

**PENETAPAN HARGA JUAL DAN RISIKO PEMASARAN  
PRODUK PANGAN SEGAR DI PASAR ONLINE  
KOTA PALEMBANG**

**Oleh**

**ROBBY ZUADRI RIZKIKA**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADYAH PALEMBANG**

**PALEMBANG**

**2022**

**PENETAPAN HARGA JUAL DAN RISIKO PEMASARAN  
PRODUK PANGAN SEGAR DI PASAR ONLINE  
KOTA PALEMBANG**

**Oleh  
ROBBY ZUADRI RIZKIKA**

**SKRIPSI**

**Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian**

**Pada  
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

**PALEMBANG**

**2022**

**MOTTO :**

- ❖ *Disiplin Sebagai Jati Diri Serta Menjadi Terang Disetiap Kondisi.*

*Terucap syukurku kepada Allah SWT karena atas ridhonya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik, skripsi ini kupersembahkan kepada :*

- ❖ *Orang tuaku mama Badriyah atas jerih payahnya yang tak pernah lelah memberikan yang terbaik demi masa depan gemilang putramu.*
- ❖ *Keluarga besarku yang selalu memberikan dukungan yang tiada henti selama aku menempuh pendidikan hingga selesai.*
- ❖ *Rekan-rekan terbaikku Khayangan Garden yang selalu ada dalam berbagai kondisi suka duka, canda dan tawa, susah dan senang teruntuk Bang Pras, Wahyu, Jaya, Gondes, Ready dan Bima.*
- ❖ *Teman-teman seperjuangannku keluarga besar Agribisnis B 2017 yang selalu memberikan dukungan dan solidaritas kalian yang tanpa batas.*
- ❖ *Keluarga besar HIMAGRI FP-UMPalembang.*
- ❖ *Kanda dan ayunda senior yang telah memberikan dukungan kepadaku dalam menyelesaikan skripsi ini.*
- ❖ *Almamaterku.*

## RINGKASAN

**ROBBY ZUADRI RIZKIKA** “Penetapan Harga Jual Dan Risiko Pemasaran Produk Pangan Segar Di Pasar Online Kota Palembang”. (Dibimbing oleh **AD MURTADO** dan **SISVABERTI AFRIYATNA**).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor penentu harga jual produk pangan segar kepada konsumen, untuk mengetahui faktor risiko yang dihadapi oleh pihak pasar online dalam memasarkan produk pangan segar dan untuk mengetahui cara pengendalian risiko yang dilakukan oleh pihak pasar online dalam memasarkan produk pangan segar. Penelitian ini dilaksanakan di Kota Palembang Provinsi Sumatera Selatan, pada bulan Juni sampai bulan Agustus 2021. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei, untuk metode penarikan contoh digunakan metode *Purposive Sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi partisipasi (*Partisipant Observation*) dan wawancara mendalam (*In Depth Interview*) langsung kepada responden yang telah ditentukan dengan menggunakan alat bantu kuisioner yang telah dipersiapkan sebelumnya dan dilengkapi dengan data sekunder yang didapat dari instansi terkait. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif-kualitatif. Dari hasil penelitian menunjukkan Faktor yang menentukan harga jual produk pangan segar kepada konsumen dipasar online Kota Palembang lebih terpaku dengan faktor *eksternal* yaitu faktor harga dari pasar tradisional itu sendiri, karena pihak pasar online selalu menyesuaikan harga penjualan mereka dengan harga barang dipasar tradisional sebelum mereka menetapkan harga jual produk pangan segar mereka kepada konsumen. Dengan menghitung jumlah biaya yang lainnya seperti biaya operasional maupun biaya pengemasan akan tetapi harga pasarlah yang menentukan besar kecilnya harga yang ditetapkan kepada konsumen. Kemudian risiko yang dihadapi oleh pihak pasar dalam memasarkan produk pangan segar melalui media sosial itu sendiri rata-rata pihak pasar mengalami risiko pada saat proses pengantaran barang kepada konsumen, karena pada proses pengantaran tersebutlah bisa menjadi faktor berkurangnya kesegaran produk pangan segar yang mereka pasarkan.

## SUMMARY

**ROBBY ZUADRI RIZKIKA** "Determination of Selling Prices and Marketing Risks of Fresh Food Products in the Palembang City Online Market". (Supervised by **AD MURTADO** and **SISVABERTI AFRIYATNA**).

This study aims to determine the determinants of the selling price of fresh food products to consumers, to determine the risk factors faced by the online market in marketing fresh food products and to find out how to control the risks carried out by the online market in marketing fresh food products. This research was conducted in Palembang City, South Sumatra Province, from June to August 2021. The research method used is a survey method, for the sampling method, the purposive sampling method is used. The data collection methods used in this study were participatory observation (Participant Observation) and in-depth interviews (In Depth Interview) directly to respondents who had been determined by using a questionnaire that had been prepared in advance and equipped with secondary data obtained from the relevant agencies. Data processing is done by using descriptive-qualitative method. The results of the study show that the factors that determine the selling price of fresh food products to consumers in the online market of Palembang City are more focused on external factors, namely the price factor of the traditional market itself, because the online market always adjusts their selling price to the price of goods in the traditional market before they set the price. sell their fresh food products to consumers. By calculating the number of other costs such as operational costs and packaging costs, it is the market price that determines the size of the price set to consumers. Then the risk faced by the market in marketing fresh food products through social media itself, on average, the market experiences risk during the process of delivering goods to consumers, because in the delivery process the freshness of the fresh food products they market is at stake until it reaches their hands consumer.

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENETAPAN HARGA JUAL DAN RISIKO PEMASARAN  
PRODUK PANGAN SEGAR DI PASAR ONLINE  
KOTA PALEMBANG**

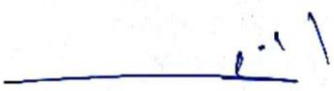
Oleh

**Robby Zuadri Rizkika**

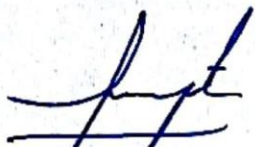
**412017077**

**Telah dipertahankan pada ujian 05 April 2022**

**Pembimbing Utama,**

  
**(Dr. Ir. AD Murtado, MP)**

**Pembimbing Pendamping,**

  
**(Sisvaberti Afriyatna, SP., M.Si)**

**Palembang, 10 Mei 2022**

**Dekan**

**Fakultas Pertanian**

**Universitas Muhammadiyah Palembang**



**(Ir. Rosmiah, M.Si)**

**NIDN/NBM : 0003056411/913811**

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Robby Zuadri Rizkika  
Tempat/Tanggal Lahir : Lampung/31 Juli 1999  
Nim : 412017077  
Program Studi : Agribisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Palembang

Menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah hasil karya saya dan disusun sendiri dengan sungguh-sungguh serta bukan merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi ini dan segala konsekuensinya.
2. Saya bersedia untuk menanggung segala bentuk tuntutan hukum yang mungkin timbul jika terdapat pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.
3. Memberikan hak kepada perpustakaan Universitas Muhammadiyah Palembang untuk menyimpan, alih media, mengelola dan menampilkan/mempublikasikannya di media secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Palembang, 29 Maret 2022



(Robby Zuadri Rizkika)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis pamjatkan atas kehadiran Allah SWT atas berkah dan rahmat-Nya jualah penulis dapat menyelesaikan Proposal Rencana Penelitian ini yang berjudul “Penetapan Harga Jual Dan Risiko Pemasaran Produk Pangan Segar Di Pasar Online Kota Palembang”, yang merupakan salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Palembang.

Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Bapak **Dr. Ir. AD Murtado, MP** dan ibu **Sisvaberti Afriyatna, SP., M.Si** selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan yang menunjang dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa didalam penulisan dan penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan Proposal Rencana Penelitian ini. Semoga ALLAH SWT membalas segala amal baik kita semua. Aamiin

Palembang, April 2022

Penulis



## RIWAYAT HIDUP

**ROBBY ZUADRI RIZKIKA** dilahirkan di Lampung, pada tanggal 31 Juli 1999, merupakan putra tunggal dari Ayahanda Zulkarnain dan Ibunda Badriyah.

Pendidikan formal di mulai dari TK Puspa Sari yang lulus tahun 2005, kemudian melanjutkan ke SD Negeri 1 Burnai Timur yang lulus pada tahun 2011, pada tahun 2011 melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 2 Teluk Gelam dan lulus pada tahun 2014, selanjutnya melanjutkan ke SMK Negeri 1 Lempuing Jaya dan lulus pada tahun 2017. Pendidikan tinggi penulis dilaksanakan di Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Palembang yang terdaftar pada tahun 2017.

Pada Bulan Juli sampai Agustus 2020 penulis mengikuti Program Magang yang dilaksanakan di PT. Tania Selatan Kebun, Burnai Timur, Kabupaten Ogan Komering Ilir.

Pada Bulan Januari 2021 penulis mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) secara mandiri di tengah wabah *covid-19* ditempat tinggal penulis.

Pada Bulan Juni sampai Agustus 2021 penulis melaksanakan penelitian tentang Penetapan Harga Jual Dan Risiko Pemasaran Produk Pangan Segar Di Pasar Online Kota Palembang.

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1 Penelitian Terdahulu Yang Sejenis .....	9
2.2 Landasan Teori.....	17
2.2.1 Konsepsi Harga .....	17
a. Definisi Harga .....	17
b. Teori Harga .....	18
c. Penetapan Harga .....	18
d. Tujuan Penetapan Harga .....	19
e. Kebijaksanaan Harga .....	20
f. Jenis-jenis Strategi Harga .....	21
2.2.2 Konsepsi Risiko .....	24
a. Pengertian Risiko .....	24
b. Macam-Macam Risiko .....	25
c. Pengendalian Risiko .....	27
2.2.3 Konsepsi Pemasaran Online .....	29
a. Pengertian Pemasaran Online .....	29
b. Alat Pemasaran Online .....	31
c. Manfaat Pemasaran Online .....	31
2.2.4 Konsepsi Produk Pangan Segar .....	32
a. Pengertian Pangan Dan Pangan Segar .....	32
b. Klasifikasi Produk pangan Segar .....	33
2.3 Model Pendekatan .....	34
2.4 Batasan Penelitian Dan Operasional Variabel .....	35
<b>BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>36</b>
3.1 Tempat Dan Waktu .....	36
3.2 Metode Penelitian .....	36
3.3 Metode Penarikan Contoh .....	37
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	38

3.5 Metode Pengolahan Dan Analisis Data .....	39
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
4.1 Hasil .....	41
4.1.1 Hasil Penelitian .....	41
4.1.1.1 Identitas Responden .....	41
a. Umur .....	41
b. Tingkat Pendidikan .....	42
c. Pengalaman Usaha .....	43
4.1.1.2 Keadaan Umum Pasar Online Yang Memasarkan Produk Pangan Segar Di Kota Palembang .....	44
4.1.2 Faktor Yang Menentukan Harga Jual Produk Pangan Segar Kepada Konsumen .....	51
4.1.3 Risiko Yang Dihadapi Oleh Pihak Pasar Dalam Memasarkan Produk Pangan Segar Melalui Media Sosial .....	52
4.1.4 Pengendalian Risiko Yang Dilakukan Oleh Pihak Pasar Dalam Mengurangi Risiko Memasarkan Produk Pangan Segar Melalui Media Sosial .....	55
4.2 Pembahasan .....	57
4.2.1 Faktor Yang Menentukan Harga Jual Produk Pangan Segar Kepada Konsumen .....	57
4.2.2 Risiko Yang Dihadapi Oleh Pihak Pasar Dalam Memasarkan Produk Pangan Segar Melalui Media Sosial .....	59
4.2.3 Pengendalian Risiko Yang Dilakukan Oleh Pihak Pasar Dalam Mengurangi Risiko Memasarkan Produk Pangan Segar Melalui Media Sosial .....	62
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>64</b>
5.1 Kesimpulan .....	64
5.1 Saran .....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>66</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>68</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Kajian Terhadap Penelitian Terdahulu Yang Sejenis .....	13
2. Strategi Harga Dan Kualitas Produk .....	22
3. Jumlah Responden Penelitian Berdasarkan Umur Di Pasar Online Yang Memasarkan Produk Pangan Segar Di Kota Palembang .....	41
4. Tingkat Pendidikan Responden Penelitian Di Pasar Online Yang Memasarkan Produk Pangan Segar Di Kota Palembang .....	42
5. Karakteristik berdasarkan pengalaman dalam menjalankan usaha pasar online yang memasarkan produk pangan di kota Palembang .....	43
6. Komoditi Yang Dipasarkan Oleh Pihak Pasar Online Dan Pangsa Pasar .....	48
7. Faktor Yang Mempengaruhi Harga Jual Produk Pangan Segar Kepada Konsumen .....	58
8. Risiko Yang Dihadapi Oleh Pasar Online Yang Memasarkan Produk Pangan Segar Di Kota Palembang .....	60

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Diagramatik Penetapan Harga Jual Dan Risiko Pemasaran Produk Pangan Segar Di Pasar Online Kota Palembang .....	34
2. Alur Pemasaran Produk Pangan Segar Dipasar Online Kota Palembang .....	49
3. Alur Pemasaran Produk Pangan Segar Apabila Terjadi Complain Terhadap Produk Yang Dipasarkan .....	50

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Peta Wilayah Kota Palembang .....	68
2. Identitas Responden .....	69
3. Hasil Wawancara Pemiik Atau Owner Dari Pasar Online Yang Memasarkan Produk Pangan Segar Di Kota Palembang Tentang Faktor Yang Menentukan Harga Jual Produk Pangan Segar Kepada Konsumen .....	70
4. Hasil Wawancara Pemilik Atau Owner Dari Pasar Online Yang Memasarkan Produk Pangan Segar Di Kota Palembang Tentang Risiko Yang Dihadapi Oleh Pihak Pasar Dalam Memasarkan Produk Pangan Segar Melalui Media Sosial .....	71
5. Hasil Wawancara Pemilik Atau Owner Dari Pasar Online Yang Memasarkan Produk Pangan Segar Di Kota Palembang Tentang Pengendalian Risiko Yang Dilakukan Oleh Pihak Pasar Online Dalam Mengurangi Risiko Memasarkan Produk Pangan Segar Melalui Media Sosial .....	72
6. Dokumentasi Penelitian Wawancara Secara Online Melalui Video Call Dengan Masing-Masing Owner Atau Pemilik Usaha Pasar Online Yang Memasarkan Produk Pangan Segar Di Kota Palembang .....	73
7. Dokumentasi Penelitian Produk Produk Pangan Segar .....	74
8. Bukti telah selesai melaksanakan penelitian .....	76

# **BAB I. PENDAHULUAN**

## **1.1 Latar Belakang**

Pembangunan nasional memiliki visi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang tercermin dalam kehidupan masyarakat yang adil dan makmur. Pembangunan hakikatnya adalah upaya mewujudkan tujuan nasional bangsa Indonesia yang maju, mandiri, sejahtera, berkeadilan, berdasarkan iman dan takwa kepada Tuhan Yang Maha Kuasa. Sesuai tujuan yang tercantum dalam alinea keempat Pembukaan UUD 1945 disebutkan bahwa hakikat pembangunan nasional adalah mencerdaskan kehidupan bangsa, menciptakan kesejahteraan umum, melindungi seluruh tumpah darah Indonesia, dan membantu melaksanakan ketertiban dunia dan perdamaian abadi (Tambunan, 2021).

Pembangunan nasional tidak luput dari pembangunan ekonomi yang merupakan salah satu unsur utama yang perlu dirancang dengan strategi matang dalam rangka mewujudkan tujuan pembangunan tersebut. Pembangunan ekonomi dipandang sebagai kenaikan dalam pendapatan perkapita dan lajunya pembangunan ekonomi ditujukan dengan menggunakan tingkat pertumbuhan PDB (Produk Domestik Bruto) untuk tingkat nasional dan PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) untuk tingkat wilayah atau regional. Pembangunan regional (*regional development*) sangat terkait dengan perkembangan kota itu sendiri. Dengan demikian pembangunan regional mempunyai arti dan dampak yang luas sekaligus tidak hanya memperhatikan aspek ekonomi, akan tetapi melibatkan aspek institusional, social dan lingkungan (Sirojuzilam, 2010).

Transformasi Struktural perekonomian Indonesia menuju ke corak yang industrial tidak dengan sendirinya melenyapkan nuansa agraristanya. Berbagai teori pertumbuhan ekonomi klasik dan studi Bank Dunia menunjukkan bahwa sukses perkembangan sektor industri di suatu andem selalu diiringi dengan perbaikan produktifitas dan pertumbuhan berkelanjutan di sektor pertanian. Selain menyediakan kebutuhan pangan bagi penduduk serta menyerap tenaga kerja,

sektor pertanian juga merupakan pemasok bahan baku bagi sektor industri dan menjadi sumber penghasil devisa (Pratama dkk, 2010).

Sektor pertanian sebagai salah satu sektor ekonomi yang sangat potensial dalam memberikan sumbangan terhadap pertumbuhan dan pembangunan ekonomi nasional maupun regional, baik dari segi pendapatan maupun penyerapan tenaga kerja. Kontribusi sektor pertanian dalam pembangunan Indonesia sudah tidak perlu diragukan lagi. Disamping itu, usaha dalam sektor pertanian akan selalu berjalan selama manusia masih memerlukan makanan untuk mempertahankan hidup dan manusia masih memerlukan hasil pertanian sebagai bahan baku dalam industrinya. Di Indonesia, pembangunan pertanian diarahkan untuk meningkatkan produksi pertanian guna memenuhi kebutuhan pangan dan industri dalam negeri, meningkatkan ekspor dan pendapatan petani, memperluas kesempatan kerja, serta mendorong pemerataan.

Pembangunan pertanian diarahkan untuk meningkatkan produksi pertanian guna memenuhi kebutuhan pangan dan kebutuhan industri dalam negeri, meningkatkan ekspor, meningkatkan pendapatan petani, memperluas kesempatan kerja dan mendorong pemerataan kesempatan berusaha (Soekartawi, 2001).

Sektor pertanian sangat penting peranannya dalam menyediakan bahan makanan, maka kemajuan pertanian sangat diperlukan untuk menjamin agar penyediaan bahan makanan bagi penduduk akan tetap terjamin. Kesanggupan sektor pertanian untuk menyediakan bahan makanan yang cukup bukan saja menyebabkan terhindarnya bahaya kelaparan, akan tetapi dapat pula menjangkau perkembangan sektor usaha lainnya. Disamping itu hal yang paling penting adalah bagaimana petani itu dapat menunjukkan produktivitasnya dengan faktor produksi yang ada agar hasil yang diperoleh dapat mencukupi kebutuhan hidup.

Dalam dunia usaha khususnya, persaingan sudah sangat umum terjadi, persaingan bisnis yang ketat menuntut setiap perusahaan untuk saling berkompetensi, sehingga setiap perusahaan perlu memperhatikan efektifitas dan efisiensi dalam pendayagunaan sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan yang ditetapkan perusahaan. Untuk itu perusahaan harus mempunyai strategi yang tepat untuk mencapai tujuan tersebut. Hampir semua perusahaan di Indonesia baik



perusahaan jasa maupun perusahaan 4 manufaktur telah mengalami dampak dari krisis ekonomi. Ada beberapa hal yang menjadi ancaman bagi kelangsungan hidup perusahaan. Salah satunya adalah daya beli masyarakat yang semakin menurun.

Perusahaan industri saat ini semakin berkembang dan prospeknya semakin baik untuk masa yang akan datang, dalam perusahaan industri, berkembangnya perusahaan sangat bergantung pada laba yang diperoleh dari hasil operasionalnya yaitu biaya dalam menciptakan produk dan pengembangan produknya. Sektor industri telah mengalami peningkatan yang dramatis dibandingkan perekonomian sebelumnya, sehingga sektor ini dapat memberikan kontribusi terhadap perekonomian dunia, setidaknya ada beberapa alasan yang dapat menjelaskan fenomena ini, yaitu dipicu oleh beberapa perubahan, diantaranya: perubahan demografis, perubahan sosial, perubahan ekonomi, dan perubahan politik dan budaya (Lupiyoadi, 2006).

Saat ini banyak sekali perusahaan industri baru tercipta di tengah-tengah kita, terkhusus di Indonesia. Ada banyak perusahaan yang bergerak dibidang tersebut untuk memenuhi kebutuhan yang ada di masyarakat. Kontribusi ini dapat dilihat dari segi laba maupun kemampuan dalam menyerap tenaga kerja, perusahaan yang mencari keuntungan harus dapat memperkirakan segala biaya dalam memproduksi barang atau produk tersebut dan pemasaran produk tersebut serta menambahkan margin agar mendapatkan keuntungan yang memuaskan. (Swastha, 1996)

Bagi perusahaan Industri harga sangat mempengaruhi volume dalam penjualan. Pengusaha perlu memikirkan tentang harga jual secara tepat karena harga yang tidak tepat akan berakibat tidak menarik para pembeli untuk membeli atau menggunakan jasa tersebut, penetapan harga jual yang tepat tidak selalu berarti bahwa harga haruslah ditetapkan rendah atau serendah mungkin (Gitosudarmo, 1999). Karena banyak konsumen yang mempertimbangkan harga dalam memakai sebuah produk yang ditawarkan Pada industri yang sudah ada saat ini bervariasi sesuai dengan dinamika yang terjadi pada sektor industri lainnya,

seperti industri pabrik dan perumahan yang mempunyai prospek yang semakin menjanjikan untuk kedepan.

Harga bagi konsumen merupakan bahan pertimbangan yang penting bagi konsumen untuk membeli produk pada suatu perusahaan, karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut. (Purnamasari, 2015).

Era sekarang adalah era konsumerisme, dimana berbagai perusahaan menawarkan berbagai bentuk *andemic ve* pilihan produk yang beragam baik dari segi keamanan, cita rasa, manfaat, kualitas, hingga harga yang bervariasi. Berbagai kemudahan tersebut mendorong manusia untuk memiliki berbagai produk guna memuaskan dan memudahkan dirinya dalam menjalankan berbagai aktivitas kehidupan. Karena produk menawarkan berbagai kelebihan yang dapat membantu memberi kemudahan bagi manusia, maka setiap orang berusaha untuk memperoleh kecukupan bahkan kemakmuran finansial guna memudahkan dalam memperoleh berbagai produk tersebut, termasuk dengan memasuki wilayah yang berisiko dan di luar kemampuannya.

Dalam dunia industri pula bukan hanya harga yang menjadi fokus utama yang diperhatikan, akan tetapi risiko akan selalu ditemui karena adanya ketidakpastian yang tidak dapat diprediksi sebelumnya yang dapat menyebabkan beberapa kerugian yang harus diterima oleh perusahaan. Walaupun risiko itu beragam dan pasti ada dalam dunia industri, namun risiko dapat dideteksi lebih awal sehingga dapat diantisipasi dampak yang mungkin timbul. Pengelolaan risiko agar risiko tersebut tidak menjadi suatu pengganggu dalam kegiatan industri ini biasanya disebut dengan manajemen risiko (*risk management*). Oleh karena itu pengelolaan risiko untuk mengurangi dan meminimalkan kerugian sangat penting untuk usaha kecil mengingat risiko yang dihadapi industri kecil menengah cukup beragam. Kebanyakan industri kecil jarang melakukan pengelolaan risiko dan melakukan manajemen strategi dalam bisnisnya. Di dalam UKM baik sumber daya maupun dana dalam kondisi terbatas. Keputusan yang dilakukan oleh pemilik biasanya tentang bagaimana dan apa yang harus dilakukan bergantung pada status keuangan. Pengelolaan risiko pada industri kecil dapat berbasis pada

manajemen risiko proyek atau tradisional manajemen risiko yang sederhana yang diharapkan dapat membantu industri kecil dalam mengurangi kerugian yang mungkin akan diterima (Duong, 2009).

Manajemen risiko dapat didefinisikan sebagai usaha proaktif dalam mengenali dan mengelola kejadian internal dan ancaman dari luar yang dapat memberikan efek bagi kesuksesan organisasi (Clifford, 2006). Dengan adanya manajemen risiko maka kejadian yang menimbulkan terjadinya risiko dapat diidentifikasi. Setelah identifikasi maka akan dapat diketahui konsekuensi dari masing-masing kejadian sehingga dapat diminimasi dampak dari risiko yang mungkin muncul. Aktivitas manajemen risiko ini dilakukan sebelum risiko terjadi sehingga merupakan tindakan antisipasi yang dapat dilakukan dengan membuat rencana (*contingency plan*) yang dapat digunakan apabila risiko tersebut muncul sehingga dapat mengurangi dampak yang bersifat endemic bagi keberlangsungan organisasi. Dalam setiap aktivitas usaha khususnya di sektor pertanian atau Agribisnis maka usaha tersebut selalu dihadapkan dengan situasi ketidakpastian (*uncertainty*) dan risiko (*risk*). Faktor ketidakpastian dan risiko merupakan faktor eksternalitas yaitu faktor yang sulit dikendalikan oleh produsen. Sumber ketidakpastian yang penting adalah fluktuasi produksi (*output*) dan fluktuasi harga. Adanya faktor ketidakpastian dan risiko ini menyebabkan produsen cenderung enggan memperluas usahanya; misalnya menambah investasi karena khawatir muncul adanya kemungkinan merugi (*the chance of loss*).

Mengembangkan sektor pertanian yang berpotensi dan yang mempunyai keunggulan kompetitif adalah tidak mudah karena dalam banyak kenyataan pengembangan sektor pertanian dihadapkan dengan masalah risiko (*risk*) dan ketidakpastian (*uncertainty*). Dikatakan risiko (*risk*) bila kita tidak mengetahui berapa besarnya peluang terjadinya risiko tersebut. Sebaliknya dikatakan “ketidakpastian” (*uncertainty*) bila peluang terjadinya risiko tersebut tidak diketahui; sehingga produsen bertindak gambling (judi). Oleh sebab itu, pengelolaan risiko menjadi bagian penting dalam perencanaan bisnis. Setiap keputusan dan tindakan yang diambil oleh manajemen tentunya harus direncanakan dan dikelola secara baik, terutama pada segala aktivitas yang

melibatkan penggunaan sumber daya perusahaan yang bernilai ekonomis. Tanpa adanya perencanaan matang dimana telah memperhitungkan berbagai risiko yang akan dihadapi, maka potensi kegagalan dan kerugian akan semakin besar kemungkinannya terjadi. Dengan demikian, secara umum proses pengelolaan risiko seharusnya juga dirancang untuk menghindari atau mengurangi terjadinya peristiwa atau keadaan yang berdampak andemic atau merugikan bagi perusahaan.

Disamping permasalahan yang ada pada perusahaan industri baik dalam segi harga, produksi, manajemen dan lain sebagainya, dalam hal pengembangan perusahaan industri sendiri yang ada pada saat ini semakin banyak inovator-inovator muda yang mengembangkan sektor industri khususnya industri di sektor pertanian. Di era digital ini Melalui perkembangan teknologi yang ada dan maraknya *start-up* yang umumnya menggarap sektor social, perdagangan, permainan dan hiburan ternyata tak sedikit yang mau membantu tata kelola pertanian, perikanan dan perindustrian disektor pertanian lainnya.

Saat ini ada banyak sekali dicetuskannya ide-ide terbaru untuk mendistribusikan atau memperdagangkan produk-produk pertanian. Di tangan para pemuda-pemuda kreatif disetiap provinsi, kini hampir semua mempunyai pasar online yang bergerak dibidang agribisnis dalam memenuhi kebutuhan baik berupa sembako, sayur-sayuran, daging maupun lainnya yang mana tujuannya adalah untuk mensejahterakan para petani di Indonesia.

Dikota Palembang Khususnya terdapat beberapa pasar online yang bergerak dibidang industri pada sektor pertanian, pasar ini dikelola secara pribadi maupun keluarga. Pasar-pasar online ini memasarkan produk-produk kebutuhan sehari-hari seperti sembako, kebutuhan lain dan juga produk-produk pertanian segar, seperti daging, ikan, buah, sayur-sayuran dan yang lainnya melalui layanan media sosial seperti *Instagram*, *Facebook* dan *WhatsAap*.

Sejak hadirnya pasar-pasar online di Kota Palembang ini banyak membantu masyarakat kota Palembang dalam berbelanja kebutuhan ditengah wabah virus *Covid-19* yang membatasi seluruh aktivitas yang ada bukan hanya di Indonesia melainkan seluruh penjuru dunia yang mengakibatkan menurunnya

pendapatan, sehingga banyak pula sektor industri yang harus gulung tikar serta para pedagang mikro maupun makro kesulitan untuk memperoleh pendapatan seperti biasanya dan melalui inovasi terbaru tersebut dengan memanfaatkan teknologi yang ada ditengah wabah yang sedang terjadi dapat membantu para pedagang kebutuhan pokok untuk mneembalikan kejayaan mereka dalam berusaha.

Peran penting adanya pasar online ini yang menggeluti sektor pertanian bukan hanya membantu para konsumen belanja ditengah-tengah andemic *Covid-19* tetapi pasar ini ingin membantu petani serta pedagang dipasar tradisional untuk meningkatkan pendapatannya dan dapat membantu memudahkan masyarakat yang tinggal diperkotaan khususnya dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari tanpa harus keluar rumah untuk pergi ke pasar tradisional. Meskipun cakupannya belum secara keseluruhan mencakup wilayah kota Palembang secara keseluruhan akan tetapi pasar ini memberikan banyak benefit dan diapresiasi dengan baik oleh konsumen terkhusus ibu rumah tangga, Karena cukup dengan bermodalkan *smartphone* konsumen bisa berbelanja tanpa harus keluar rumah dan pergi kepasar. Bahkan sampai saat ini masih banyak masyarakat yang ada di kota Palembang menggunakan layanan pasar online tersebut untuk belanja kebutuhan sehari-hari dan bahkan sedikit-sedikit terus mengalami peningkatan berdasarkan persentase data pasar yang ada.

Meskipun pasar ini dikatakan berhasil dalam progresnya membantu para konsumen dan para pedagang untuk sama-sama memenuhi kebutuhan ditengah andemic *covid-19* tentu tidak lepas dengan sistem strategi, baik dalam penetapan harga jual yang pasar online tersebut terapkan sebelum diberikan kepada konsumen, dan juga masalah dalam pemasaran produk-produk pertanian segar seperti daging, ikan, buah, sayur dan lainnya haruslah tepat supaya produk-produk tersebut tetap segar saat dipasarkan kepada pihak konsumen. Maka dari hal itu penulis tertarik untuk membahas Persoalan yang ada diatas untuk mengetahui bagaimana manajemen yang dilakukan oleh pihak Pasar sehingga tetap bisa bertahan dengan baik sampai saat ini.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang : **”PENETAPAN HARGA JUAL DAN RISIKO PEMASARAN PRODUK PANGAN SEGAR DI PASAR ONLINE KOTA PALEMBANG”**.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas maka permasalahan yang dapat ditarik untuk dijadikan penelitian adalah :

1. Faktor apakah yang menentukan harga jual produk pangan segar kepada konsumen ?
2. Apa risiko yang dihadapi oleh pihak pasar online dalam memasarkan produk pangan segar melalui media sosial ?
3. Bagaimana pengendalian risiko yang dilakukan oleh pihak pasar online dalam mengurangi risiko memasarkan produk pangan segar melalui media sosial ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui faktor penentu harga jual produk pangan segar kepada konsumen
2. Untuk mengetahui faktor risiko yang dihadapi oleh pihak pasar online dalam memasarkan produk pangan segar
3. Untuk mengetahui cara pengendalian risiko yang dilakukan oleh pihak pasar online dalam memasarkan produk pangan segar.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Sebagai bahan masukan terhadap pihak-pihak yang berkepentingan dan diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi setiap mahasiswa maupun pelaku usaha lainnya dalam proses awal menjalankan suatu usaha berbasis online.
2. Sebagai bahan ilmu pengetahuan dan dapat berguna bagi peneliti selanjutnya serta orang banyak.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Ahmad, Jamaluddin. 2015. *Metode Penelitian Administrasi Publik*. Gava Media. Yogyakarta.
- Basu Swastha, 1996. *Azas-Azas Marketing*. Edisi 3. Liberty. Yogyakarta.
- Clifford F, Gray and Erik W Larson. (2006). *Project Management: The Managerial Process*. McGraw Hill.
- Duong, Lap. (2009). *Effective Risk Management Strategies For Small-Medium Enterprises And Micro Companies A Case Study For Viope Solutions Ltd*. Degree Thesis. Arcada.
- Elfira, Susita. 2015. *Pengendalian Risiko Usaha Olah Pedagang Ikan Basah Di Tempat Pelelangan Ikan (Tpi) Kecamatan Sungai Beremas Kabupaten Pasaman Barat*. Ekonomi Islam. Fakultas Syariah dan Hukum. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Pekanbaru-Riau.
- Fatullah. M. Fikri. 2008. *Analisis Peluang Pemasaran Online Produk Informasi Digital Tanaman Anggrek*. Agribisnis. Departemen Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Gunawan, Imam. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif, Teori dan Praktik* Jakarta. PT Bumi Aksara.
- Husain, Tantri. 2017. *Pengaruh Pengendalian Biaya Produksi Terhadap Penetapan Harga Jual Pada Usaha Flamboyan Kota Gorontalo*. Akuntansi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Negeri Gorontalo.
- Indriyo, Gitosudarmo. 2000. *Manajemen Pemasaran*, BPFE. Yogyakarta.
- I.G.A Yulia Purnamasari., 2015., *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 Fashion Online di Singaraja*, Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJP), Vol.5, No. 1.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran : Sudut Pandang Asia*, Jakarta. PT Indeks.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Muhtarifin, Nashihatul. 2020. *Problematika Penetapan Harga Jual Ayam Potong Di Tingkat Penjual Pada Pasar Tangor Kulim Pekanbaru*. Ekonomi

- Syariah. Fakultas Syariah Dan Hukum. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Pekanbaru-Riau.
- Minichiello, V., 2009. *In-depth Interviewing: Principles, Techniques, Analysis*. Melbourne: Longman.
- Noor. Juliansyah. 2011. *Metodologi Penelitian*. Prenada Media Group. Jakarta.
- Nirmala, Endar. 2016. *Guru Pembelajar Modul Paket Keahlian pemasaran Sekolah Menengah Kejuruan*.
- Peraturan Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2007 tentang Standar Pemeriksaan Keuangan Negara.
- Permana, Nanda Endar. 2013. *Analisis Faktor-Faktor Produksi dan Risiko Usaha Jamur Tiram Putih Di Desa Wadungasih Kecamatan Buduran*. Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Surabaya.
- Pratama, Reviananda. dkk. 2010. *Sektor Pertanian Perekonomian Indonesia, Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ricky W. Griffin. 2005. *Bisnis*, edisi 8, jilid 1, Erlangga. Jakarta.
- Rudianto. 2013. *Akuntansi Manajemen: Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Manajemen*, Grasindo. Jakarta.
- Surakhmad, winarnio, 1982. *Pengantar Penelitian Ilmiah*, Tarsito. Bandung.
- Tambunan, Muhammad Affandi. 2021. *Analisis Kontribusi Sektor Pertanian Dan Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kontribusi Sektor Pertanian Dalam Pembangunan Ekonomi Di Provinsi Sumatera Utara*, Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Umar, Husein. 2002. *Metodologi Penelitian, Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Yolanda, Nova. 2020. *Analisis Pengendalian Risiko Usaha Pedagang Buah Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Pasar Buah Peunayong Banda Aceh)*. Ekonomi Syariah. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.