Oktober 2024, pukul 15.00 wib, peneliti melanjutkan mewawancarai Bapak Lusianus Mendrofa, Pelimik Toko UD Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias. Peneliti memberikan pertanyaan, apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga di Toko UD Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias?

” salah satu faktornya sih, yaitu kelangkaan barang, harga akan seimbang ketika jumlah yang diminta sama dengan jumlah yang ditawarkan. Selanjutnya adalah biaya merupakan salah satu faktor penting yang harus dipertimbangkan sebelum menetapkan harga, lalu jenis produk yang dijual juga mempengaruhi penetapan harga. Jika produk yang dijual diinginkan banyak orang, harga yang ditetapkan bisa sama dengan rata-rata harga produk serupa yang dijual pesaing.

Peneliti juga bertanya hal yang sama kepada Ibu Minar Ndraha yang merupakan istri dari pemilik toko UD Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias. Dia mengatakan bahwa :

“faktor lain yang kami temui dalam penetapan harga yaitu kebijakan pemerintah, misalnya seperti harga rokok sekarang sangat mahal maka kami harus mengikutinya, selanjutnya tindakan pesaing yang kadang ingin menguasai pangsa pasar tanpa mempertimbangkan untung dan ruginya, hal ini juga menjadi faktor membuat kami menentukan harga barang kami”.

Selanjutnya pada hari Senin, 21 Oktober 2024, pukul 10.00 wib, peneliti melanjutkan mewawancarai Ibu Yohana Mendrofa, karyawan toko UD Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias, peneliti memberikan pertanyaan yakni : **apakah penjualan beras lebih laris dibandingkan dengan penjualan bahan kebutuhan pokok lainnya?** Ibu Yohana Mendrofa menjawab :

“dari sembilan bahan pokok seperti, beras, minyak goreng, daging, gula putih, garam, cabai, bawang, minyak tanah dan gas LPG dan sayur mayor masyarakat sama-sama membutuhkan kebutuhan tersebut, jadi saya tidak bisa memastikan bahwa hanya beras yang paling lancar”.

Selanjutnya Ibu Desi Mendrofa selaku karyawan toko memberikan informasi kepada peneliti tepat diwaktu yang sama bahwa :

“Tidak ada informasi spesifik mengenai mana yang lebih laris dari sembilan bahan pokok, tetapi berikut ini adalah beberapa bahan

pokok yang sering dibeli ditoko kami yaitu; beras, minyak goreng, bawang merah dan putih, gula, daging, telur, garam. Sembilan bahan pokok atau sembako merupakan bahan-bahan dasar yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.”

Pada hari Selasa, 22 Oktober 2024, pukul 15.00 wib, peneliti melanjutkan mewawancarai Ibu Ernawati Ndraha, karyawan toko UD Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias, peneliti memberikan pertanyaan, **apa saja macam sembako yang dijual di UD Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias dan berapa harganya?**

”macam sembako yang dijual ditoko kami seperti beras pelangi @25 kg/karung sebesar Rp. 400.00,-, kemudian beras arwana @25 kg/karung sebesar Rp. 430.00,- jadi hanya itu jenis beras yang kami jual saat ini. Selanjutnya jenis minyak goreng seperti minyak goreng curah/kg seharga Rp. 18.000,-, minyak goreng kemasan/kg seharga Rp. 21.000,-, kemudian kami menjual ⁵⁴ daging ayam boiler/kg seharga Rp. 30.000,- dan daging ayam kampung/kg seharga Rp. 40.000,- dan jenis gula putih kristal/kg seharga Rp. 20.000,-.

Selanjutnya peneliti mewawancarai Ernawati Mendrofa dengan pertanyaan yang sama, seorang karyawan toko UD Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias yang sudah bekerja cukup lama di toko tersebut, Erna menjawab :

”adapun jenis dan harga sembako yang kami jual di toko kami yaitu garam dolphin/kg seharga Rp. 20.000,- mereka sangat

menyukai garam ini. Selanjutnya Cabai merah/kg seharga Rp. 70.000,- sedangkan cabai rawit/kg seharga Rp. 60.000,- kami juga menjual bawang merah/kg seharga Rp. 50.000,- sedangkan bawang putih/kg seharga Rp. 60.000,- selanjutnya kami juga minyak tanah/liter seharga Rp. 14.000,- dan gas LPG@3 kg seharga Rp. 18.000/buah dan yang terakhir adalah kami menjual sayur mayur @ 1 ikat seharga Rp. 5.000,-”

Kemudian pada hari Rabu, 23 Oktober 2024, pukul 10.00 wib, peneliti melanjutkan mewawancarai Bapak Kevin Mendrofa, seorang karyawan toko UD Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias, peneliti memberikan pertanyaan : apakah kenaikan dan keterjangkauan harga barang dapat mengakibatkan adanya keinginan konsumen untuk melakukan pembelian di UD Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias? Bapak Kevin Mendrofa menjawab :

”biasanya disini bahwa kenaikan harga disebabkan oleh beberapa hal salah satunya karena kelangkaan barang dan faktor pesaing dan biaya yang kami keluarkan untuk mendatangkan barang tersebut namun permintaan terhadap barang tersebut sangatlah tinggi karena menjadi kebutuhan yang sangat pokok, tetapi sebaliknya jika sesuatu barang harganya naik namun tidak menjadi kebutuhan yang sangat mendasar maka biasanya masyarakat tidak terlalu memaksa membeli barang tersebut”.

Kemudian pada hari yang sama peneliti mewawancarai Ibu Yohana Mendrofa dengan pertanyaan yang sama, seorang karyawan toko UD Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias, Erna menjawab :

”beberapa jenis barang yang ada di toko kami, contoh seperti gas LPG seharga Rp.18.000,- adalah harga yang kami jual kepada konsumen kami, dan sangat terjangkau. Seandainya mereka bandingkan di toko lain maka bisa dipastikan harga di toko kami lebih rendah. Nah, kenaikan dan keterjangkauan harga sangat berpengaruh terhadap keputusan membeli konsumen, karena mereka mau membeli apabila harganya murah dan sesuai dengan keinginan mereka, jika tidak maka mereka mencari dan membanding-bandingkan harga barang yang sama di toko lain”.

Selanjutnya pada hari Kamis, 24 Oktober 2024, pukul 15.00 wib, peneliti melanjutkan mewawancarai Ibu Ina David Mendrofa, seorang pelanggan tetap toko UD Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias, peneliti memberikan pertanyaan : Bagaimana kualitas barang yang dijual di UD. Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias?, Ibu Ina David Mendro menjawab :

”kualitas barang tergantung harganya dek, jika harganya mahal otomatis barangnya bagus atau enak sebaliknya jika harganya murah maka barangnya juga tidak bagus. Jadi pada dasarnya harga dan kualitas barang di toko ini sangat sesuai, itu sebabnya saya tidak lagi berbelanja di toko lain karena harganya sesuai dengan barangnya, terjangkau dan barangnya lengkap”

Kemudian Ibu Ina Ewi Ndraha juga salah seorang pelanggan di UD Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias, dia juga memberikan jawaban atas pertanyaan peneliti, di hari dan waktu yang sama dia menyampaikan pernyataan yakni :

“meskipun ada toko lain disini namun kami tetap berlangganan di toko lusi ini, terkecuali barangnya tidak ada, kami sebagai pelanggan tetap ini terkadang kami diberikan bonus di hari-hari tertentu, misalnya pada hari natal, pasti Bapak Lusianus Mendrofa sebagai pemilik toko memberikan bonus kepada kami pelanggan tetap dalam bentuk bingkisan natal, dan itu sangat bermanfaat sekali, hehehe ”.

Selanjutnya pada hari Jumat, 25 Oktober 2024, pukul 10.00 wib, peneliti melanjutkan mewawancarai Ibu Ina Aswan Ndraha seorang pelanggan tetap di UD Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias, peneliti memberikan pertanyaan, **7 apakah menurut Ibu harga barang yang dijual di UD. Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias bersaing dengan harga barang di tempat lain?** jawab Ibu Ina Aswan Ndraha yaitu :

”harga barang disini hampir mirip-mirip dengan harga di gunungsitoli dek. Contoh kita membeli di toko ini jenis beras pelangi @25 kg/karung seharga Rp. 400.000,- sementara di tempat lain jenis barang yang sama seharga Rp. 403.000,- artinya ada selisih 3.000,- dengan toko lain, dan masih banyak lagi contoh jenis barang lainnya dek. Itu sebabnya dapat disimpulkan bahwa harga barang di sini sangat bersaing dengan toko lain.”

Kemudian Ibu Ina Suarni Mendrofa juga salah seorang pelanggan di UD Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias, pada hari Sabtu, 15 Oktober 2024 saya mewawancarainya dengan pertanyaan, **bagaimana keyakinan Ibu berbelanja di UD. Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias?** dia memberikan jawaban yakni :

“saya sangat yakin berbelanja di toko lusi ini hal ini disebabkan oleh faktor kepercayaan saya terhadap toko lusi. Toko lusi ini memberikan informasi yang benar terhadap harga barang dan juga memenuhi barang yang kami inginkan”

4.2.2 Pembahasan

Penetapan harga adalah proses menentukan harga yang tepat untuk suatu produk atau layanan. Penetapan harga merupakan salah satu faktor kunci bagi perusahaan untuk meraih keuntungan. Penetapan harga yang tepat dapat menciptakan permintaan yang optimal dari konsumen dan partner bisnis. Harga juga dapat digunakan sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen, selain cara distribusi dan promosi, dan produk. Beberapa strategi penetapan harga yang dapat digunakan oleh Toko UD Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias, di antaranya:

1. Menetapkan harga dengan cara mengambil keuntungan maksimal 10% dari harga barang aslinya, hal ini diperuntukkan bagi barang yang permintaannya tinggi yakni seperti rokok dan barang lainnya.
2. Beberapa faktor yang mempengaruhi penetapan harga yaitu ongkos pengiriman barang dari Gunungsitoli ke Hiliduho, persentase

keuntungan yang diinginkan, analisa harga dari pesaing kami, dan melakukan uji harga (biasanya kami lakukan bagi barang-barang yang baru seterusnya kami akan pantau perkembangannya) mengingat masyarakat di Hiliduho ini mayoritas adalah petani dan ekonominya masih berada dibawah rata-rata maka biasanya kami tidak mengambil keuntungan yang signifikan dalam penentuan harga sembako.

3. Apabila suatu barang itu kualitasnya bagus maka harga tersebut semakin baik jika kualitas barang menurun maka harganya semakin terpuruk, kemudian hal ini mempengaruhi laba (keuntungan) ketika barang itu berkualitas maka laba yang kita dapatkan akan semakin tinggi begitupun sebaliknya.

Hal ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller (2016: 491-492), bahwa terdapat beberapa faktor penentu yang perlu dipertimbangkan perusahaan dalam menetapkan harga yaitu:

1. Mengenal permintaan produk dan pesaing Besarnya permintaan produk dan banyaknya pesaing juga mempengaruhi harga jual, jadi jangan hanya menentukan harga semata-mata didasarkan pada biaya produksi, distribusi dan promosi saja.
2. Target pasar yang hendak dilayani atau diraih Semakin menetapkan target yang tinggi maka penetapan harga harus lebih teliti.
3. Marketing mix sebagai strategi
 - 15 Produk baru Jika itu produk baru maka bisa ditetapkan harga yang tinggi ataupun rendah, tetapi kedua strategi ini mempunyai kelebihan dan kelemahan masing-masing. Penetapan harga yang tinggi dapat

menutup biaya riset, tetapi juga dapat menyebabkan produk tidak mampu bersaing di pasar. Sedangkan dengan harga yang rendah jika terjadi kesalahan peramalan pasar, pasar akan terlalu rendah dari yang diharapkan. Maka biaya-biaya tidak dapat tertutup sehingga perusahaan mungkin menderita kerugian.

5. Reaksi pesaing Dalam pasar yang semakin kompetitif maka reaksi pesaing ini harus selalu dipantau oleh perusahaan, sehingga perusahaan dapat menentukan harga yang dapat diterima pasar dengan mendatangkan keuntungan.

66

6. Biaya produk dan perilaku biaya.

7. Kebijakan atau peraturan yang ditentukan oleh pemerintah dan lingkungan.

Daya beli masyarakat adalah seberapa tinggi tingkat kemampuan konsumen atau masyarakat luas dalam membeli serta mendapatkan barang yang mereka butuhkan. Berdasarkan kemampuan tersebut, permintaan dibagi menjadi beberapa macam, yaitu:

1. Permintaan efektif yaitu konsumen mampu dan mau membeli suatu produk.
2. Permintaan absolut yaitu konsumen memiliki minat terhadap produk, tapi tidak mampu membelinya.
3. Permintaan potensial yaitu konsumen bisa saja membeli suatu produk, tapi mereka belum melakukannya.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada UD Lusi Kecamatan Hilidudo Kabupaten Nias terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi daya beli masyarakat, yaitu:

1. Perubahan Harga

Faktor penentu daya beli masyarakat adalah harga barang serta jasa. Kemampuan daya beli masyarakat akan cenderung menurun ketika harga-harga produk dan jasa mengalami kenaikan. Namun kebalikannya, kemampuan beli masyarakat nantinya akan meningkat apabila harga-harga tersebut menurun.

2. Inflasi

Inflasi sendiri merupakan kondisi ketika harga barang secara umum terus-menerus meningkat. Pada keadaan ini, nilai mata uang menurun secara terus menerus. Beberapa penyebab inflasi adalah karena jumlah kebutuhan yang meningkat tapi stoknya terbatas. Alasan lainnya karena biaya produksi atau jasa naik, serta jumlah uang yang beredar di masyarakat cukup tinggi. Jika inflasi tidak dikendalikan, penurunan daya beli masyarakat adalah sesuatu yang tidak dapat dihindari

3. Pendapatan Riil Masyarakat Kecamatan Hiliduhu Kabupaten Nias

Pendapatan riil adalah jumlah pemasukan setelah disesuaikan dengan perubahan harga. Setiap tahunnya, harga barang cenderung mengalami peningkatan. Saat pendapatan riil bertambah, seseorang bisa membeli barang dan jasa lebih banyak dari biasanya. Itulah pentingnya penyesuaian antara pendapatan dengan kenaikan harga barang dan jasa di pasar, karena bisa saja pendapatan dan harga mengalami peningkatan

secara bersamaan. Dengan demikian, pendapatan yang meningkat tidak berarti diikuti dengan naiknya kemampuan beli masyarakat.

4. Lapangan Pekerjaan berkurangnya di Kecamatan Hiliduho (banyak yang tidak memiliki penghasilan tetap perbulan)

Daya beli masyarakat adalah kondisi yang juga disebabkan oleh minimnya lapangan pekerjaan di wilayah Kecamatan Hiliduho. Apabila lapangan pekerjaan terbatas, hal ini akan membuat angka pengangguran bertumbuh. Pada akhirnya, kemauan masyarakat untuk membeli barang jadi berkurang akibat ketidakmampuan mereka dalam menghasilkan uang dan berbelanja.

Hal di atas sesuai dengan pendapat Basu Swasta dan Irawan (2003:403) bahwa adapun faktor-faktor yang mempengaruhi daya beli masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Pendapatan

Pendapatan adalah hasil kerja atau usaha yang berupa uang atau barang yang diterima oleh perorangan, perusahaan, atau organisasi lain. Pendapatan dapat berasal dari berbagai sumber, seperti: penjualan, penghasilan jasa, bunga, dividen, royalti, sewa, gaji, komisi, ongkos, laba. Pendapatan merupakan salah satu unsur penting dalam laporan laba dan rugi perusahaan. Dalam konteks ekonomi, pendapatan juga digunakan sebagai indikator untuk mengukur tingkat kesejahteraan dan kemakmuran suatu negara atau masyarakat.

2. Selera

Selera adalah perasaan terpenuhinya kebutuhan atau melebihi kebutuhan yang diharapkan, dan keinginan untuk terus mendapatkan perasaan tersebut. Selera juga dapat diartikan sebagai nafsu makan, misalnya hidangan yang membangkitkan selera nafsu atau keinginan, misalnya menambah selera untuk kesukaan atau kegemaran, misalnya tergantung pada selera masing-masing. Dalam ilmu sosial, khususnya ekonomi, selera atau preferensi merupakan konsep yang mengasumsikan pilihan antara alternatif-alternatif, berdasarkan kesenangan, kepuasan, dan kegunaan.

3. Harga.

Harga adalah suatu nilai uang yang ditentukan oleh perusahaan sebagai imbalan barang atau jasa yang diperdagangkan dan sesuatu yang lain yang diadakan suatu perusahaan guna memuaskan keinginan pelanggan. Harga berfungsi sebagai sebuah mekanisme ekonomi dengan memakai penawaran yang bisa didistribusikan di antara pelanggan di pasar. Hal itu juga bertindak sebagai indikator tentang sejauh mana penawaran diminta dan sejauh mana hal itu disediakan atau tersedia.

4.3 Analisa Perbandingan Teori dan Temuan Penelitian

Salah satu acuan yang digunakan dalam melakukan penelitian analisis penetapan harga sembako dalam meningkatkan daya beli masyarakat di UD. Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias adalah penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Penelitian yang telah dilakukan

sebelumnya akan dibandingkan dengan penelitian ini. Adapun penelitian yang masih terkait dengan topik penetapan harga sembako dalam meningkatkan daya beli masyarakat yang dilakukan oleh Muhammad Zais dan Nurdin I Muhammad, (2018). Penelitian tersebut memaparkan mengenai Daya Beli Masyarakat terhadap Bahan Pangan Pokok di Kabupaten Halmahera Tengah. Dalam penelitian tersebut disimpulkan bahwa Daya beli masyarakat di Kabupaten Halmahera Tengah dengan mengalami indikator rasio penurunan 12,38%. Tingkat daya beli masyarakat di Kabupaten Halmahera Tengah dari ranking terendah secara berurut adalah dirasakan pendapatan terhadap masing- masing harga bahan pangan pokok cenderung berfluktuasi namun mengalami perbaikan yang signifikan pada tahun 2018 dibandingkan tahun 2009, kecuali daya beli yang diukur setara konsumsi daging sapi.

Kemudian, terdapat penelitian yang dilakukan oleh Noni Rozaini & Asshofi Fadhillah Harahap, (2022) dengan judul dampak kenaikan harga bahan bakar minyak (BBM) terhadap sembilan bahan pokok (sembako) di Kota Medan. Kesimpulan dalam penelitian tersebut bahwa dampak kenaikan harga bahan bakar minyak (BBM) terhadap bahan makanan pokok dilihat dari beberapa indikator dan tanggapan responden meliputi: dampak negatif dengan persentase 90%, sehingga dapat disimpulkan bahwa kenaikan harga BBM berdampak negatif terhadap bahan makanan pokok di Kota Medan.

Dari beberapa penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa penetapan harga sembako di toko UD. Lusi Kecamatan

Hiliduho Kabupaten Nias dilakukan berdasarkan permintaan yang dilakukan oleh para pembeli, berdasarkan keuntungan, harga yang ditetapkan masih dapat berubah setiap hari, masih dapat melakukan tawar-menawar sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak, berdasarkan persaingan, biasanya juga menggunakan harga yang beredar dipasaran. Sementara itu daya beli masyarakat di Desa Fadoro Luru Dusun IV Simpang Ndrara Kecamatan Hiliduho akan berubah jika terjadi perubahan harga sembako, terjadi inflasi, pendapatan riil masyarakat kecamatan hiliduho yang tidak menetap, dan terdapat kebijakan perubahan harga dari pemerintah pusat, provinsi dan daerah.

4.4 Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel penetapan harga sembako dan peningkatan daya beli masyarakat mungkin bisa ditambah dengan variabel yang lain.
2. Penelitian ini dilaksanakan di Toko UD Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias dan barangkali hasilnya akan berbeda jika penelitian selanjutnya dilakukan di usaha dagang lainnya.

4.5 Rekomendasi Penelitian

Dari hasil penelitian yang sudah dilaksanakan, peneliti menyampaikan beberapa rekomendasi penelitian sebagai masukan bagi pihak yang berkaitan yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Pemerintah, hendaknya dalam mengambil kebijakan terkait penetapan harga dapat melakukan intervensi atau campur tangan

melalui pemberian subsidi bagi masyarakat khususnya dalam pengadaan kebutuhan pokok.

2. Bagi Toko UD Lusi, kiranya dalam penetapan harga berdasarkan pada prinsip-prinsip ekonomi yang tidak merugikan kedua belah pihak.
3. Untuk penelitian selanjutnya, kiranya dapat melakukan penelitian dengan menambahkan periode waktu yang digunakan sehingga hasil yang diperoleh lebih baik, selanjutnya kiranya dapat menambahkan variabel lainnya yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka selanjutnya peneliti menyampaikan beberapa kesimpulan antara lain sebagai berikut:

- a. Penetapan Harga Sembako di toko UD. Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias dilakukan dengan mempertimbangkan ongkos pengiriman barang dari Gunungsitoli ke Hiliduho, persentase keuntungan yang diinginkan, analisa harga dari pesaing. UD. Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias mengambil keuntungan maksimal 10% dari harga barang aslinya.
- b. Penetapan harga sembako di toko UD. Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias dilakukan berdasarkan permintaan yang dilakukan oleh para pembeli. Harga yang ditetapkan masih dapat berubah setiap hari, masih dapat melakukan tawar-menawar sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak, memperhatikan harga dari pesaing, dan menggunakan harga yang beredar dipasaran.
- c. Kemampuan Daya beli masyarakat Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias di Toko UD Lusi dipengaruhi oleh kenaikan harga barang yang dibutuhkan, daya beli masyarakat akan cenderung menurun ketika harga naik, terjadi inflasi, pendapatan riil masyarakat kecamatan

hiliduho yang tidak menetap, dan terdapat kebijakan perubahan harga dari pemerintah pusat, provinsi dan daerah.

5.2 Saran

Dari penelitian di atas, maka peneliti menyarankan beberapa hal yaitu:

1. Bagi pemilik Toko Sembako UD Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias, hendaknya selalu memperhatikan perilaku dalam melakukan penetapan harga berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi, saling menghargai hak dan kewajibannya masing-masing (penjual dan pembeli) sehingga terhindar dari hal-hal yang dapat merugikan kedua belah pihak.
2. Hendak Pemerintah memberikan bantuan berupa stimulus yakni bantuan UMKM kepada masyarakat khususnya di wilayah Kecamatan Hilidudo Kabupaten Nias dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi sehingga dapat menjaga daya beli masyarakat.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan variabel-variabel lain diluar variabel yang telah diteliti agar memperoleh hasil yang lebih variatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, P. & Widiyanti. (2013). Analisis Keberadaan Credit Union sebagai Lembaga Pembiayaan Di Kelurahan Saribudolok Kecamatan Silimakuta, Kabupaten Simalungun. Skripsi, Skripsi Hanna, M, A., diakses dari repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/7484 /1/09E02665.pdf pada tanggal 9 September 2013.
- Chezy, WM. Vermila, (2016). Analisis Karakteristik Konsumen Yang Berbelanja (Sembako) di Pasar Tradisional dan Pasar Modern Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru.
- Kotler dan Keller (2017), Manajemen pemasaran. PT. Index, Jakarta.
- Kotler, Philip, (2015). Manajemen Pemasaran: Sudut Pandang Asia, PT. Index, Jakarta.
- Kotler, Philip, Manajemen Pemasaran Jilid I. Edisi ke 13 (Jakarta: Erlangga,2019), Hal.184
- M. John, Ivancevich, Perilaku dan Manajemen Organisasi Jilid 1 Edisi Ketujuh, (Jakarta: Erlangga, 2017) Hal. 85
- Mankiw, N.G. (2020). *Principles of Economics*. Cengage Learning.
- Nathania, Palar Dkk, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Cabai Rawit Di Kota Manado” *Jurnal Agri-Sosioekonomi*, Volume 12 Nomor 2, Tahun 2016, h 7-8
- Putong, Iskandar, Pengantar Mikro dan Makro, (Jakarta : Mitra Wacana Media, 2013) Hal. 32
- Rahardja, Pratama, (2018). Pengantar Ilmu ekonomi (mikroekonomi dan makroekonomi. (Jakarta : Fakultas Ekonomi Unifersita Indonesia.) Hal. 24
- Rahardja, Untung, A. Moein, and Ninda Lutfiani. “*Leadership, competency, working motivation and performance of high private education lecturer with institution accreditation B: Area kopertis IV Banten province.*” *Man India* 97.24 (2018): 179-192.
- Rahman, A. (2022). *Ekonomi Indonesia di Era Pandemi: Kajian dan Analisis*. Surabaya: Citra Media.
- Ramadhan, A. (2022). Digitalisasi Rantai Pasok di Era Modern. Surabaya: Insan Cendekia.

- Rambat dan Hamdani, (2018). *Ekonomi Manajerial*. edisi ke 1: Remaja Rodakarya, Bandung.
- Rina, Rohayu Harun. "Judicial Consideration Of Decision No. 273/Pdt. G/2021/Pa. Bkt In The Perspectives Of Benefit And Justice In Murabahah Contract." *Jurnal Jurisprudence* 12.2 (2022): 188-203.
- Samuelson, P.A., & Nordhaus, W.D. (2020). *Economics*. McGraw-Hill.
- Santoso, B. (2022). Faktor Ekonomi yang Mempengaruhi Harga Sembako. Malang: Brawijaya Press.
- Sari, A. (2020). Dampak Harga Pangan Terhadap Kesejahteraan Masyarakat. Semarang: Universitas Diponegoro Press.
- Setiawan, R., & Kurniawan, A. (2021). "Analisis Daya Beli Masyarakat pada Masa Pemulihan Ekonomi Pasca COVID-19." *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 14(2), 233-245.
- Sigit, Suhardi, (2020). *Manajemen Pemasaran*, UTS, Yogyakarta:
- Siti, Maisyaroh, (2017). Perspektif Imam Malik tentang Pengawasan Harga (Studi terhadap Harga Sembako oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Palangka Raya).
- Sukirno, Sadono, (2023). *Dinamika Ekonomi Indonesia Pasca-Pandemi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sunyoto, Danang, Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus), (Yogyakarta : CEPS, 2014), Hal. 131
- Supawi, Pawenang, Modul Perkuliahan Lingkungan Ekonomi Bisnis, (Surakarta: Program Pascasarjana UNIBA, 2016).
- Suyadi, Prawirosentono, (2018). *Manajemen Mutu Terpadu*, PT. Bumi Aksara, cetakan. 1, Jakarta
- Swastha, Basu, (2010). Loyalitas pelanggan: Sebuah kajian konseptual sebagai panduan bagi peneliti." *Jurnal ekonomi dan bisnis Indonesia*.
- Syamsudin, S. "Pengaruh Kepemimpinan dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan PT. Lima Sempurna Cikande–Serang." *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera* 2.2 (2016).
- Tjiptono (2019). *Strategi Pemasaran*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Todaro, M.P., & Smith, S.C. (2021). *Economic Development*. Pearson.

Wijaya, H. (2021). *Perilaku Konsumsi dan Investasi di Era Digital*. Bandung:
Mizan Media Utama.

Lampiran 1

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

Judul : Analisis penetapan harga sembako dalam meningkatkan daya beli masyarakat pada UD. Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias

No	Narasumber	Pertanyaan
1.	Pemilik UD. Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias	<ol style="list-style-type: none">1. Bagaimana cara Bapak menetapkan harga pada UD Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias?2. Apakah dengan kenaikan harga barang dapat mempengaruhi daya beli masyarakat Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias?3. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga?
2.	Karyawan UD. Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias	<ol style="list-style-type: none">4. Apakah kenaikan dan keterjangkauan harga barang dapat mengakibatkan adanya keinginan konsumen untuk melakukan pembelian di UD Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias?5. Apa saja macam sembako yang dijual di UD Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias dan berapa harganya?6. Apakah penjualan beras lebih laris dibandingkan dengan penjualan bahan kebutuhan pokok lainnya?
3.	Langganan UD. Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias	<ol style="list-style-type: none">7. Apakah Bapak/Ibu sering berbelanja di UD. Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias?8. Bagaimana kualitas barang yang dijual di UD. Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias?9. Apakah menurut Bapak/Ibu harga barang yang dijual di UD. Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias bersaing dengan harga barang di tempat lain?10. Bagaimana keyakinan Ibu berbelanja di UD. Lusi Kecamatan Hiliduho Kabupaten Nias?

_____Terimakasih_____

Lampiran 2

**FOTO DOKUMENTASI
PELAKSANAAN PENELITIAN PADA UD. LUSI
KECAMATAN HILIDUHO KABUPATEN NIAS**



ANALISIS PENETAPAN HARGA SEMBAKO DALAM MENINGKATKAN DAYA BELI MASYARAKAT PADA UD. LUSI KECAMATAN HILIDUHO KABUPATEN NIAS

ORIGINALITY REPORT

12%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	repository.iain-manado.ac.id Internet	403 words — 2%
2	repo.iain-tulungagung.ac.id Internet	158 words — 1%
3	core.ac.uk Internet	125 words — 1%
4	ejournal.unkhair.ac.id Internet	114 words — 1%
5	repository.radenintan.ac.id Internet	91 words — < 1%
6	repository.iainbengkulu.ac.id Internet	79 words — < 1%
7	repository.uin-suska.ac.id Internet	79 words — < 1%
8	j-innovative.org Internet	77 words — < 1%
9	repository.unmuhpnk.ac.id Internet	64 words — < 1%

10	123dok.com Internet	59 words — < 1%
11	repository.ut.ac.id Internet	59 words — < 1%
12	repositori.buddhidharma.ac.id Internet	51 words — < 1%
13	prosiding.stainim.ac.id Internet	50 words — < 1%
14	digilib.iain-palangkaraya.ac.id Internet	49 words — < 1%
15	jurnal.pancabudi.ac.id Internet	43 words — < 1%
16	adoc.pub Internet	42 words — < 1%
17	mafiadoc.com Internet	42 words — < 1%
18	repository.ub.ac.id Internet	33 words — < 1%
19	perpustakaan.akuntansipoliban.ac.id Internet	32 words — < 1%
20	text-id.123dok.com Internet	32 words — < 1%
21	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet	31 words — < 1%

22	www.coursehero.com Internet	31 words — < 1%
23	harefa88.blogspot.com Internet	30 words — < 1%
24	openjournal.unpam.ac.id Internet	29 words — < 1%
25	fdocuments.net Internet	27 words — < 1%
26	www.slideshare.net Internet	26 words — < 1%
27	repositori.uma.ac.id Internet	25 words — < 1%
28	repository.uinjambi.ac.id Internet	25 words — < 1%
29	repository.upm.ac.id Internet	23 words — < 1%
30	eprints.umk.ac.id Internet	21 words — < 1%
31	repositori.stiamak.ac.id Internet	20 words — < 1%
32	www.rayyanjurnal.com Internet	20 words — < 1%
33	dokumen.tips Internet	18 words — < 1%

eprint.stieww.ac.id

34	Internet	18 words — < 1%
35	octacyntyadewi.wordpress.com Internet	18 words — < 1%
36	agusprayugo.files.wordpress.com Internet	17 words — < 1%
37	saluranberita.wordpress.com Internet	17 words — < 1%
38	eprints.walisongo.ac.id Internet	16 words — < 1%
39	repository.unbari.ac.id Internet	16 words — < 1%
40	admin.ebimta.com Internet	15 words — < 1%
41	etheses.uin-malang.ac.id Internet	15 words — < 1%
42	eprints.undip.ac.id Internet	14 words — < 1%
43	pdfcoffee.com Internet	14 words — < 1%
44	repo.undiksha.ac.id Internet	14 words — < 1%
45	repository.univ-tridianti.ac.id Internet	14 words — < 1%
46	id.123dok.com	

Internet

13 words — < 1%

47 repository.stei.ac.id

Internet

13 words — < 1%

48 Hannah Varentz, Achmad Fauzi, Prisila Damayanty, Faiza Chairunisa, Nurul Alya Putri, Aleya Safiya, Ainun Nabiilah. "ANALISIS PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI DENGAN METODE FULL COSTING DAN VARIABLE COSTING PADA UMKM", Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis, 2023

Crossref

12 words — < 1%

49 docobook.com

Internet

12 words — < 1%

50 journal.universitaspahlawan.ac.id

Internet

12 words — < 1%

51 kesmas.unja.ac.id

Internet

12 words — < 1%

52 repository.stienobel-indonesia.ac.id

Internet

12 words — < 1%

53 repository.unibos.ac.id

Internet

12 words — < 1%

54 www.dutanusantaramerdeka.com

Internet

12 words — < 1%

55 eprints.uny.ac.id

Internet

11 words — < 1%

56 infotiket.com

Internet

11 words — < 1%

57	jatimnow.com Internet	11 words — < 1%
58	repository.unhas.ac.id Internet	11 words — < 1%
59	Ady Mulyono, Zaki Imaduddin. "Design and build a mobile-based basic grocery ordering application using Android", Jurnal Informatika Terpadu, 2017 Crossref	10 words — < 1%
60	digilib.uin-suka.ac.id Internet	10 words — < 1%
61	eprints.polbeng.ac.id Internet	10 words — < 1%
62	keperawatan-download.blogspot.com Internet	10 words — < 1%
63	mojokbisnis.com Internet	10 words — < 1%
64	pt.scribd.com Internet	10 words — < 1%
65	repositori.ukdc.ac.id Internet	10 words — < 1%
66	repository.unpas.ac.id Internet	10 words — < 1%
67	www.oecd-ilibrary.org Internet	10 words — < 1%
68	biblioteca.ibge.gov.br Internet	9 words — < 1%

69	digilib.uns.ac.id Internet	9 words — < 1%
70	edwincassanova.blogspot.com Internet	9 words — < 1%
71	ejournal.undip.ac.id Internet	9 words — < 1%
72	etheses.uingusdur.ac.id Internet	9 words — < 1%
73	html.pdfcookie.com Internet	9 words — < 1%
74	irpantc.blogspot.com Internet	9 words — < 1%
75	kurniawan008.wordpress.com Internet	9 words — < 1%
76	media.neliti.com Internet	9 words — < 1%
77	repository.unj.ac.id Internet	9 words — < 1%
78	undiksha.ac.id Internet	9 words — < 1%
79	vdocuments.com.br Internet	9 words — < 1%
80	www.scribd.com Internet	9 words — < 1%

81	amritifano.blogspot.com Internet	8 words — < 1%
82	etd.uinsyahada.ac.id Internet	8 words — < 1%
83	johannessimatupang.wordpress.com Internet	8 words — < 1%
84	learning.sohu.com Internet	8 words — < 1%
85	lsmgmbibandung.wordpress.com Internet	8 words — < 1%
86	medan.tribunnews.com Internet	8 words — < 1%
87	pustakanet.wordpress.com Internet	8 words — < 1%
88	repo.bunghatta.ac.id Internet	8 words — < 1%
89	repository.fe.unj.ac.id Internet	8 words — < 1%
90	repository.iainpare.ac.id Internet	8 words — < 1%
91	repository.ubharajaya.ac.id Internet	8 words — < 1%
92	repository.upi.edu Internet	8 words — < 1%

93	Internet	8 words — < 1%
94	Gerald Manners. "The Geography of Energy", Routledge, 2019 Publications	7 words — < 1%
95	scholar.unand.ac.id Internet	7 words — < 1%
96	widuri.raharjo.info Internet	7 words — < 1%
97	www.neliti.com Internet	7 words — < 1%
98	etd.iain-padangsidempuan.ac.id Internet	6 words — < 1%
99	sitipurwitosari.blogspot.com Internet	6 words — < 1%

EXCLUDE QUOTES OFF

EXCLUDE BIBLIOGRAPHY ON

EXCLUDE SOURCES OFF

EXCLUDE MATCHES OFF