

ANALISIS KEBIJAKAN HARGA JUAL PRODUK MIE BASAH TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA *HOME INDUSTRI* MIE SOLO DI KABUPATEN TOLITOLI

Yahya*¹

¹STIE Mujahidin Tolitoli, Jl. Samratulangi No.51, Program Studi Manajemen
e-mail: *yahya@stiemujahidin.ac.id,

Abstrak

Penelitian bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kebijakan harga jual produk mie basah berpengaruh terhadap minat beli ulang pada Mie Solo di Tolitoli. Penelitian ini dilakukan di Home Industry Mie Solo di Kabupaten Tolitoli, Adapun waktu penelitian dilaksanakan selama 3 bulan jenis data yang digunakan adalah data kualitatif dan kuantitatif, teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, kuesioner. Teknik analisis yang digunakan yakni Determinasi dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Harga diperoleh nilai thitung sebesar 3,703 > ttabel 1,685 yang berarti harga memiliki pengaruh positif terhadap Minat Beli Ulang, dan nilai signifikansi 0,001 < 0,05 yang berarti harga juga berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat beli ulang pada home industry Mie Solo.

Kata kunci— Harga , Minat Beli Ulang

Abstract

This study aims to determine how much the selling price policy of wet noodle products has an effect on repurchase interest in Mie Solo in Tolitoli. This research was conducted at the Solo Noodle Home Industry in Tolitoli Regency, while the research was carried out for 3 months the types of data used were qualitative and quantitative data, data collection techniques by means of observation, interviews, and questionnaires. The analytical technique used is determination and t test. The results showed that the price variable obtained a tcount value of 3.703 > ttable 1.685 which means that the price has a positive influence on repurchase intention, and a significance value of 0.001 < 0.05 which means that price also has a significant effect on repurchase interest so it can be concluded that price has a positive effect. and significant to repurchase interest in the Solo Mie home industry.

Keywords— Price, Interest to Buy again

PENDAHULUAN

Pada saat ini banyak masyarakat mengkonsumsi mie sebagai bahan pangan alternatif pengganti beras, mengingat harga beras yang terus meningkat, mie dapat juga digunakan sebagai bahan pangan alternatif karena kandungan gizi mie tidak kalah baiknya dengan beras, dimana bahan baku utamanya adalah tepung terigu. Mie juga dikenal hampir diseluruh dunia walaupun nama, bentuk bahan penyusunan dan cara pembuatannya berbeda. Dalam bahasa inggris disebut *noodle*, dalam bahasa jepang disebut *ramen*, *udon* dan *kisimen*, sedang dalam bahasa italia dikenal *spaghet*.

Mie dapat di golongkan dalam beberapa kelompok yaitu mie basah, mie kering, mie rebus, mie kukus dan mie instan. Mie basah disebut juga mie kuning adalah mie yang mengalami

perebusan dengan kadar air mencapai 52% sehingga daya tahan atau keawetannya cukup singkat. Pada suhu kamar hanya bertahan sampai 10-12 jam. Setelah itu mie akan berbau asam dan berlendir (widyaningsih dan murtini 2006).

Penetapan harga merupakan salah satu keputusan penting dalam pemasaran global. Harga adalah satu-satunya elemen bauran pemasaran yang memberikan pemasukan bagi pemasaran, sedangkan elemen-elemen lainnya (produk, distribusi, dan promosi) justru membutuhkan dana besar. Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan ukuran atau nilai dari barang dan jasa yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler dan Armstrong, 2010:314). Menurut Daryanto (2011:6) didefinisikan sebagai berikut : “Manajemen Pemasaran adalah analisis perencanaan, penerapan dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi.” Menurut Andi (2015:128) Harga menjadi faktor utama yang dapat mempengaruhi pilihan seorang pembeli, harga cukup berperan dalam menentukan pembelian konsumen, untuk itu sebelum menetapkan suatu harga, sebaiknya perusahaan melihat beberapa referensi harga suatu produk yang dinilai cukup tinggi dalam penjualan.

Perusahaan memiliki aktivitas untuk menghasilkan produk atau jasa unggul sesuai usaha yang dijalankan untuk dapat bersaing dalam dunia bisnis. Perusahaan melakukan penetapan harga dalam menentukan jumlah nilai yang ditukarkan konsumen pada produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan untuk meningkatkan minat beli ulang. Menurut Kotler dan Keller (2016:21) minat beli konsumen adalah perilaku konsumen dimana konsumen memiliki keinginan dalam memilih dan mengkonsumsi suatu produk. Menurut Simamora (dalam Murtadana, 2014:24) adalah sesuatu yang pribadi dan berhubungan dengan sikap, individu yang berminat terhadap suatu obyek akan mempunyai kekuatan atau dorongan untuk melakukan serangkaian tingkah laku untuk mendekati atau mendapatkan obyek tersebut.

Mie solo adalah salah satu usaha yang terletak di Jl. WR. Supratman kel.baru kecamatan baolan kabupaten Tolitoli, yang memproduksi dan menjual mie giling yang siap untuk diolah kembali menjadi makanan jadi, seperti mie ayam, dengan harga Rp 12.000 per kg. Mie solo telah memiliki pelanggan yang banyak dan pendapatannya semakin meningkat tiap tahunnya.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Data yang diperoleh diolah dan dianalisis dengan dua cara yaitu secara deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif.

Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada *Home industri* Mie Solo yang beralamatkan di jalan WR.Supratman Nomor 42 Kampung Jawa Kelurahan Baru Kecamatan Baolan Kabupaten Tolitoli. waktu yang dibutuhkan dalam penelitian ini, selama 3 bulan yaitu mulai bulan Mei sampai dengan Juli 2021.

Metode Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Observasi yaitu pengumpulan informasi sebagai interaksi dua yang paling signifikan adalah siklus presepsi dan ingatan dari hasil pengamatan.
2. Wawancara (interview), yaitu mengumpulkan informasi dari tanya jawab langsung kepada individu sesuai dengan kebutuhan yang akan diperoleh data yang signifikan.
3. Dokumentasi ialah pengumpulan data dari catatan manajerial sesuai masalah yang diteliti laporan operasional, laporan keuangan dan sebagainya.

Jenis Dan Sumber Data

Jenis Data

Adapun jenis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Data Kualitatif, yaitu jenis data yang berbentuk informasi baik lisan maupun tulisan.
- b. Data Kuantitatif, yaitu jenis data yang berbentuk angka-angka secara tertulis.

Sumber Data

dapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ialah :

1. Data Primer, adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumbernya. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini ialah observasi serta wawancara.
2. Data sekunder, adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, sebagai data atau tulisan yang diidentifikasi dengan pemeriksaan subjektif dan kuantitatif yang penting berupa dokumentasi.

Metode Analisis Data

Metode analisis data menggunakan alat bantu aplikasi SPSS 26 dan yang akan diuji pada penelitian ini, yaitu :

1. Analisa data skala liker
2. Analisa Inferensial
3. Koefisien Korelasi Produk Moment
4. Analisis determinasi
5. Uji t

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Singkat Berdirinya Usaha Mie Solo

Usaha Mie Solo didirikan sejak tahun 1997 yang beralamat di Jl.WR SUPRATMAN Nomor 42 Kampung Jawa Kelurahan Baru Kecamatan Baolan Kabupaten Tolitoli, Mie Solo merupakan perusahaan *Home industry* yang bergerak dalam bidang mengelola bahan baku menjadi bahan jadi yang kemudian dijual untuk mendapatkan keuntungan, dengan pemiliknya bernama Sugeng Susilo.

Karakteristik Responden

Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Laki-laki	13	32.5%
2	Perempuan	27	67.5%
	Jumlah	40	100%

Sumber: data primer yang diolah 2021

Tabel 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil tabel 1 dapat di simpulkan bahwa paling banyak melakukan pembelian adalah berjenis kelamin perempuan.

Berdasarkan Usia

No	Usia (Tahun)	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	17-20	2	5%
2	21-25	23	57.5%
3	31-35	15	37.5%
	Jumlah	40	100%

Sumber: data primer yang diolah 2021

Tabel 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil tabel 2 dapat disimpulkan bahwa paling banyak melakukan pembelian adalah berumur 21-25 tahun.

Hasil Analisis Data**Hasil uji validitas dan Reliabilitas****Hasil uji validitas harga**

Hasil uji validitas variabel Harga menunjukkan bahwa variabel Harga mempunyai kriteria valid untuk 8 pernyataan dengan melihat nilai *corrected item-total correlation* yang lebih besar dari 0,312 (r_{tabel}).

Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli Ulang

Hasil uji validitas variabel Minat Beli Ulang menunjukkan bahwa variabel Minat Beli Ulang mempunyai kriteria valid untuk 8 pernyataan dengan melihat nilai *corrected item- total correlation* yang lebih besar dari 0,312 (r_{tabel}).

Hasil uji reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	n-of items	Keterangan
1.	Harga	0,792	9	Reliabel
2.	Minat Beli Ulang	0,784	9	Reliabel

Sumber : data primer yang di olah SPSS 26 (2021)

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas

Berdasarkan tabel 3 diatas menunjukkan nilai *cronbach alpha* variabel Harga sebesar 0,792, dan variabel Minat Beli Ulang sebesar 0,784. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner ini reliable karena nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,6.

Hasil uji Korelasi Produk Momen

Dari perhitungan maka koefisien korelasi yang ditemukan sebesar 0,016 termasuk pada kategori tidak ada korelasi. Jadi tidak ada hubungan antara Harga terhadap Minat beli ulang.

Hasil uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.515 ^a	.265	.246	5.536

a. Predictors: (Constant), total_y

Sumber : data primer yang diolah SPSS 26 (2021)

Tabel 4 Hasil uji koefisien Determinasi

Hasilnya sebagai berikut :

$$\begin{aligned} r^2 &= (0,515)^2 \times 100\% \\ &= 265\% \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh variabel X terhadap Y sebesar 265%.

Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error				
1	(Constant)	14.464	3.611			
	total_x	.455	.123	.515	3.703	.001

a. Dependent Variable: total_y

Sumber : data primer yang diolah SPSS 26(2021)

Tabel 5 Hasil Uji T (Parsial)

Berdasarkan tabel 5 variabel Harga diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $3,703 > t_{tabel} 1,685$ yang berarti harga memiliki pengaruh positif terhadap Minat Beli Ulang, dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ yang berarti harga juga berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat beli ulang pada *home industry* Mie Solo.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Harga mempunyai pengaruh terhadap minat beli ulang pada Mie Solo Tolitoli. Dibuktikan dari hasil analisis data pada uji koefisien determinasi yaitu sebesar 265%, Dan berdasarkan Uji t (parsial) variabel Harga diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $3,703 > t_{tabel} 1,685$ yang berarti harga memiliki pengaruh positif terhadap Minat Beli Ulang, dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ yang berarti harga juga berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat beli ulang pada *home industry* Mie Solo.

SARAN

Dari hasil analisis dan pembahasan setra kesimpulan penelitian maka peneliti memberikan saran kepada perusahaan sebagai berikut :

1. Mie Solo tetap menjaga kualitas produk dan mempertahankan harga produknya.
2. Sesering Mungkin Melakukan Promosi Dan Memberikan Potongan Harga Untuk Pelanggan
3. Seiring perkembangan teknologi yang semakin modern, cobalh untuk memasarkan secara online.

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur atas Kehadirat ALLAH Yang Maha Esa, karena atas Rahmat dan Karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan sebaik-baiknya. Penelitian ini dengan judul “**Analisis Kebijakan Harga Jual Produk Mie Basah Terhadap Minat Beli Ulang Pada Home Industri Mie Solo Di Kabupaten Tolitoli**” merupakan salah satu tugas utama dosen tetap dalam menjalankan tri dharma perguruan tinggi pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Mujahidin Tolitoli. Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan penelitian ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Drs. H.M. Natsir Hi. Mallu, MM Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Mujahidin Tolitoli;
2. Bapak Moh. Sujai, SE.,M.M.,M.Si selaku Wakil Ketua Bidang Akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Mujahidin Tolitoli;
3. Kepada kedua orangtua yang sangat penulis hormati dan banggakan serta menjadi panutan penulis;
4. Kepada Anak dan Istri yang menjadi penyemangat penulis dalam menjalankan segala aktifitas penulis sebagai dosen.

Akhir kata, Penulis sampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan serta dalam penelitian ini dari awal sampai akhir. Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua khususnya bagi penulis serta pembaca pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Widyaningsih, Murtini, 2006, *Alternatif Pengganti Formalin Pada Produk Pangan*, Trubus Agrisarana, Surabaya.
- [2] Kotler, Philip, 2010, *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Bahasa Indonesia*, Jilid 1 Dan 2, Erlangga, Jakarta.
- [3] Daryanto, 2011, *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*, Satu Nusa, Bandung.
- [4] Andi, Prastowo, 2015, *Panduan Kreatif Membuat Bahan Ajar Inovatif*, Diva Press, Yogyakarta.
- [5] Kotler, Philip, & Keller, Kevin, 2016, *Marketing Managemen, 15th Edition*, Pearson Education Inc., New Your.
- [6] Murtadana, Ricky, 2014, *Pengaruh Komparatif Sikap Terhadap Iklan Soft Dan Hard Copy Pada Minat Beli Konsumen*, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.