

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Gorontalo salah satu daerah yang ada di Indonesia yang kaya akan Sumber Daya Alam, dimana memiliki potensi pertanian dalam hal produksi jagung. Data terakhir Badan Pusat Statistik pada tahun 2017, produksi jagung Provinsi Gorontalo sekitar 643.512 ton. Di Pasar Gorontalo banyak di temukan yang menjual jagung termasuk jagung manis, salah satu komoditas pertanian yang banyak di minati oleh masyarakat Gorontalo, untuk di jadikan berbagai macam kuliner maupun produk . Hal ini di lihat di berbagai tempat baik rumah makan maupun di toko kue, sehingga penjual banyak berlomba-lomba bersaing menjual jagung manis dipasar. Akibat dari banyaknya pesaing dalam penjualan jagung manis ini, menyebabkan terjadinya persaingan yang sangat tinggi sehingga penjual di tuntut dapat bersaing secara cermat untuk melihat peluang yang ada. Dari titik ini, tenaga penjual perlu memahami bagaimana perilaku pelanggannya dalam langkah pengambilan keputusan. (Badan Pusat Statistik Provinsi Gorontalo 2017).

Perilaku konsumen mempunyai hubungan erat dengan keputusan pembelian. Keputusan yang dibuat orang ketika mereka membeli apa yang mereka butuhkan dan inginkan dipengaruhi oleh layanan dan barang di daerah mereka. Oleh karena itu, penting bagi pedagang jagung manis untuk memahami bagaimana konsumen melakukan pembelian makanan sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian tersebut. Hal ini bukan sesuatu yang mudah dicapai oleh setiap penjual, karena harus butuh strategi yang berbeda untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen akan produk tersebut (Suantara, 2014: 2).

Kegiatan bisnis tidak dapat dipisahkan dari strategi manajemen seperti manajemen strategis dan manajemen pemasaran. Strategi merupakan salah satu tindakan yang dapat dilakukan perusahaan berdasarkan kekuatan dan kelemahan serta ancaman yang dihadapinya. Strategi tersebut bertujuan untuk mendapatkan posisi pasar

yang unggul dalam lingkungan yang kompetitif. Pemasaran adalah sesuatu yang penting untuk menjalankan bisnis. Salah satu karakteristik penting dari pemasaran sebagai fungsi bisnis adalah berfokus pada pelanggan dan kebutuhan mereka, dan perusahaan menikmati kesuksesan dari waktu ke waktu dengan memanfaatkan perubahan di pasar, dengan mengembangkan produk yang dapat menunjukkan keunggulan mereka atas apa yang ada saat ini, memenuhi kebutuhan yang kuat, dan dengan menggunakan pendekatan yang lebih terintegrasi untuk total operasi mereka. (Boyd, 2000: 50)

Berdasarkan suatu survey di tempat pedagang kaki lima yang menjual jagung manis ini, tempatnya terletak di Kelurahan Tenda, Kecamatan Hulanthalangi Kota Gorontalo. Di tempat ini banyak orang berbondong-bondong datang membeli jagung manis, mereka para pembeli ini dari beberapa desa/kelurahan atau kecamatan yang ada di Kota Gorontalo, sehingga peneliti tertarik melakukan survey secara langsung di lapangan terhadap 10 orang konsumen, untuk mengetahui alasan mereka membeli jagung manis di tempat tersebut, Hasil survey menunjukkan bahwa ada beberapa alasan yang melatarbelakangi para pembeli, membeli jagung manis dari pedagang kaki lima di Desa Tenda Kecamatan Hulanthalangi, 6 dari 10 orang menjawab karena faktor harga yang di tawarkan, jawaban lainnya karena faktor jarak dan ada juga mengatakan singgah karena tidak sengaja lewat di tempat ini.

Berdasarkan dari uraian di atas, penulis tertarik melakukan sebuah penelitian yang berjudul “Hubungan Penetapan Harga Jual Terhadap Keputusan Pembelian Jagung Manis Pada Pedagang Kaki Lima Di Kelurahan Tenda Kecamatan Hulanthalangi”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan di atas, dari latar belakang, masalah dapat dituliskan sebagai berikut:

“Bagaimana hubungan penetapan harga jual terhadap keputusan konsumen membeli jagung manis pada Pedagang Kaki Lima Di Kelurahan Tenda, Kecamatan Hulanthalangi”

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan di atas dari masalah, tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

“Untuk mengetahui hubungan penetapan harga jual terhadap keputusan konsumen membeli jagung manis pada Pedagang Kaki Lima di Kelurahan Tenda, Kecamatan Hulanthalangi”

1.4. Manfaat Penelitian

- a. Bagi Peneliti / Penulis diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan mengenai keputusan konsumen membeli jagung manis Pada Pedagang Kaki Lima diKelurahan Tenda, Kecamatan Hulanthalangi, Sehingga mereka bisa mengaplikasikan teori ke praktek di lapangan.
- b. Bagi pembaca diharapkan dapat menambah informasi, memperluas ilmu pengetahuan dan wawasan mengenai tentang keputusan konsumen membeli jagung manis Pada Pedagang Kaki Lima diKelurahan Tenda, Kecamatan Hulanthalangi.
- c. Bagi penjual diharapkan sebagai masukan dan saran kepada penjual jagung manis di Pada Pedagang Kaki Lima di Kelurahan Tenda, Kecamatan Hulanthalangi agar dapat mempelajari Karakteristik konsumen itu sendiri dalam memutuskan membeli suatu produk sehingga berupaya produktif dalam melakukan pemasaran.