

**PENETAPAN HARGA JUAL DAN RISIKO PEMASARAN PRODUK PANGAN SEGAR
DI PASAR ONLINE KOTA PALEMBANG****Determination of Selling Prices and Marketing Risks of Fresh Food Products in the
Palembang City Online Market****Robby Zuadri Rizkika¹⁾, Sisvaberti Afriyatna^{1*)}**¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Palembang
Jl. Jend A. Yani 13 Ulu Palembang

*e-mail korespondensi: sisvafpump@gmail.com

ABSTRACT

This research is to find out the determinants of the selling price of fresh food products to consumers, to find out 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 from September 2021 to January 2022. The research method used was the survey method, for the sampling method the purposive sampling method was used. The data collection method used was participatory observation and in-depth interviews directly with the respondents who had been determined using a questionnaire that had been prepared in advance and supplemented with secondary data obtained from the relevant agencies. Processing data 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 in Palembang City are more fixated on external factors, namely the price factor from the traditional market itself, because online markets always adjust their selling prices to the prices of goods in traditional markets before setting prices. sell their fresh food products to consumers. By calculating the amount 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 risks faced by the market in marketing fresh food products through social media itself, on average, the market experiences risks during the process of delivering goods to consumers, because it is in the delivery process that the freshness of the fresh food products they market is at stake right into their hands. consumer.

Keywords: *Selling Price, Risk, Online Market***ABSTRAK**

Penelitian ini 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 pada bulan September 2021 sampai bulan Januari 2022. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei, untuk metode penarikan contoh digunakan metode *Purposive Sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi partisipasi dan wawancara mendalam 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 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 kesegaran dari produk pangan segar yang mereka pasarkan itu dipertaruhkan sampai ke tangan konsumen.

Kata Kunci: Harga Jual, Risiko, Pasar Online

PENDAHULUAN

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).

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.

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 menungjung 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. 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 rumahan 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).

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 andemic 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 pandemic 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 mnegeembalikan 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.

Tujuan Penelitian 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.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuisisioner) dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan. Metode penarikan contoh yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. teknik ini

adalah teknik untuk mengambil sampel dengan tidak berdasarkan *random*, daerah atau sastra, melainkan berdasarkan atas adanya pertimbangan yang berfokus pada tujuan tertentu. Metode penetapan sampel dengan memilih beberapa sampel tertentu yang dinilai sesuai dengan tujuan atau masalah penelitian dalam sebuah populasi.

Observasi Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode observasi, wawancara dan dokumentasi mendalam secara langsung dengan responden sebagai informan. Pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah peneliti sehingga dengan menggunakan metode wawancara peneliti dapat memperoleh data yang jelas tentang permasalahan yang diangkat. Selain itu, jenis data yang dikumpulkan yaitu data primer dan data skunder.

Untuk menjawab dari ketiga tujuan yang ada peneliti menggunakan metode analisis deskriptif-kualitatif dengan pendekatan wawancara langsung secara mendalam dan observasi kepada responden pihak pasar online sampai tahap tertentu. Sehingga diperoleh data sesuai dengan kenyataan di lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor Yang Menentukan Harga Jual Produk Pangan Segar Kepada Konsumen

Harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan. Tujuan penentuan harga jual adalah untuk kelangsungan hidup usaha, peningkatan arus keuntungan, kepemimpinan kualitas produk, meningkatkan penjualan, mempertahankan dan meningkatkan bagian pasar, menstabilkan harga. Faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual adalah faktor bukan biaya, faktor biaya. Pendekatan dalam penentuan harga jual dapat dilakukan berdasarkan teori ekonomi, berdasarkan biaya atau konsep Akuntansi.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Jual Banyak faktor yang mempengaruhi pembuatan keputusan penentuan harga jual baik dari lingkungan internal maupun dari lingkungan eksternal yang ada disekitar usaha. Faktor-faktor tersebut antara lain adalah sebagai berikut: Faktor Bukan Biaya Faktor bukan biaya ini meskipun sulit diukur dan diramalkan namun harus juga dipertimbangkan dalam penentuan harga jual.

Faktor di atas berinteraksi dan mempengaruhi harga jual tergantung pada pembuatan keputusan harga jual. Dua hal yang perlu diperhatikan dalam mempelajari pengaruh faktor-faktor tersebut adalah (Supriyono, 2001).

1. Dalam penentuan harga jual, setiap pembuat keputusan mungkin lebih menekankan

pertimbangannya pada faktor-faktor tertentu. Faktor yang dipertimbangkan tersebut dapat berbeda di antara pembuat keputusan yang satu dengan pembuat keputusan yang lainnya.

2. Cara-cara penentuan harga jual juga dipengaruhi oleh pasar yang dihadapi. Faktor Biaya Faktor yang menjadi perhatian khusus bagi manajemen dalam penentuan harga jual adalah biaya. Dalam penentuan harga jual, faktor biaya digunakan sebagai batas bawah karena dalam kondisi wajar harga jual dapat menutup semua biaya yang bersangkutan dengan produk/jasa dan dapat menghasilkan laba yang diharapkan. Maka dapat diasumsikan bahwa harga jual yang ditetapkan harus lebih tinggi dari total biaya yang telah dikeluarkan supaya menguntungkan bagi perusahaan. Manajemen harus mampu menekan dan mengendalikan biaya agar struktur biaya tetap rendah sehingga harga jual produk yang ditawarkan dapat ditekan.

Tabel 1. Faktor Yang Mempengaruhi Harga Jual Produk Pangan Segar KepadaKonsumen

No	Faktor Yang Mempengaruhi Harga Jual			
	Internal	Persentase	Eksternal	Persentase
1.	Harga Bahan Baku	100%	Faktor Lingkungan	25%
2.	Biaya Operasional (Kemasan, Biaya Transportasi, dll)	100%	Persaingan	45%
3.	Strategi Bauran Pemasaran	100%	Sifat Pasar	10%
4.	Upah Tenaga Kerja	100%		

Sumber : Hasil Olahan Data Primer, 2021.

Faktor paling signifikan yang mempengaruhi atau menentukan harga jual produk pangan segar kepada konsumen adalah faktor harga bahan baku, biaya operasional, strategi bauran pemasaran dan upah tenaga kerja dengan persentase sebesar 100%. Artinya faktor-faktor inilah yang menjadi patokan atau faktor utama pihak pasar online dalam melakukan penentuan harga jual produk pangan segar kepada konsumennya.

Metode atau cara yang dilakukan oleh pihak pasar dirasa sudah tepat guna menetapkan harga jual, dikarenakan dari ketiga owner mengatakan yang menjadi faktor penetapan harga jual ialah harga produk itu sendiri dipasar tradisional. Hal ini kemudian sesuai dengan salah satu teori yang ada dari Supriyono. 2001 yang mana dalam teori tersebut dijelaskan, Dalam penentuan harga jual, setiap pembuat keputusan mungkin lebih menekankan pertimbangannya pada faktor-faktor tertentu. Faktor yang dipertimbangkan tersebut dapat berbeda di antara pembuat keputusan yang satu dengan pembuat keputusan yang lainnya dan dalam penentuan harga jual, faktor biaya digunakan

sebagai batas bawah karena dalam kondisi wajar harga jual dapat menutup semua biaya yang bersangkutan dengan produk/jasa dan dapat menghasilkan laba yang diharapkan. Maka dapat diasumsikan bahwa harga jual yang ditetapkan harus lebih tinggi dari total biaya yang telah dikeluarkan supaya menguntungkan bagi usaha itu sendiri.

Dengan demikian pula langkah yang sudah diterapkan oleh setiap pasar online sudah benar dan tepat. Guna mendapatkan keuntungan dan pemberian harga yang sesuai, pihak pasar melakukan proses penyesuaian harga produk antara pasar tradisional di pasar induk Jakabaring dengan biaya operasional pasar online itu sendiri.

Risiko Yang Dihadapi Oleh Pihak Pasar Dalam Memasarkan Produk Pangan Segar Melalui Media sosial

Berdasarkan hasil penelitian dapat dideskripsikan bahwa dalam menjalani usaha apapun baik secara tradisional maupun modern pasti akan ada risiko yang dialami oleh pihak pelaku usaha, baik kelompok maupun individual. Begitulah yang dialami oleh pihak pasar online yang ada di Kota Palembang dalam memasarkan produk pangan segar. Menurut (Hanafi 2006), Risiko adalah bahaya, akibat atau konsekuensi yang dapat terjadi akibat sebuah proses yang sedang berlangsung atau kejadian yang akan datang. Risiko dapat diartikan sebagai suatu keadaan ketidakpastian, di mana jika terjadi suatu keadaan yang tidak dikehendaki dapat menimbulkan suatu kerugian.

Dalam penelitian ini, didapatkan masalah yang dialami oleh pihak pasar online yang ada datang dari faktor internal, yang mana risiko tersebut biasanya terjadi akibat kelalaian atau kesalahan yang dilakukan oleh pihak pasar online itu sendiri. Baik dalam proses persiapan sampai ke tahap pengantaran ke pihak konsumen. Tapi bukan semata-merta risiko ini dilakukan karena kesengajaan, terkadang risiko ini timbul akibat ketidak sengajaan yang mengakibatkan terjadinya kesalahan.

Tetapi menurut pihak pasar Cek Sayur Online Palembang selama mereka menjalankan usaha tersebut belum mengalami risiko baik dari internal maupun eksternal. Hal ini mungkin bisa terjadi karena pertama umur berdirinya pasar yang masih singkat yaitu selama 1 tahun, kemudian proses strategi ataupun proses pengalaman mereka dalam memasarkan produk pangan segar sebagai pemasok disalah satu pasar swalayan yang ada di Kota Palembang sehingga pihak pasar Cek Sayur Online Palembang dapat meminimalisir risiko dalam berusaha. Dalam hal ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. Risiko Yang Dihadapi Oleh Pasar Online Yang Memasarkan Produk Pangan Segar Di Kota Palembang

No.	Nama Pasar Online	Risiko Yang Dihadapi	D	TD
1.	Sayur Kito Palembang	Produk Rusak Saat Packing		✓
		Produk Rusak Saat Pengantaran	✓	
		Kendala Pengantaran Oleh Kurir	✓	
		Orderan Palsu		✓
		Kerugian Signifikan (Jumlah Besar)		✓
		Complain Produk Rusak	✓	
		Complain Produk Tidak Sesuai Pesanan		✓
		Konsumen Ribet, Cerewet Atau Yang Lainnya Yang Berhubungan Dengan Emosional		✓
2.	Pondok Sayur Palembang	Produk Rusak Saat Packing		✓
		Produk Rusak Saat Pengantaran	✓	
		Kendala Pengantaran Oleh Kurir	✓	
		Orderan Palsu		✓
		Kerugian Signifikan (Besar)		✓
		Complain Produk Rusak	✓	
		Complain Produk Tidak Sesuai Pesanan		✓
		Konsumen Ribet, Cerewet Atau Yang Lainnya Yang Berhubungan Dengan Emosional	✓	
3.	Cek Sayur Online Palembang	Produk Rusak Saat Packing		✓
		Produk Rusak Saat Pengantaran	✓	
		Kendala Pengantaran Oleh Kurir		✓
		Orderan Palsu		✓
		Kerugian Signifikan (Besar)		✓
		Complain Produk Rusak	✓	
		Complain Produk Tidak Sesuai Pesanan		✓
		Konsumen Ribet, Cerewet Atau Yang Lainnya Yang Berhubungan Dengan Emosional		✓

Sumber : Hasil Olahan Data Primer, 2021.

Keterangan:

D = Dialami

TD = Tidak Dialami

Simbol (✓) = Sebagai Tanda Point Yang Dipilih

Dengan demikian risiko yang sama-sama dialami dan sering terjadi dalam memasarkan produk pangan segar oleh pihak pasar online ada 2 hal yaitu, produk rusak saat pengantaran dan complain produk rusak. Dari keseluruhan risiko yang ada memiliki persentase yang sama yaitu 12,5 % perpointnya artinya jika dalam keseluruhan menjadi 100%. Kedua point tersebut yang merupakan risiko yang dialami jika digabungkan persentasenya sebesar 25 %. Akan tetapi dari setiap kendala yang ada tidak semerta-merta terjadi berulang-ulang. Risiko ini

terjadi diluar kesengajaan dari pihak pasar maupun kurir dalam proses pengantaran produk kepada konsumen.

Risiko ini terjadi diakibatkan oleh kendala dalam perjalanan pada proses pengantaran, karena pihak pasar tidak bisa memprediksikan kendala apa yang akan terjadi ketika proses pengantaran terjadi. artinya, pihak pasar telah merencanakan dan mengatur dengan sedemikian rupa agar terhindar dari risiko.

Hasil Dan Pembahasan Pengendalian Risiko Yang Dilakukan Oleh Pihak Pasar Dalam Mengurangi Risiko Memasarkan Produk Pangan Segar Melalui Media sosial

Risiko merupakan satu keadaan yang tidak mungkin dihindari dalam menjalankan suatu usaha. Namun usaha untuk mencegah atau mengendalikan (mengurangkan) risiko sudah semestinya dilakukan untuk meminimalkan kerugian atau agar tidak menimbulkan kerugian yang sangat besar (Yolanda, 2020). Dalam penelitian ini pihak pasar online sudah melakukan pengendalian risiko yang terjadi selama mereka menjalankan usaha memasarkan produk pangan segar di Kota Palembang.

Sesuai dengan teori diatas pihak pasar telah memaksimalkan pengendalian risiko pada usaha mereka. Seperti yang dilakukan oleh owner Sayur Kito Palembang, pihak pasar tersebut melakukan proses penyimpanan produk pangan sebelum diantarkan kepada konsumen dan memasukan produk pangan segar seperti ikan, ayam dan daging ke dalam *ice box* sehingga hal itu dapat meminimalisir kerusakan pada produk maupun berkurangnya kesegaran produk saat pengantaran. Begitu pula pihak pasar Cek Sayur Online Palembang yang melakukan sistem PO (*Pre Order*) untuk mengurutkan konsumen yang diutamakan dalam pengantaran produk yang dapat mengurangi risiko itu terjadi. Sedangkan pihak pasar Pondok Sayur Palembang dalam pengendalian risiko lebih ke arah menghadapi risiko atau permasalahan yang ada dilapangan dan kemudian barulah mereka mengatur strategi supaya risiko tersebut dapat berkurang bahkan dihindari.

Evaluasi dalam menjalankan usaha juga perlu untuk dilakukan, sehingga pihak pasar online memiliki berbagai macam cara dalam hal mengurangi risiko yang terjadi didalam memasarkan produk pangan segar. Pengendalian risiko yang dilakukan oleh pihak pasar dirasa cukup untuk mengurangi risiko yang timbul, sehingga pihak pasar online dapat meminimalisir risiko untuk terjadi. Penerapan itu mereka temukan dan lakukan demi kelancaran dalam berusaha dan dapat memaksimalkan keuntungan bagi pihak pasar.

KESIMPULAN

1. 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.

2. 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.
3. Pengendalian risiko yang dilakukan oleh pihak pasar dalam mengurangi risiko memasarkan produk pangan segar melalui media sosial ada berbagai macam. Seperti memperhatikan atau mengecek kembali produk sebelum proses pengantaran, memasukan produk-produk yang ingin diantarkan ke dalam lemari pendingin sebelum diantarkan dan juga produk pangan segar seperti ikan, ayam dan daging mereka masukan ke dalam *ice box* sehingga produk tersebut akan tetap terjaga kesegarannya pada saat proses pengantaran, selalu berhubungan baik dengan konsumen juga merupakan hal yang penting sehingga jika terjadi masalah dilapangan pihak konsumen tetap mendapatkan pelayanan yang memuaskan dari pihak pasar online dan menerapkan sistem PO yang mana pihak pasar online tersebut dapat memprioritaskan pengantaran produk pangan segar dari yang terjauh sehingga produk tersebut tetap segar sampai ke tangan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- 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.
- Peraturan Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2007 tentang Standar Pemeriksaan Keuangan Negara.
- 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.
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.