

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Buah pisang merupakan salah satu buah tropis, dimana buah pisang ini sangat memerlukan banyak sinar matahari agar bisa tumbuh subur dan berbuah. Pohon pisang juga dapat tumbuh di Indonesia, karena letak geografis Indonesia terletak disepanjang khatulistiwa, oleh karenanya pohon pisang dapat tumbuh di hampir seluruh daerah di Indonesia dan dapat berbuah sepanjang tahun. Selain dimanfaatkan, buah pisang juga dapat dimanfaatkan daunnya, bahkan di beberapa wilayah Indonesia buah pisang juga seringkali digunakan sebagai olahan dalam bentuk lain seperti: kolak pisang, keripik pisang, salek pisang, pisang goreng, roti pisang dan masih banyak lagi produk-produk dari olahan pisang yang telah umum kami temui dipasaran. Pisang juga merupakan suatu produk unggulan Provinsi Sulawesi Utara. Berdasarkan cara konsumsi, pisang dikelompokkan menjadi dua golongan yaitu banana dan plantain. Banana merupakan pisang yang lebih sering dikonsumsi dalam bentuk segar setelah buah matang. Contohnya, pisang raja, pisang ambon, dan pisang susu. Plantain adalah pisang yang dikonsumsi setelah digoreng, direbus, dibakar, atau dikolak, seperti pisang kepok, siam, dan tanduk. Kelompok pisang ini yang sering dimanfaatkan sebagai bahan baku keripik pisang. (Rukmana,1999 : 15)

Pengembangan usahatani pisang harus dilakukan secara tepat, meliputi subsistem input pada tingkat petani terdiri dari modal, ketersediaan lahan, pemilihan bibit/benih, ketersediaan tenaga kerja; subsistem farming meliputi kegiatan pengolahan tanah, penyiangan gulma, pemupukan, pemberantasan hama penyakit tanaman, pengairan pada musim kemarau, panen; subsistem output meliputi kegiatan pasca panen, penanganan buah siap pasar, sortasi, grading, packaging, dan pengangkutan; dan subsistem kelembagaan meliputi kegiatan dukungan lembaga pemasaran, keuangan, dan lembaga penunjang lainnya. Hasil penjualan yang diperoleh para petani pada dasarnya dipengaruhi oleh berbagai faktor antara lain harga jual, volume penjualan, biaya penjualan, jumlah pembeli dan sebagainya akan tetapi dalam penelitian ini penulis hanya membatasi pada

dua faktor saja yaitu harga jual dan biaya penjualan sementara faktor-faktor lainnya diasumsikan *ceteris paribus* atau tetap. Harga jual dan biaya penjualan dianggap sebagai faktor yang paling dominan menentukan hasil penjualan pisang oleh karena dengan harga jual yang semakin tinggi yang didukung dengan biaya penjualan yang semakin besar maka hasil penjualan yang dicapaisemakin besar (Suhartanto, 2009:37) .

Pola pemasaran pisang pada umumnya berupa pisang “racukan” atau “rames”. Pisang racukan ini terdiri dari semua jenis pisang seperti: pisang ambon kuning, jantan atau uli, tanduk, raja dan cepatu. Berbagai jenis pisang tersebut disatukan dan diangkut dengan truk, ditumpuk tidak beraturan, dan “dijejal-jejal” kemudian dibawa ke pengepul besar atau kota-kota lain. Pemuatan dan pembongkaran pisangnya pun tidak memperhatikan kesegaran atau kemungkinan kerusakan pisang karena benturan atau rontok. Akibatnya, terjadi penurunan kualitas dan pisang rusak sewaktu diangkut atau dibongkar dan akhirnya dijual dengan harga murah. Kerugian ternyata bukan pada petani tetapi pada pedagang pengumpul yang menjual pisang tersebut ke pasaran. Walaupun demikian, pengaruh kerusakan pisang selama pengangkutan pisang tersebut sudah diperhitungkan oleh pedagang pengepul dengan cara menekan harga pembelian pisang dari petani dengan harga murah. Oleh sebab itu petani tidak tertarik untuk pengembangan budidainya.

Harga jual pisang pada dasarnya ditentukan oleh para petani produsen didasarkan atas pertimbangan persaingan, biaya yang dikeluarkan dan keuntungan yang diharapkan. Dengan semakin besar harga jual pisang maka semakin besar pula hasil penjualan yang diperoleh. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa harga jual pisang bervariasi bergantung pada jenis pisang yang dijual. Rata-rata harga jual pisang per sisir sebesar Rp.9.414. Bagi petani yang menjual pisang pada tingkat harga yang lebih rendah maka memperoleh hasil penjualan yang lebih rendah pula jikalau volume penjualannya tidak mendukung, Swasta ( 2000:12).

Provinsi Gorontalo merupakan suatu wilayah yang berpotensi untuk pengembangan sektor pertanian seperti tanaman pangan, perkebunan, dan hortikultura. Hal tersebut disebabkan karena sebagian besar masyarakat yang ada

di Provinsi Gorontalo bermata pencaharian sebagai petani yang pada umumnya mengusahakan tanaman pangan, perkebunan, dan hortikultura. Selain itu juga ditunjang dengan lahan yang cukup luas untuk pengembangan sektor pertanian seperti yang dikemukakan oleh Anugrah (2010:367)

Pasar sentral adalah salah satu pasar yang ada di Kota Gorontalo yang merupakan salah satu sentra dalam melakukan transaksi jual beli, atau tawar - menawar melalui kesepakatan harga. Pasar juga dapat diartikan sebagai tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, barang atau jasa yang ditawarkan untuk dijual untuk terjadinya perpindahan kepemilikan.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis akan melakukan penelitian tentang “Pengaruh Harga Terhadap Volume Penjualan Pisang Sepatu di Pasar Sentral Kota Gorontalo”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

Apakah harga mempengaruhi volume penjualan pisang sepatu di Pasar Sentral Kota Gorontalo

## **C. Tujuan**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui harga yang mempengaruhi volume penjualan pisang sepatu di Pasar Sentral Kota Gorontalo.

## **D. Manfaat Penelitian**

1. Sebagai salah satu sumber informasi yang nantinya diharapkan akan bermanfaat dalam membantu evaluasi dalam hal pembuatan program pemasaran dimasa yang akan datang untuk menilai keputusan penjualan buah-buahan di pasar sentral kota gorontalo.
2. Memperoleh pengalaman belajar memecahkan masalah dengan menerapkan praktis dan konseptual tentang masalah yang diteliti dilapangan. Dan secara jangka panjang akan memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai bisnis ritel dalam kaitannya dengan variabel-

variabel, seperti bauran pemasaran, keputusan penjual/pembelian dan loyalias pelanggan.