

STRATEGI PENETAPAN HARGA DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA RESTORAN HAI HAI RICEBOWL BANJARMASIN

Muhammad Khoirunajib¹, Syahrani², Ervica Zamilah³

¹Manajemen,61201,Fakultas Ekonomi,Universitas Islam Kalimantan MAB,NPM.18310062

²Manajemen, 61201,Fakultas Ekonomi,Universitas Islam Kalimantan MAB, NIDN.1125097401

³Manajemen, 61201,Fakultas Ekonomi,Universitas Islam Kalimantan MAB, NIDN. 1130077601

Email:najib2223.mk@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji tentang :(1) strategi penetapan harga dalam meningkatkan volume penjualan yang diterapkan di Restoran Hai Hai Ricebowl Banjarmasin, (2) strategi penetapan harga dalam meningkatkan volume penjualan yang seharusnya diterapkan di Restoran Hai Hai Ricebowl Banjarmasin.

Penelitian ini memakai metode kualitatif dimana teknik yang digunakan peneliti dalam pengumpulan data di lapangan yaitu pengamatan (obeservasi), interview, dan analisis dokumen atau analisis isi/wawancara.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan jika Restoran Hai Hai Ricebowl menetapkan harga melalui beberapa tahap diantaranya mengecek persediaan bahan makanan, melakukan pembelian bahan baku, melakukan perhitungan total biaya produksi, lalu yang terakhir melakukan penetapan harga.

Kata Kunci : Penetapan Harga, Volume Penjualan

ABSTRACT

This study aims to examine : (1) pricing strategies to increase sales volume applied at Hai Hai Ricebowl Restaurant Banjarmasin, (2) pricing strategies to increase sales volume that should be implemented at Hai Hai Ricebowl Restaurant Banjarmasin.

This study uses qualitativ method where the techniques used by researcher in collecting data in the field are observation, interviews, and document analysis or content analysis/interviews.

The results of this study indicate that Hai Hai Ricebowl Restaurant sert prices through several stages including checking food supplies, purchasing raw materials, calculating production costs, then finally setting prices.

Keywords : Pricing, Sales Volume

3. Total biaya produksi

Dalam tahap ini restoran melakukan perhitungan berapa total biaya yang dikeluarkan dalam melakukan kegiatan proses produksi yang baru saja dilakukan. adapun biaya yang harus dihitung dalam tahap ini antara lain seperti biaya produksi, biaya transportasi, dan biaya lain-lain.

4. Penetapan harga

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Restoran Hai Hai Ricebowl dapat diketahui jika Restoran Hai Hai Ricebowl menetapkan harga secara fleksibel, Restoran berusaha untuk menetapkan harga yang relatif terjangkau bagi pelanggan. Untuk kompetitor Restoran tidak memperlakukan jika harganya dibawah harga kita, yang terpenting Restoran tetap menjaga kualitas produk yang dijual tidak berubah dan tetap dapat memuaskan konsumen.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip dan Keller Kevin Lane. (2013). *Manajemen pemasaran* (13 ed). Jakarta : Erlangga.

Manullang, M & Hutabarat, Esterlina. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Medan.

Nur Laely, (2016). "Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pada PT. Telkomsel di Kota Kediri". *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 3, 61-74.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Swastha, B. (2020). *Manajemen Penjualan*. Edisi 3. Yogyakarta : BPFE

Rudianto. (2013). *Akuntansi Manajemen Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Manajemen*. Jakarta : Grasindo.

Swastha, B (2011), *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Universitas Terbuka

DAFTAR PUSTAKA

A. Muri Yusuf. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

Assauri, Sofjan. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.

Bagong Suyanto dan Sutinah. (2010). *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta : Kencana

Danang Sunyoto. (2013). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta : Caps

Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Pasuruan : CV. Penerbit Qiara Media.

GG Graha, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi UNPAS, 2016), 41-42