

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Gula pasir merupakan salah satu komoditi pada 9 (Sembilan) bahan pokok pangan yang sedang digalakan oleh pemerintah agar mencapai swasembada pangan. Persoalan utama pada produksi dan tataniaga gula pasir bukan terbatas pada aspek permintaan dan penawaran saja namun beranjak pada aspek politik pemerintah dalam ketahanan pangan nasional.

Di Indonesia gula pasir ini merupakan komoditas pangan strategis ke empat setelah beras. Masyarakat mengkonsumsi gula sebagai sumberkalori atau lebih utamanya sebagai pemanis atau pengawetan. Upaya untuk menjaga kesediaan gula dalam negeri diwujudkan dalam salah satu program ketahanan pangan (revitalisasi pertanian). Ketahanan pangan pada tatanan nasional merupakan kemampuan suatu bangsa untuk menjamin seluruh penduduknya memperoleh pangan dalam jumlah yang cukup, mutu yang layak, aman, dan juga halal, yang didasarkan optimasi pemamfaatan dan berbasis pada keragaman sumberdaya domestik. Salah satu indikator untuk mengukur ketahanan pangan adalah ketergantungan ketersediaan pangan nasional terhadap impor (Gunaryo, 2001 : 110).

Program revitalisasi pertanian, perikanan dan kehutanan (RPPK) yang telah dicanangkan presiden RI tanggal 11 juni 2005 di Jatiluhur Jawa Barat menyatakan perlunya Indonesia membangun ketahanan pangan yang mantap dengan memfokuskan pada peningkatan kapasitas produksi nasional untuk lima komoditas pangan strategis, yaitu padi, jagung, tebu, kedelai dan daging sapi. Harga merupakan salah satu pertimbangan bagi petani untuk memilih komoditas apa yang akan di tanam. Dalam situasi harga cenderung kurang menguntungkan atau lebih rendah di banding biaya produksi, sangat besar kemungkinan petani untuk tidak memilih komoditas tersebut. Dalam komoditas gula, sejak gula menjadi komoditas dengan akses ke pasar global sedemikian luasnya, perubahan

sekecil apapun pada lingkungan eksternal akan berdampak terbentuknya harga gula di pasaran. Perlindungan petani dan industrigula menjadi sangat penting untuk menghindari naik turunnya harga gula (Sabil, 2004 : 105).

Seiring dengan peningkatan jumlah penduduk, maka permintaan akan gula ini juga mengalami peningkatan konsumsi yang semakin bertambah harus segera di respon pemerintah tentang penyediaannya. (dari produksi dalam negeri, impor atau keduanya). Untuk memenuhi kebutuhan gula basir yang terus meningkat, pemerintah telah melakukan berbagai upaya untuk mendorong peningkatan produksi dalam negeri melalui berbagai kebijakan antarlain TRI, rehabilitasi pabrik-pabrik gula, penetapan harga, dan sebagainya yang bertujuan menjaga ketersediaan gula dengan melindungi produsen dalam negeri dengan tidak merugikan konsumen.

Disamping kebijakan produksi dan input, pemerintah mengeluarkan kebijakan distribusi dan perdagangan gula guna menjaga stabilitas pasokan dan harga gula di pasaran. Bahkan dari segi intensitas, kebijakan distribusi dan perdagangan jauh lebih intensif dibandingkan kebijakan produksi dan input. Diantara kebijakan tersebut, keppres No 43/1971 merupakan salah satu contoh intervensi pemerintah dalam hal pemasaran gula. Keppres tersebut pada dasarnya memberi wewenang kepada Bulok untuk menjaga stabilitas harga dan pasokan gula pasir (Susila, 2002 : 98).

Peraturan No. 28/M-DAG/PER/5/2012. Untuk melaksanakan ketentuan Pasal 7 ayat (5) Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 527/MPP/Kep/9/2004 tentang ketentuan Impor Gula dan berdasarkan surat Menteri Pertanian Selaku Dewan Gula Indonesia Nomor 59/PD.310/M/2/2012 tanggal 29 Februari 2012 perihal usaha HPP Gula Petani Tahun 2012, perlu menetapkan Harga Patokan Petani Gula Kristal Putih. Ketentuan: Pasal 1 Dalam Peraturan Menteri ini yang dimaksud dengan: 1). Gula Kristal putih (*Plantation White Sugar*) adalah gula yang dapat dikonsumsi langsung tanpa proses lebih lanjut. 2). Harga patokan petani, yang selanjutnya disingkat HPP adalah patokan

harga gula kristal putih (*Plantation White Sugar*) di tingkat petani. 3). Menteri adalah menteri yang menyelenggarakan urusan pemerintah di bidang perdagangan. Pasal 2 HPP ditetapkan oleh Menteri dengan mempertimbangkan usulan Menteri Pertanian selaku Ketua Dewan Gula Indonesia. Pasal 3 ayat 1).HPP ditetapkan sebesar Rp 8.100/kg (delapan ribu seratus rupiah per kilogram). Ayat 2). HPP sebagaimana dimaksud pada ayat 1) dievaluasi kembali setelah enam bulan sejak peraturan menteri ini berlaku berdasarkan rata-rata angka rendemen nasional. Ayat 3). Apabila rata-rata angka dimaksud pada ayat 2) tidak mencapai 8% (delapan per seratus) maka HPP dapat di turunkan. Pasal 4 Pada saat peraturan Menteri ini mulai berlaku, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 11/M-DAG/PER/5/2012 tentang Penentuan Harga Patokan Petani (HPP) Gula Kristal Putih (*Plantation White Sugar*), dicabut dan dinyatakan tidak berlaku. Pasal 5 Peraturan Menteri ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan.

Kota Gorontalo merupakan daerah yang memiliki penduduk yang cukup besar dan memiliki sembilan Kecamatan yaitu Kecamatan Kota Barat, Dungingi, Kota Selatan, Kota Timur, Kota Utara, Kota Tengah Hulontalo, Sibatana dan Kecamatan Dumbo Raya. Berdasarkan hasil sensus penduduk pada tahun 2011, di Kota Gorontalo terdapat sekitar 58.178 rumah tangga dan jumlah penduduk sekitar 196.897 orang. Ini berate rata-rata jumlah penduduk 1 (satu) rumah tangga sekitar 4,09 orang. Rata-rata anggota rumahtangga di setiap kecamatan berkisar antara 3,73 orang sampai 4,27 orang. Semakin padatnya penduduk Kota Gorontalo maka akan meningkat pula kebutuhan masyarakat terutama konsumsi gula pasir. (BPS Kota Gorontalo, 2011)

Berdasarkan data BPS tahun 2011, Kota Gorontalo memiliki sembilan Kecamatan penduduk prasejahtra yaitu Kecamatan Kota Barat adalah 546, Dungingi 256, Kota Selatan 597, Kota Timur 746. Kota Utara 439, Kota Tengah 163, Holontalo 155, Sibatana 159 dan Kecamatan Dumbo Raya 348 . Daridata tersebut Kecamatan Kota Timur merupakan salah satu Kecamatan di Kota Gorontalo yang memiliki tingkat kesejahteraan penduduk yang paling baik. Dalam kegiatan pemasaran yaitu menyalurkan barang dan jasa dari produsen ke

konsumen banyak hal yang harus di lakukan pihak produsen. Strategi yang dilakukan oleh perusahaan salah satunya penetapan harga yang relatif terjangkau, kegiatan ini di lakukan untuk menarik pelanggan untuk membeli prodak tersebut dan meningkatkan laba perusahaan, selain itu juga strategi pemasaran ini sangat penting untuk mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk.

Mengingat pada kondisi saat ini kegiatan pemasaran produk sangat banyak pesaing bermunculan, ketatnya persaingan antara pihak produsen gula sehingga menjadi tolak ukur pihak produsen gula pasir untuk menciptakan produk yang lebih baik dari pihak produsen lain, hal ini dilakukan agar produk gula pasir yang di tawarkan banyak diminati konsumen. Gula pasir merupakan salah satu produk yang banyak diminati oleh konsumen yang ada di Kota Gorontalo, kesadaran masyarakat terhadap kebersihan dan kesehatan sehingga mempengaruhi sikap dan pola pikir konsumen yang ada di Kota Gorontalo. Ketelitian konsumen akan mamfaat serta kebersihan akan menjadi pertimbangan konsumen dalam menentukan produk. Keputusan konsumen dalam memilih gula pasir ini di pengaruhi oleh strategi pemasaran yaitu dengan penentuan harga yang relatif terjangkau oleh masyarakat Kota Gorontalo. Stok gula pasir di Kota Gorontalo di tahun 2012 sebanyak 8.554 ton dengan harga distributor Rp. 535.000/sak. (Dinas Koperasi Perindustriaan Dan Perdagangan Provinsi Gorontalo, 2011).

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimanakah pasokan/ketersediaan gula pasir di Kota Gorontalo?
2. Apakah permintaan konsumen mempengaruhi pasokan gula pasir di Kota Gorontalo?

C. Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pasokan gula pasir di Kota Gorontalo.
2. Untuk mengetahui pengaruh permintaan konsumen terhadap pasokan gula pasir di Kota Gorontalo.

D. Mamfaat Penelitian

Mamfaat yang dapat di peroleh pada penelitian ini yaitu:

1. Sebagai bahan pertimbangan bagi pemerintah untuk lebih memperhatikan kondisi pasokan dan pemasaran gula pasir yang ada di Kota Gorontalo.
2. Sebagai sarana implementasi penulis dalam pengembangan ilmu pemasaran di bidang Agribisnis.