

**PENETAPAN HARGA JUAL DAN PENGARUHNYA
TERHADAP PENJUALAN SAYURAN PADA PEDAGANG
PENGECEK DI PASAR PULAU BAAI
KOTA BENGKULU**

SKRIPSI



Oleh :

MUHAMMAD ROKI
NPM. 19060014

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS DEHASEN BENGKULU
2023**

**PENETAPAN HARGA JUAL DAN PENGARUHNYA
TERHADAP PENJUALAN SAYURAN PADA PEDAGANG
PENGE CER DI PASAR PULAU BAAI
KOTA BENGKULU**

SKRIPSI



**Diajukan Guna Melengkapi Salah Satu Syarat Akademik Pada
Fakultas Pertanian Universitas Dehasen Bengkulu**

Oleh :

MUHAMMAD ROKI
NPM. 19060014

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS DEHASEN BENGKULU**

2023

LEMBAR PERSETUJUAN
SKRIPSI
PENETAPAN HARGA JUAL DAN PENGARUHNYA TERHADAP
PENJUALAN SAYURAN PADA PEDAGANG PENGECEK DI PASAR
PULAU BAAI KOTA BENGKULU

Yang diajukan oleh :

MUHAMMAD ROKI
NPM. 19060014

Telah disetujui oleh :

KOMISI PEMBIMBING

Pembimbing Utama



Ann Nurmalia, SP., M.Si
NIDN. 0217119101

Pembimbing Pendamping



Yossie Yulhati, SP., M.Si
NIDN. 0217117401

Bengkulu, 17 Juni, 2023

Mengetahui :

Ketua Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Dehasen Bengkulu



Herry Farjadi, S.P., S.Pd., M.Si
NIK. 1703351

LEMBAR PENGESAHAN
PENETAPAN HARGA JUAL DAN PENGARUHNYA TERHADAP
PENJUALAN SAYURAN PADA PEDAGANG PENGECEK DI PASAR
PULAU BAAI KOTA BENGKULU

SKRIPSI

Oleh :

Nama : MUHAMMAD ROKI

NPM : 19060014

Program Studi : Agribisnis

Jenjang : Stars I

Yang telah diuji pada

Hari / Tanggal : Sabtu 17 Juni 2023

Pukul : 11.00 WIB

Tempat : Ruang Sidang Program Studi Agribisnis

TIM PENGUJI

Pembimbing I



Ana Nurmalia, SP.,M.Si
NIDN. 0217119101

Pembimbing II



Yossie Yulianti, SP., M.Si
NIDN. 0217117401

Dosen Penguji I



Herri Fariadi, SP.,S.Pd.,M.Si
NIDN. 0216068302

Dosen Penguji II



Rika Dwi Yulihartika, SP., M.Sc
NIDN. 0225078503

Mengetahui :

Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Dehasen Bengkulu



Hesti Nur'aini, S.TP.,M.P
NIK. 1703035

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Roki

NPM : 19060014

Program : AGRIBISNIS
Studi

Fakultas : PERTANIAN

Judul : Penetapan Harga Jual Dan Pengaruhnya Terhadap Penjualan
Skripsi Sayuran Pada Pedagang Pengecer Di Pasar Pulau Baai Kota
Bengkulu

Menyatakan bahwa,

Skripsi dengan judul diatas merupakan karya asli penulis tersebut diatas.
Apabila dikemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, saya sedia dituntut
dengan hukum yang berlaku.

Bengkulu, Juli 2023

Pembuat Pernyataan,



(Muhammad Roki)

NPM. 19060014

RIWAYAT HIDUP



Penulis ini bernama Muhammad Roki, lahir di Bengkulu pada tanggal 28 September 2000 dari bapak bernama Replin Idianto dan Ibu Elda, putra pertama dari 3 (Tiga) bersaudara, dan beragama Islam. Peneliti ini mengenyam pendidikan formal di SD Negeri 104 Desa Cahaya Negeri Kec. Sukaraja Kab. Seluma dan tamat pada tahun 2013. Selanjutnya peneliti ini melanjutkan pendidikan MTS AL-Mubarak di Kota Bengkulu dan tamat pada tahun 2016. Setelah menyelesaikan pendidikan MTS peneliti melanjutkan pendidikan ke jenjang SMA N 06 Kota Bengkulu dan tamat pada tahun 2019. Dan setelah itu peneliti ini melanjutkan pendidikan ke jenjang S1 Agribisnis di Fakultas Pertanian Universitas Dehasen Bengkulu pada Tahun 2020 dan insyak Allah akan diwisudah pada tahun 2023, dengan judul Skripsi “Penetapan Harga Jual Dan Pengaruhnya Terhadap Penjualan Sayuran Pada Pedagang Pengecer Di Pasar Pulau Baai Kota Bengkulu”.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

- Teruslah Berproses dan nikmatilah proses itu sampai menemukan titik keberhasilan yang sesungguhnya, tanpa harus memberitahu orang lain atas segala rencana besar mu, orang lain hanya melihat hasil tetapi bukan proses yang telah kita lalui.
- Sungguh, akan kamu jalani tingkat demi tingkat “dalam kehidupan” (Q.S Al-Insyiqaq, 19)
- Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetap berkerja keras (untuk urusan lain). Dan hanya kepada tuhanmulah engkau berharap (Q.S Al-Insyirah, 6-8)

PERSEMBAHAN

- Dengan mengucapkan syukur alhamdulillahirobilalamin. Akhirnya satu impianku telah kuraih. Dengan izin Allah subhanauwataalah, dan atas segala ridho-Nya skripsi ini saya persembahkan untuk :
- Baktiku kepada kedua orang tuaku, ayahanda tercinta (Replin Idianto) dan ibundaku tersayang (Elda) yang telah merawat dan membesarkanku. Yang mana selalu berkorban demi keberhasilanku dan senantiasa memberikan dukungan serta doa terbaik sehingga sampai pada hari ini. Semoga rahmat Allah subhanauwatallah selalu tercurah kepada keduanya (Amiin).
- Kepada adek-adek tersayang saya Elsa Aprilia dan Angga Putra Wijaya semoga kalian berdua dapat menjadi adek-adek yang senantiasa berbakti

juga kepada kedua orang tua dan semoga menjadi orang-orang yang sukses dan berguna dikemudian hari (Aamiin).

- Dosen-dosen tercinta program studi agribisnis yang telah membimbing dalam menyelesaikan skripsi ini.
- Untuk pembimbing ibu Ana Nurmalia S.P.,M.Si dan ibu Yossie Yumiati S.P.,M.Si terima kasih banyak selama ini sudah sabar membimbingku sampai saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
- Sahabat (gali, efan, wira, weke dan dapit) kawan seperjuangan, serta seluruh angkatan 19 agribisnis dan ukm ki yang selalu memberikan dukungan hingga sampai saat ini.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT, berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi dengan judul “*Penetapan Harga Jual Dan Pengaruhnya Terhadap Penjualan Sayuran Pada Pedagang Pengecer Di Pasar Pulau Baai Kota Bengkulu*” ini dengan baik.

Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah banyak memberi bantuan dan dorongan kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan Skripsi ini, kepada :

1. Ibu Hesti Nur'aini, S.TP., MP selaku Dekan Fakultas Pertanian.
2. Bapak Herri Fariadi, SP., M.Si selaku Ketua Program Studi Agribisnis.
3. Ibu Ana Nurmalia, SP., M.Si selaku Pembimbing Utama dan Ibu Yossie Yumiati, SP., M.Si selaku Pembimbing Pendamping yang telah banyak memberikan bimbingan dan petunjuk kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan Skripsi ini.
4. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Pertanian Program Studi Agribisnis Universitas Dehasen Bengkulu.
5. Rekan-rekan Mahasiswa dan semua pihak yang telah ikut membantu dalam penyelesaian penulisan Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih jauh dari sempurna dan masih terdapat banyak kekurangan. Oleh sebab itu, kritik dan saran dari semua pihak sangat bermanfaat untuk perbaikan di masa yang akan datang. Semoga Laporan Penelitian atau Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Bengkulu, Juli 2023

penulis

ABSTRAK

MUHAMMAD ROKI, Penetapan Harga Jual dan Pengaruhnya Terhadap Penjualan Sayuran Pada Pedagang Pengecer di Pasar Pulau Baai Kota Bengkulu. Dibimbing oleh ANA NURMALIA S.P.,M.Si dan YOSSIE YUMIATI S.P.,M.Si.

Pentingnya nutrisi dalam sayuran bagi tubuh manusia untuk memenuhi kebutuhan mineral dan vitamin. Masyarakat Indonesia dapat memenuhi kebutuhan akan sayuran dengan berbagai pilihan sayuran dengan harga yang bervariasi pula. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui metode penetapan harga jual sayuran dan pengaruh penetapan harga terhadap jumlah penjualan pedagang pengecer sayuran di Pasar Pulau Baai Kota Bengkulu. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dan kuantitatif. Pemilihan responden menggunakan metode sensus yang berjumlah 28 orang. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pedagang pengecer sayuran di Pasar Pulau Baai Kota Bengkulu menggunakan metode (*mark up pricing*) dalam penetapan harga, yang mana untuk nilai rata-rata mark up sayur kol sebesar Rp 3.096/Kg, tomat sebesar Rp 2.378/Kg, wortel sebesar Rp 3.453/Kg, sawi putih sebesar Rp 2.685/Kg, bayam sebesar Rp 721/Kg, dan kangkung sebesar Rp 255/Kg serta sayuran yang penetapan harganya berpengaruh terhadap jumlah penjualan yaitu sayuran sawi putih dan sayur kangkung. Sedangkan penetapan harga jual yang tidak berpengaruh terhadap jumlah penjualan yakni sayuran kol, tomat, wortel, dan bayam.

Kata kunci: penetapan harga jual, jumlah penjualan, sayuran.

ABSTRACT

MUHAMMAD ROKI. SELLING PRICE DETERMINATION AND THE INFLUENCE TOWARD VEGETABLE SALES AT RETAILERS IN PULAU BAAI MARKET, BENGKULU CITY. Guided by ANA NURMALIA S.P.,M.Si and YOSSIE YUMIATI S.P.,M.Si.

The importance of nutrients in vegetables for the human body to fulfill the needs of minerals and vitamins. Indonesian people can fulfill their need for vegetables with a wide selection of vegetables at various prices. The purpose of this reserach was determine the method of setting the selling price of vegetables and the effect of pricing on the sales volume of vegetable retailers in Pulau Baai Market, Bengkulu City. The research method used was qualitative and quantitative methods. Selection of respondents using the census method, amounting to 28 people. The analysis used in this research was descriptive analysis and simple linear regression. The results showed that vegetable retailers at Pulau Baai Market, Bengkulu City, used the mark-up pricing method in pricing, which for the average mark-up value for cabbage was Rp. 3,096/Kg, tomatoes were Rp. 2,378/Kg, carrots were Rp. IDR 3,453/Kg, chicory IDR 2,685/Kg, spinach IDR 721/Kg, and kale IDR 255/Kg and vegetables whose pricing affects sales volume, namely chicory vegetables and kale vegetables. While setting the selling price that does not affect the amount of sales, namely cabbage, tomatoes, carrots and spinach.

Keywords: selling price, sales volume, vegetables.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	5
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu	6
2.2. Landasan Teori	9
2.2.1. Sayuran	9
2.2.2. Penetapan Harga Jual	10
2.2.3. Tujuan Penetapan Harga Jual	14
2.2.4. Metode Penentuan Harga Jual	16
2.2.5. Pedagang Pengecer	18
2.3. Kerangka Pemikiran	20
2.4. Definisi Oprasional dan Pengukuran Variabel	21

2.5. Batasan Masalah	22
----------------------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

3.1.Tempat dan Waktu Penelitian	23
3.2.Pengambilan Populasi dan Sampel	23
3.3.Jenis dan Sumber Data	23
3.4.Teknik Pengumpulan Data	24
3.5.Analisis Regresi Linier Sederhana	25

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Pasar Pulau Baai Kota Bengkulu	26
4.1.1. Sejarah Singkat	26
4.1.2. Letak Geografis	27
4.1.3. Sarana dan Perasarana PPI Pulau Baai	28
4.2. Karakteristik Responden Pedagang Pengecer	30
4.2.1. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	30
4.2.2. Karakteristik Responden Menurut Umur	31
4.2.3. Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Terakhir	32
4.2.4. Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan Sampingan	34
4.3. Metode Penetapan Harga Oleh Pedagang Pengecer Sayuran Di Pasar Pulau Baai Kota Bengkulu	35
4.4. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga Terhadap Penjualan Pedagang Pengecer Sayuran	38

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	44
5.2. Saran	44
DAFTAR PUSTAKA	46
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tingkat Produksi Sayuran Di Provinsi Bengkulu Tahun 2018-2020	3
--	---

Tabel 2. Sarana Dan Prasarana PPI Pulau Baai	28
Tabel 3. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	30
Tabel 4. Karakteristik Responden Menurut Umur	31
Tabel 5. Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Terakhir	33
Tabel 6. Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan Sampingan	34
Tabel 7. Penetapan Harga Sayuran Pedagang Pengecer Di Pasar Pulau Baai Kota Bengkulu	35
Tabel 8. Uji R Square	39
Tabel 9. Uji F Hitung	40
Tabel 10. Uji T Hitung	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran	20
------------------------------------	----

Gambar 2. Wilayah Peta PPI Pulau Baai Kota Bengkulu 28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Karakteristik Responden Pedagang Pengecer Sayuran 56

Lampiran 2. Total Biaya Pembelian Dan Penjualan Sayuran	57
Lampiran 3. Harga Jual Sayuran	58
Lampiran 4. Total <i>Mark Up</i>	59
Lampiran 5. Jumlah Sayuran Terjual	60
Lampiran 6. Data Regresi Kol	61
Lampiran 7. Data Regresi Tomat	62
Lampiran 8. Data Regresi Wortel	63
Lampiran 9. Data Regresi Sawi Putih	64
Lampiran 10. Data Regresi Bayam	65
Lampiran 11. Data Regresi Kangkung	66

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada mulanya transaksi di pasar dilakukan dengan tukar-menukar barang yang dimiliki dengan barang yang dikehendaki. Misalnya, antara petani, peternak dan nelayan terjadi pertukaran hasil produksi mereka masing-masing. Tadinya, pertukaran terjadi di sembarang tempat lama kelamaan terbentuklah kesepakatan untuk menentukan suatu lokasi menjadi semacam pusat barter. Perkembangan berikutnya transaksi dilakukan dengan mata uang dengan nilai tertentu sehingga masyarakat yang tidak memiliki barang pun bisa membeli kebutuhannya. Pasar begitu akrab dengan kehidupan masyarakat baik di kota maupun di desa (Malano, 2011).

Penetapan harga merupakan sebuah bagian yang penting dan kompleks dalam manajemen pemasaran. disatu pihak penetapan harga adalah sebuah elemen strategis yang sangat kritis, penting dalam bauran pemasaran karena menjelaskan persepsi mengenai kualitas, dengan demikian merupakan kontributor penting dalam memosisikan sebuah produk. dilain pihak, penetapan harga merupakan sebuah variabel taktis karena dapat diubah dengan cepat dalam kaitannya dengan persaingan. (Ari Setiyaningrum, 2016).

Menurut Prajnanta (2007) dalam Ferinando (2019) Sayuran bagi masyarakat Indonesia adalah kebutuhan yang harus dipenuhi dalam kehidupan sehari-hari karena manfaatnya yang begitu banyak diantaranya adalah sebagai sumber vitamin dan protein. Di Indonesia, sayuran hampir banyak dijumpai pada semua makanan. Tingkat konsumsi sayur-sayuran dan buah-buahan penduduk Indonesia sebesar 95 kkal/kapital/hari, atau 79 % dari anjuran kebutuhan minimum sebesar 120 kkal/kapital/hari. Konsumsi ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya kemampuan ekonomi, ketersediaan dan pengetahuan tentang manfaat

mengonsumsi sayur-sayuran dan buah-buahan sangat berpengaruh terhadap pola dan perilaku konsumsi.

Kebutuhan sayuran yang tersebar di seluruh daerah menjadi tantangan tersendiri dalam pendistribusian sayuran dari produsen ke konsumen. Daerah-daerah yang belum dapat memenuhi kebutuhan sayuran di daerahnya akan mengandalkan pasokan sayuran dari daerah lain yang berpotensi dalam menghasilkan sayuran. Pemenuhan kebutuhan sayuran di Kota Bengkulu sangat mengandalkan pasokan dari daerah lain yang menjadi penghasil sayuran. Daerah yang menjadi sentra sayuran merupakan daerah yang memiliki iklim yang sesuai dengan syarat tumbuh masing-masing sayuran. Daerah sentra sayuran yang ada di Kota Bengkulu adalah Kabupaten Kepahiang, Curup, Lebong, dan Pagar Alam. Hal tersebut dibuktikan dengan produksi sayuran dari daerah tersebut yang tinggi dan memegang peranan penting dalam pemenuhan sayuran di Kota Bengkulu. Pemenuhan kebutuhan sayuran untuk masyarakat yang ada di Pasar Pulau Baai Kota Bengkulu. Sangat bergantung pada jumlah produksi yang mampu dihasilkan oleh setiap daerah yang ada di Kota Bengkulu tersebut. Perkembangan produksi sayuran di Provinsi Bengkulu dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Tingkat Produksi 6 jenis Mayoritas Sayuran Yang Dijual Di Pasar Pulau Baai Kota Bengkulu Tahun 2018-2020.

No	Jenis Tanaman	Satuan	2018	2019	2020
1	Kol	Kg	121.064	107.607	118.097
2	Tomat	Kg	182.827	184.845	244.999
3	Wortel	Kg	369.427	354.442	403.900
4	Sawi putih	Kg	298.153	292.696	334.085
5	Bayam	Ikat	7.545	6.700	15.016
6	Kangkung	Ikat	29.181	30.093	36.947

Sumber : BPS - Kota Bengkulu 2018-2020

Berdasarkan Tabel 1 perkembangan produksi sayuran di Provinsi Bengkulu, dapat diketahui bahwa produksi sayuran tahun 2018 s/d 2020 menunjukkan pola yang fluktuatif. Pola fluktuatif dimaksudkan bahwa produksi setiap jenis sayuran mengalami naik turun setiap tahun. Sebagai contoh fluktuatif yang disebutkan penulis yaitu sayuran kembang kol dengan jumlah unit Kg 121.064 pada tahun 2018 mengalami penurunan pada tahun 2019, Sementara pada tahun 2020 mengalami kenaikan sedikit dibanding pada tahun 2019. Apabila di kaji secara terperinci tabel tersebut menunjukkan masalah yang sama pada semua jenis sayuran.

Seperti yang terjadi pada pedagang sayur di wilayah Pasar Pulau Baai Kota Bengkulu yang belum menggunakan perhitungan atau proses akuntansi pada usaha yang dimilikinya. Dalam mengambil keuntungan dari usahanya para pedagang sayur masih menggunakan perkiraan, atau yang diinginkan sesuai dengan biaya yang telah dikeluarkan. Mereka menjual sayuran dan hasil dari penjualan tersebut dipotong dengan modal yang dikeluarkan untuk membeli sayuran dan sisanya adalah laba atau keuntungan. Kegiatan seperti itu terus berlanjut hingga usaha yang dimilikinya mengalami perkembangan sampai saat ini. Dari kondisi seperti itu maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Penetapan Harga Jual dan Pengaruhnya terhadap Penjualan Sayuran Pada Pedagang Pengecer di Pasar Pulau Baai Kota Bengkulu”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalah adalah

1. Bagaimana metode penetapan harga jual sayuran oleh pedagang pengecer sayuran di Pasar Pulau Baai Kota Bengkulu?

2. Bagaimana pengaruh penetapan harga terhadap jumlah penjualan pedagang pengecer sayuran di Pasar pulau Baai Kota Bengkulu?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui metode penetapan harga oleh pedagang pengecer sayuran di Pasar Pulau Baai Kota Bengkulu.
2. Untuk mengetahui pengaruh penetapan harga terhadap jumlah penjualan pedagang pengecer sayuran di Pasar Pulau Baai Kota Bengkulu.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang akan dicapai pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis, diharapkan penelitian ini dapat berguna dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya tentang mengolah bisnis yang benar dalam perdagangan.
2. Bagi akademis, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi dalam penelitiannya.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi objek penelitian, yaitu pedagang sayur di pasar Pulau Baai Kota Bengkulu dalam memajukan usaha.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kusumajati.Y. (2020) dengan judul “Mekanisme Penetapan Harga Sayuran Perspektif Etika Bisnis Islam” (Study Kasus Pedagang Pasar Cendrawasih Kota Metro) Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu Berdasarkan hasil wawancara dengan para pedagang sayuran di pasar Cendrawasih Metro dapat disimpulkan bahwa proses pedagang dalam menetapkan harganya dengan memperhatikan hal-hal berikut ini: a) Pedagang menentukan dari metode tekem dan timbang, metode tersebut merupakan faktor utama dalam menentukan harga jualnya. b) Kualitas sayuran, karena harga sayuran juga dilihat dari kualitasnya. Sayuran dengan kualitas yang baik dengan harga yang tinggi sedangkan sayuran dengan kualitas yang kurang baik dengan harga yang rendah. c) Biaya atau modal awal mengambil sayuran tersebut dari pedangan lain atau petani, sebab jika pedangan mengambil sayuran dari pedagang lain maka harganya biasanya berbeda bahkan bisa diatas dari harga petani yakni mulai dari harga Rp.1500,- sampai Rp.2500/kg nya, sedangkan jika langsung dari petani maka harga kemungkinan akan sedikit murah yakni mulai dari Rp.1000.- sampai dengan

Rp.2000/kg nya bahkan jika mengambil sayuran dalam skala sedang ataupun besar harga akan semakin murah yakni Rp.500,- sampai dengan Rp.1500,- untuk per kg nya.

Penelitian yang dilakukan Gunawan. D (2018) tentang “Saluran Distribusi Dan Penetapan Harga Sayuran Pada Pedagang Besar Dan Pedagang Pengecer Kota Banda Aceh”. Dari hasil penelitian di lapangan penulis yaitu, Dari hasil penelitian diperoleh sampel pedagang besar sebanyak 5 orang dengan masing–masing mempunyai volume yang berbeda dan mengeluarkan biaya pemasaran yang berbeda–beda juga seperti ongkos, gaji, tempat (lapak), retribusi, dan kemasan. Untuk komoditi bawang merah rata – rata mempunyai volume beli sebanyak 210 kg/hari dan volume jual sebanyak 110 kg/hari. Untuk komoditi cabai merah rata – rata mempunyai volume beli 370 kg/hari dan volume juals sebanyak 200 kg/hari. Dan untuk komoditi tomat rata – rata mempunyai volume beli sebanyak 180 kg/hari dan volume jual sebanyak 70kg/hari. Dan total rata – rata biaya pemasaran yg dikeluarkan sebesar Rp. 46.307.200,- per tahun. Kemudian untuk pedagang pengecer diperoleh sampel sebanyak 25 orang dengan masing – masing mempunyai volume yang berbeda dan mengeluarkan biaya pemasaran yang berbeda – beda juga seperti ongkos, gaji, tempat (lapak), retribusi, dan kemasan. Untuk komoditi bawang merah rata – rata mempunyai volume beli sebanyak 41,75 kg/hari dan volume jual 32 kg/hari. Untuk komoditi cabai merah rata – rata mempunyai volume sebanyak beli 49 kg/hari dan volume jual sebanyak 36,75 kg/hari. Dan untuk komoditi tomat rata – rata mempunyai volume beli sebanyak 35,75 kg/hari dan volume jual sebnyak 25 kg/hari. Dan total rata – rata biaya pemasaran yg dikeluarkan sebesar Rp. 41.250.000,- per tahun.

Penelitian yang dilakukan Fajar. A (2016) tentang “Analisis Penetapan Harga Jual Produk Markisa Pada Pt. Bintang Dunia Factory (Karya Kita) Makassar”. Dari hasil

penelitian menunjukkan bahwa Berdasarkan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dalam penulisan skripsi ini ditarik kesimpulan yaitu. 1) PT. Bintang Dunia Factory bahwa penetapan yang telah ditetapkan oleh perusahaan sudah tepat tetapi belum dapat meningkatkan volume penjualan sehingga laba yang diperoleh belum maksimal pada PT. Bintang Dunia Factory (Karya Kita), dengan metode harga jual normal, metode penentuan harga jual normal seringkali disebut dengan istilah Cost Plus Pricing yaitu penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan diatas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk. 2) Berdasarkan hasil analisis maka diperoleh data bahwa perhitungan penetapan harga jual sudah tepat tetapi belum dapat meningkatkan penjualan sehingga laba yang diperoleh belum maksimal. untuk meningkatkan volume penjualan Markisa botol pada PT. Bintang Dunia Factory (Karya Kita) Makassar bahwa harga harus diturunkan sebesar Rp.100,- dari harga awalnya. 3) Harga jual yang tepat pada tahun 2013 adalah Rp.3.200,- karena memberikan laba yang optimal sebesar Rp.883.070.987,- dan pada tahun 2014 adalah Rp.3.400,- karena memberikan laba yang optimal sebesar Rp.1.281.901.018,- dan pada tahun 2015 adalah Rp.3.900,- karena memberikan laba yang optimal sebesar Rp. 1.727.579.515.-

Landasan Teori

2.1.1. Sayuran

Sayur merupakan tanaman hortikultura atau tanaman musiman yang memiliki warna, rasa, aroma dan kekerasan yang berbeda. Kandungan yang terdapat dalam sayur berupa vitamin dan mineral yang mampu menjaga tubuh agar tetap bugar. Sedangkan buah merupakan produk yang dikonsumsi sebagai makanan penutup atau desserts. Kandungan

gizi setiap buah berbeda namun umumnya buah merupakan sumber vitamin A, vitamin B, dan mineral (Eri et al., 2019).

Sayur (sawi, kacang panjang, cabai besar, cabai rawit, tomat, terong, kangkung, bayam, wortel, dll) adalah kelompok komoditas pangan yang pada umumnya sangat banyak dikonsumsi oleh masyarakat, baik sebagai sayuran mentah (lalapan) ataupun dengan cara dimasak terlebih dahulu. Mengonsumsi sayuran memberi sumbangan terutama vitamin A dan C, serta serat yang sangat penting bagi tubuh. Komposisi utama pada sayuran adalah air dan mineral 70%- 90%. Kandungan protein dan lemak sangat sedikit yaitu 5%-6%. Sayuran diklasifikasikan sebagai tanaman hortikultura. Umur panen sayuran pada umumnya relatif pendek kurang dari satu tahun dan secara umum bukan merupakan tanaman musiman, artinya hampir semua jenis sayuran dapat di jumpai sepanjang tahun, tidak mengenal musim. Karakteristik ini sedikit berbeda dengan beberapa jenis buah bahkan seperti manga, durian dan sebagainya yang hanya dijumpai pada musim-musim tertentu satu kali dalam satu tahun (Ismunadji, 1998) dalam Nurisra (2020).

Berbagai kajian telah membuktikan bahwa konsumsi sayuran dan buah-buahan yang cukup, turut berperan dalam menjaga kenormalan tekanan darah, kadar gula dan kolesterol darah, konsumsi sayuran dan buah yang cukup juga menurunkan risiko sulit buang air besar dan kegemukan. (Kemenkes, 2016). Menurut Kemenkes (2016), berdasarkan rekomendasi *World Health Organization* (WHO) untuk hidup sehat sayuran dan buah-buahan dikonsumsi sekitar 400 gram per kapita per hari. Terdiri dari konsumsi sayuran sekitar 250 gram dan buah sekitar 150 gram per hari.

2.1.2. Penetapan Harga Jual

Harga adalah salah satu faktor penting bagi perusahaan, jadi perusahaan

hendaknya mempertimbangkan dengan baik setiap keputusan terkait masalah harga, karena kesalahan dalam menetapkan harga akan mempengaruhi volume penjualan perusahaan. Dimana apabila harga yang ditetapkan terlalu mahal, maka akan terjadi kemungkinan penurunan pendapatan karena pelanggan akan mencari produk yang lebih murah harganya. Sedangkan apabila harga terlalu rendah, maka kemungkinan biaya produksi tidak akan tertutupi karena barang yang dijual banyak tetapi pendapatan yang diterima sedikit sehingga menimbulkan kerugian terhadap perusahaan. (Dewantoro.S 2015)

Penetapan harga merupakan masalah bagi suatu perusahaan karena penetapan harga ini bukanlah kekuasaan atau kewenangan yang mutlak dari seorang pengusaha. Dengan penetapan harga perusahaan dapat menciptakan hasil penerimaan penjualan dari produk yang dihasilkan dan dipasarkan Kolter.P (2007). Penetapan harga adalah penentuan harga jual produk suatu perusahaan. Sedangkan dalam kamus istilah ekonomi penetapan harga adalah suatu proses untuk menentukan seberapa besar pendapatan yang akan diperoleh atau diterima oleh perusahaan dari produk atau jasa yang telah dihasilkan.

Penetapan harga dipengaruhi oleh beberapa faktor baik faktor internal maupun faktor eksternal:

a. Faktor internal yang mempengaruhi penetapan harga adalah:

1.) Tujuan Pemasaran Sebelum menetapkan harga perusahaan menetapkan strategi untuk produk. Jika perusahaan telah memiliki pasar sasaran, menentukan posisi dan strategi baruan pemasaran dengan cermat maka strategi akan lebih efektif.

2.) Strategi Baruan Pemasaran Harga merupakan salah satu dari sarana baruan pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan. Penetapan harga harus dikoordinasikan dengan desai produk, distribusi, penetapan

promosi untuk membentuk program pemasaran yang konsisten dan efektif. Dalam hal ini harga merupakan faktor penting yang menentukan pasar produk, persaingan dan desain. Dengan demikian perusahaan harus mempertimbangkan seluruh baruan pemasaran pada waktu penetapan harga. Jika produk diposisikan pada faktor bukan harga, keputusan tentang kualitas, promosi dan distribusi akan sangat mempengaruhi harga. Jika harga dipandang sebagai faktor penentu posisi yang penting, harga akan sangat berpengaruh pada pengambilan keputusan tentang elemen baruan pemasaran yang lain. Pada umumnya perusahaan akan mempertimbangkan semua keputusan baruan pemasaran secara bersama pada waktu pengembangan program pemasaran.

3.) Biaya merupakan faktor yang menjadi dasar penetapan harga yang diharapkan pada produk. Perusahaan menginginkan agar harga yang diterapkan dapat mencakup semua biaya untuk memproduksi, mendistribusi dan menjual produk serta tingkat laba yang sesuai dengan upaya yang dilakukan dan risiko yang dihadapi. Biaya perusahaan merupakan elemen penting dalam strategi penetapan harga. Banyak perusahaan yang berusaha untuk menekan biaya dalam industri

b. Faktor eksternal yang mempengaruhi penetapan harga

1.) Pasar dan Permintaan

Apabila biaya menentukan batas bagian bawah harga, pasar, dan permintaan menentukan batas bagian atasnya, konsumen menyeimbangkan antara harga produk atau jasa dengan manfaat yang diperolehnya. Dengan demikian sebelum harga ditetapkan perusahaan harus memahami hubungan antara harga dan permintaan atas produknya.

2.) Persepsi Konsumen Terhadap Harga dan Nilai

Pada waktu penetapan harga, perusahaan harus mempertimbangkan persepsi konsumen terhadap harga dan cara persepsi tersebut mempengaruhi keputusan baruan pemasaran yang lain nya, harus diarahkan kepada konsumen. Ketika konsumen membeli suatu produk, mereka menukrkan suatu nilai (harga) untuk mendapatkan sesuatu untuk dimiliki atau dimanfaatkan. Penetapan harga berorientasi pembeli yang efektif meliputi pemahaman tentang besarnya nilai manfaat yang mereka peroleh dari produk dan penetapan harga yang sesuai dengan nilai tersebut. Manfaat ini dapat dirasakan dalam bentuk nyata Jika konsumen menilai harga suatu produk lebih besar dari pada nilainya, mereka tidak akan membelinya, jika produk lebih dari pada hrganya mereka akan membelinya. Tjiptono. F (2000) dalam Kusumajati. Y (2020).

Titik berat dari pada proses penetapan harga adalah harga pada berbagai pasar. Untuk ini, harga suatu barang mungkin merupakan struktur yang kompleks dari pada syarat-syarat penjualan yang saling berhubungan. Setiap perubahan dari pada struktur tersebut merupakan keputusan harga dan akan mengubah pendapatan yang diperoleh. Peranan perusahaan dalam proses penetapan harga jual barangnya sangat berbeda-beda, tergantung dari pada bentuk pasar yang dihadapinya. Menurut Soemarso (2005) ada tiga bentuk penetapan harga jual, yakni :

1. Penetapan harga jual oleh pasar (*Market Pricing*) Dalam bentuk penetapan harga jual ini, penjual tidak dapat mengontrol sama sekali harga yang dilempar di pasaran. Harga disini betul-betul ditetapkan oleh mekanisme penawaran dan permintaan. Dalam keadaan seperti ini, penjual tidak bisa menetapkan harga jual.

2. Penetapan harga jual oleh pemerintah (*Government Controlled Pricing*) Dalam beberapa hal, pemerintah berwenang untuk menetapkan harga barang/jasa, terutama untuk barang/jasa yang menyangkut kepentingan umum. Perusahaan/penjualan yang bergerak dalam eksploitasi barang/jasa tersebut di atas tidak dapat menetapkan harga jual barang/jasa.
3. Penetapan harga jual yang dapat dikontrol oleh perusahaan (*Administered or Business controlled pricing*) Pada situasi ini, harga ditetapkan sendiri oleh perusahaan. Penjual menetapkan harga dan pembeli boleh memilih “membeli atau tidak”. Harga ditetapkan oleh keputusan dan kebijaksanaan yang terdapat dalam perusahaan, walaupun faktor-faktor mekanisme penawaran dan permintaan, serta peraturan-peraturan pemerintah tetap diperhatikan. Sampai seberapa jauh perusahaan dapat menetapkan harga, tergantung pada tingkat diferensiasi produk, besar perusahaan dan persaingan.

2.1.3. Tujuan Penetapan Harga Jual

Tujuan penetapan harga dalam perusahaan merupakan dasar atau pedoman bagi perusahaan kegiatan pemasaran termasuk penetapan harga. Pada umumnya penjual mempunyai beberapa tujuan dalam penetapan harga produknya. Tujuan tersebut antara lain:

a.) Mendapatkan Laba Maksimum

Dalam praktek, terjadinya harga memang ditentukan oleh penjual dan pembeli. Makin besar daya beli konsumen, semakin besar pula kemungkinan bagi penjual untuk menetapkan tingkat harga yang lebih tinggi. Dengan demikian penjual mempunyai harapan untuk mendapatkan keuntungan maksimum sesuai dengan kondisi yang ada. Swastha. B (1983) dalam Kusumajati. Y (2020).

b.) Meraih Pangsa Pasar

Untuk menarik perhatian para konsumen yang menjadi target market atau target pasar, maka salah satu perusahaan sebaiknya menetapkan harga serendah mungkin. Dengan harga turun maka akan memicu peningkatan permintaan yang juga datang dari market share pesaing atau kompetitor, sehingga ketika pasar tersebut di peroleh maka harga akan disesuaikan dengan tingkat laba yang diinginkan oleh karena itu banyak perusahaan yang melakukan penetrasi pasar dengan cara menetapkan harga yang relatif rendah dari harga pasaran, sehingga memperoleh share pasar yang lebih besar. Assauri. S (2002) dalam Kusumajati. Y (2020).

c.) Mencapai Tingkat Hasil Penerimaan Penjualan Maksimum

Perusahaan menetapkan harga untuk memaksimumkan penerimaan penjualan pada masa itu. Tujuan itu hanya mungkin dicapai, apabila terhadap kombinasi harga dan kualitas produk yang dapat menghasilkan tingkat pendapatan yang paling besar.

d.) Mencegah atau Mengurangi Persaingan

Tujuan mencegah atau mengurangi persaingan dapat dilakukan melalui kebijakan harga. Hal ini dapat diketahui bila mana para penjual menawarkan barang dengan harga yang sama. Oleh karena itu persaingan hanya mungkin dilakukan tanpa melalui kebijaksanaan harga, tetapi servis lain.

e.) Mempertahankan atau Memperbaiki Market Share

Memperbaiki market share hanya mungkin dilaksanakan dimana kemampuan dan kapasitas produksi perusahaan masih cukup longgar, disamping juga kemampuan di bidang lain seperti bidang pemasaran, keuangan, dan sebagainya. Dalam hal ini harga merupakan faktor yang penting. Bagi perusahaan yang kecil mempunyai kemampuan

yang sangat terbatas, biasanya penetapan harga ditunjukkan untuk sekedar mempertahankan market share. Perbaikan market share kurang diutamakan, lebih-lebih apabila persaingan sangat ketat.

2.1.4. Metode Penentuan Harga Jual

Menurut Sujarweni, (2015) terdapat tiga metode penetapan harga jual, yaitu:

1. Metode penetapan harga jual berdasarkan biaya

Metode penentuan harga jual yang berdasarkan biaya dalam bentuk yang paling sederhana, yaitu:

a. *Cost plus pricing method*

Penentuan harga jual *cost plus pricing*, biaya yang digunakan sebagai dasar penentuan, dapat didefinisikan sesuai dengan metode penentuan harga pokok produk yang digunakan. Dalam menghitung *Cost plus pricing*, digunakan rumus:

$$\text{Harga jual total} = \text{Biaya total} + \text{Marjin}$$

b. *Mark up pricing method*

Mark up pricing banyak digunakan oleh para pedagang. Para pedagang akan menentukan harga jualnya dengan cara menambahkan *Mark up* yang diinginkan pada harga beli per satuan. Persentase yang ditetapkan berbeda untuk setiap jenis barang. Dalam menghitung harga jual, menggunakan Rumus:

$$\text{Harga jual} = \text{Harga beli} - \text{Mark up}$$

c. Penetapan Harga BEP (*Break Even Point*)

Metode penetapan harga berdasarkan keseimbangan antara jumlah total biaya keseluruhan dengan jumlah total penerimaan keseluruhan. Rumus:

$$\text{BEP} = \text{Total Biaya} = \text{Total Penerimaan}$$

2. Metode penetapan harga jual berdasarkan harga pesaing/competitor Penetapan harga dilakukan dengan menggunakan harga competitor sebagai bahan referensi. Dalam prakteknya penetapan harga ini cocok untuk produk standar dengan kondisi pasar oligopoly (pasar dimana penawaran satu jenis barang dikuasai oleh beberapa perusahaan). Untuk memenangkan persaingan dan meraih konsumen sebanyak-banyaknya digunakan strategi harga. Strategi harga jual ini misalnya menetapkan harga di bawah harga pasar dengan maksud untuk meraih pangsa pasar.
3. Penetapan harga berdasarkan permintaan Penetapan harga jual dilakukan dengan menganalisis konsumen. Konsumen diminta untuk memberikan pernyataan apakah konsumen merasa harga murah, terlalu murah, terasa mahal dan terlalu mahal dan dikaitkan dengan kualitas yang diterima.

2.1.5. Pedagang Pengecer

Pedagang yang berinteraksi dengan konsumen secara langsung di suatu pasar tradisional adalah pedagang eceran. Indonesia sebagai Negara berkembang tentunya ingin mengetahui bagaimana awal mula perkembangan perdagangan eceran dan distribusi itu dengan mengacu pada perkembangan dinegaraluar karena dalam perkembangannya perdagangan eceran memiliki peranan penting sebagai titik penghubung antara konsumen akhir dengan anggota saluran distribusi lainnya (Setiawan, 2012).

Berikut ini beberapa pengertian pedagang eceran, penjualan eceran atau ritel dari beberapa sumber buku:

- 1) Menurut Tjiptono (2008) dalam Cahaya (2018), Pedagang eceran (*retailing*) merupakan semua kegiatan penjualan barang dan jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk pemakaian pribadi dan rumah tangga, bukan untuk keperluan bisnis.
- 2) Berman (2007), penjualan eceran adalah tingkat terakhir dan proses distribusi, yang didalamnya terdapat aktivitas bisnis dalam penjualan barang atau jasa kepada konsumen.

Dari kedua pendapat diatas memiliki esensi yang sama, bahwa yang dikategorikan penjualan eceran adalah suatu mekanisme penjualan produk atau jasa ke konsumen akhir.

fungsi penjual eceran sebagai berikut :

- 1) Mengadakan tersedianya pilihan akan kombinasi sesuai dengan yang digunakan oleh konsumen.
- 2) Memberikan penawaran produk dan jasa pelayanan dalam unit yang cukup kecil sehingga memungkinkan para konsumen memenuhi kebutuhannya.
- 3) Menyediakan pertukaran nilai tambah dari produk (read exchange of value).
- 4) Mengadakan transaksi dengan para konsumennya.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Definisi Oprasional dan Pengukuran Variabel

Sehubungan dengan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, maka menyamakan persepsi tentang variabel yang digunakan diberikan pengertian dan uraian melalui definisi operasional sebagai berikut :

1. Pedagang Pengecer adalah kegiatan usaha menjual barang atau jasa kepada perorangan untuk keperluan diri sendiri, keluarga atau rumah tangga. Pedagang pengecer merupakan mata rantai yang penting dari saluran distribusi yang menghubungkan keseluruhan dari bisnis dan orang-orang yang mencakup perpindahan secara fisik dan transfer kepemilikan barang atau jasa dari produsen kepada konsumen.
2. Sayuran Jika didefinisikan lebih lanjut, sayuran merupakan semua jenis tanaman yang dapat dikonsumsi atau disantap baik itu yang diambil dari akarnya, batangnya, daunnya, bijinya, bunganya atau bagian lain yang dipergunakan untuk diolah bagian tersebut menjadi masakan. Jenis-jenis sayurannya yakni : kol (kg), tomat (kg), wortel (kg), sawi putih (kg), bayam (ikat), kangkung (ikat). Dan lain-lainnya.
3. Kebijakan Penetapan Harga adalah pernyataan sikap manajemen terhadap penentuan harga jual produk atau jasa. Kebijakan tersebut tidak menentukan harga jual, namun menetapkan faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dan aturan dasar yang perlu diikuti dalam penentuan harga jual.
4. Harga merupakan faktor yang paling sulit diantara unsur-unsur dalam bauran pemasaran pedagang lainnya dan harga juga merupakan satu-satunya unsur yang bakal mendatangkan laba bagi pedagang pengecer. Sebuah toko dapat menjadi terkenal karena

harga jual yang ditetapkan cukup murah atau harga jual yang ditetapkan merupakan harga pasti. Berdasarkan hal itu, pengecer harus dapat menetapkan harga yang tepat untuk barang-barangnya, sehingga kelancaran penjualan barang akan lebih terjamin.

5. Penjualan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan. Penjualan juga berarti proses kegiatan menjual, yaitu dari kegiatan penetapan harga jual sampai produk di distribusikan ke tangan konsumen (pembeli).

Batasan Masalah

Batasan komoditas sayuran dalam penelitian ini adalah 6 jenis sayuran yakni : 1.Kol (kg), 2.Tomat (kg), 3.Wortel (kg), 4.Sawi putih (kg), 5.Bayam (ikat), 6.Kangkung (ikat).