

# PENETAPAN HARGA JUAL BUAH JERUK OLEH PEDAGANG PENGECEK (STUDI KASUS PADA PEDAGANG PENGECEK BUAH DI KAWASAN KOTA SUMENEP)

Rika Diananing Putri<sup>1)</sup>, Isdiantoni<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Prodi Teknologi Hasil Pertanian, Fakultas Pertanian Universitas Wiraraja

<sup>2)</sup>Prodi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Wiraraja

e-mail : [rikadepe@wiraraja.ac.id](mailto:rikadepe@wiraraja.ac.id)

## Abstrak

Peran pedagang pengecer buah jeruk dalam menciptakan permintaan efektif terhadap buah jeruk oleh konsumen, dimana konsumen didalam membuat keputusan pembelian dan besarnya jumlah pembelian buah jeruk sangat ditentukan oleh kepantasan harga, maka penetapan harga penjualan menjadi hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Responden pada penelitian ini adalah pedagang pengecer buah yang berjualan di kawasan Kota Sumenep. Metode pengambilan contoh dilakukan secara acak sederhana (*simple random sampling*), penggunaan metode ini didasarkan pada kesamaan (homogenitas) dari populasi yaitu sebagai pedagang buah dan buah yang diperdagangkan juga sama. Data utama yang diperlukan pada penelitian ini adalah data primer yang bentuknya kuantitatif dan kualitatif yang bersumber dari pedagang pengecer buah jeruk di kawasan Kota Sumenep. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan melihat berbagai pertimbangan yang dilakukan oleh pedagang pengecer buah jeruk dalam melakukan penetapan harga. Penetapan harga dihitung dengan menggunakan metode harga pokok berdasarkan pertimbangan biaya. Dalam hal menyediakan buah-buahan yang akan diperdagangkan, baik terhadap jenis maupun jumlahnya para pedagang pengecer buah umumnya mempertimbangkan besarnya tingkat permintaan (disukai konsumen), dan daya tahan buah untuk menghindari resiko kerugian. Penyediaan (pembelian) buah dilakukan melalui pedagang besar buah-buahan yang ada di Kota Sumenep, dimana pasokan buahnya berasal dari pasar buah di Kota Surabaya. Kebijakan penetapan harga yang dilakukan oleh para pedagang pengecer buah dilakukan dengan mempertimbangkan biaya (harga beli), harga pesaing dan elemen individu buah jeruk.

**Kata kunci:** *pedagang pengecer, pola penyediaan buah, penetapan harga*

## PENDAHULUAN

Kabupaten Sumenep, merupakan salah satu kabupaten dari 4 kabupaten yang berada di Pulau Madura dan termasuk dalam wilayah dataran rendah dengan ketinggian tempat berkisar antara 80 hingga 100 meter di atas permukaan laut. Seperti kabupaten lainnya di Pulau Madura, bulan basah hanya terjadi sebanyak 4 bulan dengan curah hujan rata-rata 1.077 mm/tahun. Jeruk keprok Madura dipanen pada tingkat kematangan 90% dan umumnya dijual dengan kepada pedagang pengumpul secara tebasan dengan kisaran harga Rp. 2775/kg. Sasaran pemasarannya lebih banyak ke pasar lokal (pedagang pengecer), yaitu sebesar 60% sementara ke pasar luar kabupaten dengan tujuan Kota Surabaya sebesar 40%. Dengan demikian, peran lembaga pemasaran khususnya pedagang pengecer buah jeruk sangat penting dalam menciptakan permintaan

efektif buah jeruk oleh konsumen, sehingga kegiatan pemasaran merupakan hal yang sangat penting setelah selesainya produksi pertanian. Jika pemasarannya tidak lancar dan tidak memberikan harga yang layak bagi petani, maka kondisi ini akan mempengaruhi motivasi petani, sebab harga merupakan faktor perangsang bagi petani didalam berusaha. Melihat pentingnya peran pedagang pengecer buah jeruk dalam menciptakan permintaan efektif terhadap buah jeruk oleh konsumen, dimana konsumen didalam membuat keputusan pembelian dan besarnya jumlah pembelian buah jeruk sangat ditentukan oleh kepantasan harga, maka penetapan harga penjualan menjadi hal yang sangat penting untuk diperhatikan.

## METODE

Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*porposive*), yaitu dilakukan terhadap pedagang pengecer buah di kawasan kota Kabupaten Sumenep. Penentuan lokasi didasarkan atas pertimbangan, bahwa di daerah tersebut terdapat banyak pedagang pengecer buah dan telah berusaha (berdagang) sejak lama. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data tersebut adalah *sample survey*. Survey terhadap sampel merupakan suatu studi dimana informasi dikumpulkan dari sebagian unsur populasi yang dipilih (sampel) untuk mewakili seluruh unsur populasi (Suparmoko, 1999). Pengumpulan informasi dilakukan dengan wawancara langsung, pengisian kuesioner dan observasi yang dilakukan setiap minggu dalam waktu 3 bulan. Besarnya jumlah contoh menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Prijana dan Semendison (2005):

$$n_o = \frac{t^2 \cdot (p \cdot q)}{d^2}$$

dimana :

- n : sampel (*size of sample*)  
 n<sub>o</sub> : sampel asumsi  
 t : koefisien kepercayaan (1,96 ditentukan peneliti)

d : sampling eror (0,05 ditentukan peneliti)

p & q : parameter proporsi binomial (50% : 50% ditentukan peneliti)

N : Populasi (*size of populasi*)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Pedagang Pengecer Buah

Responden pada penelitian ini merupakan pedagang pengecer buah, yang kesehariannya berjualan di kawasan Kota Kabupaten Sumenep. Berdasarkan metode pengambilan contoh yang dilakukan secara acak sederhana (*simple random sampling*), dengan menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Prijana dan Semendison (2005), didapatkan jumlah contoh sebanyak 8 (delapan) orang pedagang pengecer buah. Dari hasil penelitian didapatkan gambaran umum karakteristik pedagang buah, yang meliputi status kepemilikan tempat usaha, umur, tingkat pendidikan, lamanya berdagang buah, dan waktu berjualan (buka kios).

### Pola Penyediaan dan Penjualan Buah

Tabel 4.2 yang dapat menginformasikan derajat pertimbangan dari para pedagang pengecer buah dalam menentukan buah yang akan diperdagangkan dan besarnya jumlah buah yang akan dibeli (diperdagangkan).

Tabel 4.2 Derajat Pertimbangan Pedagang Pengecer Buah dalam Menentukan Buah yang akan Diperdagangkan dan Jumlah Pembeliannya

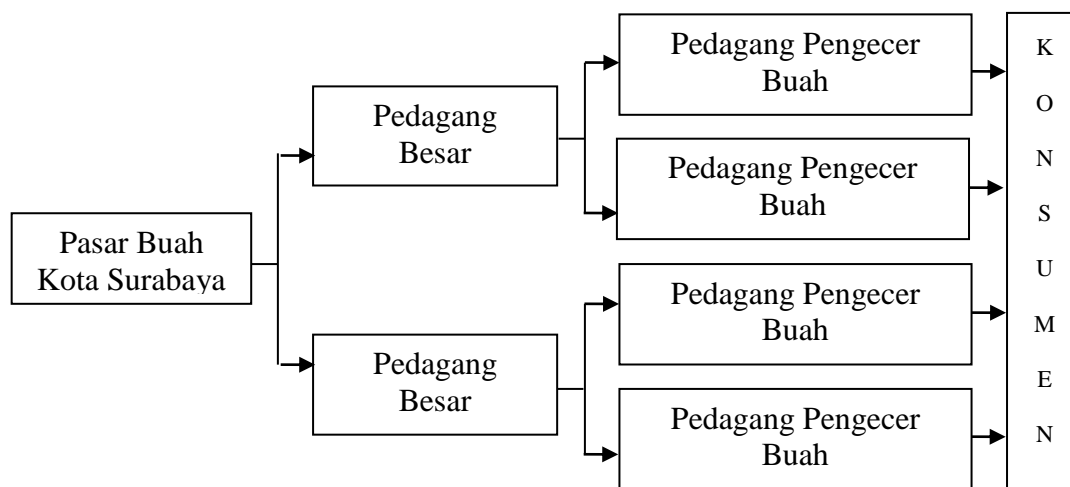
No	Derajat Pertimbangan			
	Buah yang akan Dijual	Nilai (%)	Jumlah Pembelian	Nilai (%)
1	disukai pembeli/konsumen	29.32	besarnya permintaan	31.62
2	keuntungannya besar	28.92	dayatahan buah	28.68
3	banyak digunakan hajatan/pesta	11.65	kemampuan modal	14.71
4	gampang memperolehnya	11.24	kemudahan memperoleh	13.97
5	resikonya kecil/tahan simpan	10.84	kecenderungan harga	7.35
6	pembayarannya bisa dicicil	8.03	perbedaan harga pembelian	3.68
		100		100

**Tabel 4.2** memberikan informasi, bahwa pertimbangan terhadap buah yang akan diperdagangkan, dimaksudkan agar buah yang akan dijual dimanati oleh konsumen. Para pedagang pengecer buah, menjadikan buah-buahan yang disukai konsumen sebagai pertimbangan utama (29,32%), dengan harapan buah-buahan yang diperdagangkan dapat diserap seluruhnya oleh pasar. Dengan demikian resiko adanya buah tidak laku dapat di hindari. Selanjutnya disusul oleh besarnya keuntungan (28.92%) sebagai pertimbangan kedua dan banyaknya buah yang digunakan pada saat hajatan sebagai pertimbangan ketiga (11.65%). Dalam kaitannya dengan jumlah buah yang akan dibeli (diperdagangkan), para pedagang pengecer buah menjadikan besarnya permintaan sebagai pertimbangan utama (31.62%). Untuk pertimbangan berikutnya adalah daya tahan buah dari kerusakan (28.68%), hal ini sangat berkait erat dengan sifat buah-buahan yang cepat

rusak (tidak tahan simpan). Hal ini dilakukan untuk menghindari para pedagang pengecer buah dari kerugian, karena buah yang busuk (rusak) tidak akan dapat dijual. Perimbangan ketiga, dalam hal menentukan jumlah pembelian buah adalah kemampuan permodalan dari para pedagang (14.71%).

#### Pasokan dan penjualan buah

Buah-buahan yang diperdagangkan oleh para pedagang pengecer buah, di kawasan Kota Sumenep pada umumnya diperoleh atau berasal dari luar Kabupaten Sumenep, yaitu berasal dari pasar buah di Surabaya. Buah-buahan yang terkadang di pasok oleh para petani di Kabupaten Sumenep, hanya terbatas pada buah semangka, jeruk dan rambutan. Pasokan ini terjadi pada saat musim panen buah tersebut tiba, itupun hanya sebagian kecil atau sekitar 14.59% dari total buah yang diperdagangkan.



**Gambar 4.2** Pola Penyediaan Buah-buahan pada Pedagang Pengecer Buah

Para pedagang pengecer buah, dalam melakukan pembelian umumnya melalui pedagang besar yang ada di Kabupaten Sumenep, yang hanya terdapat 2 (dua) orang pedagang besar yang disebut “*juragan*”. Gambar 4.2 menginformasikan para pedagang pengecer buah, akan melakukan

pemesanan berbagai jenis buah yang akan diperdagangkan kepada *juragan*-nya (pedagang besar buah) dalam jumlah tertentu, selanjutnya para pedagang pengecer akan mengambil buah-buahan pesannya di gudang buah milik *sang juragan*. Rata-rata pedagang besar buah ini, melakukan pembelian ke Surabaya 2 – 3

kali seminggu. Aktivitas pembelian buah ini akan meningkat, bahkan dilakukan setiap hari pada saat banyak acara pernikahan dan keagamaan khususnya pada Bulan *Maulid*.

Khusus untuk pembelian buah jeruk, para pedagang pengecer buah rata-rata melakukan pembelian sejumlah

98.5kg untuk setiap kali pembelian. Untuk kemampuan penjualan rata-rata para pedagang pengecer buah mampu menjual dalam jumlah 14kg per hari. Gambaran secara lengkap kemampuan pedagang pengecer buah dalam melakukan penjualan buah jeruk tersaji pada **Tabel 4.3**.

Tabel 4.3 Sebaran Kemampuan Pedagang Pengecer Buah dalam Melakukan Pembelian dan Penjualan.

No Resp	Jml Setiap pembelian (kg)	Kemampuan Penjualan per hari (kg)		% tambahan dari keadaan normal
		Normal	Maulid	
1	18	5.5	25	455
2	10	2.5	12	480
3	150	12.5	58	464
4	70	18	86	478
5	375	50	232	464
6	69	12	57	475
7	47	7.5	34.5	460
8	49	5.5	26.5	482
<b>Rata-rata</b>	<b>98.5</b>	<b>14</b>	<b>66</b>	<b>469.64</b>

Tabel 4.3 memberikan gambaran, bahwa kemampuan para pedagang pengecer buah dalam menjual buah jeruk rata-rata 14kg per hari. Jumlah penjualan tersebut akan meningkat sangat tinggi pada saat masyarakat banyak melakukan kegiatan sosial keagamaan, khususnya dalam memperingati kelahiran Nabi Muhammad (Maulid). Besarnya peningkatan penjualan, rata-rata dapat mencapai 49.64 persen dari keadaan normal. Keadaan tersebut menjadikan para pedagang pengecer buah, mempertimbangkan pemanfaatan buah pada saat *hajatan* (aktivitas social keagamaan), dalam hal menentukan jumlah pembelian buah (lihat Tabel 4.2)

### Kebijakan Penetapan Harga Jual

Hanafiah dan Saefudin (1986), mendefinisikan harga suatu barang sebagai nilai pasar (nilai tukar) dari barang tersebut yang dinyatakan dalam jumlah uang. Harga merupakan suatu hal yang sangat penting dalam aktivitas pemasaran atau

perdagangan suatu barang/komoditi, baik bagi penjual atau pedagang maupun pembeli atau konsumen. Bagi penjual harga akan menentukan volume penjualan, marge (laba) dan pengeluaran (*expenses*) dari usahanya.

Para pedagang pengecer buah di kawasan Kota Sumenep, dalam mendapatkan pasokan buah (membelinya) termasuk buah jeruk, berasal dari pedagang besar buah-buahan di Kabupaten Sumenep, yang hanya berjumlah 2 Orang pedagang. Dalam keadaan demikian, maka para pedagang pengecer buah diposisikan sebagai penerima harga (*price taker*), sehingga harga buah yang diterima oleh para pedagang pengecer buah relatif sama terhadap jenis buah yang sama, karena harga sudah ditentukan oleh pedagang besar.

Pada saat para pedagang pengecer buah melakukan aktivitas penjualan, dimana jumlah pedagang buah yang sedikit dibandingkan dengan jumlah pembeli (konsumen), dimana sebanyak 5

responden atau 62,5% menyatakan cukup kenal diantara para pedagang tersebut, maka pada saat itu para pedagang pengecer buah bertindak sebagai pembentuk harga (*price maker*). Meskipun dari para pedagang pengecer buah terdapat persaingan, namun pada kenyataannya struktur pasarnya berbentuk monopolistic, karena jumlah pembelinya juga tidak terlalu banyak.

Di Kabupaten Sumenep, mengkonsumsi buah-buahan belum menjadi suatu kebiasaan umum, sehingga jumlah konsumennya juga tidak terlalu banyak. Disamping itu komoditi (buah-buahan) yang diperdagangkan sudah sedikit *terdiferensiasi*, dalam bentuk kualitas produk (kesegaran buah) dan ragam buah yang diperdagangkan. Menurut Sunyoto (2013), adanya *diferensiasi* pada buah-buahan yang diperdagangkan, akan membuat produsen (pedagang pengecer buah) mampu mempengaruhi harga. Adanya perbedaan corak barang akan membuat konsumen dapat memilih produk seperti apa yang lebih disukai.

Lebih lanjut Nitisemito (1981), menyatakan dalam bentuk persaingan apapun, maka harga suatu barang/jasa harus selalu menjamin kelangsungan hidup suatu perusahaan, sebab tujuan mendirikan perusahaan bukan untuk satu dua tahun, melainkan untuk jangka waktu yang panjang. Untuk itu suatu perusahaan dalam menetapkan harga jual harus selaluberpedoman pada harga pokok, sebab jika menetapkan harga di bawah harga pokok maka perusahaan akan rugi, sehingga kelangsungan perusahaan tidak terjamin.

Faktor utama yang menjadi bahan pertimbangan perusahaan dalam menetapkan harga pokok menurut Limbon dan Sitorus (1987), adalah (1) biaya produksi (2) harga pesaing dan harga barang substitusi serta (3) kekhasan/keunikan dari produk yang dihasilkan. Sejalan dengan pendapat tersebut, dari

hasil penelitian teridentifikasi bahwa pertimbangan penetapan harga jual buah jeruk oleh pedagang pengecer buah di kawasan Kota Sumenep, juga mempertimbangkan biaya, harga pesaing dan elemen individual dari buah jeruk.

### Harga jual didasarkan pada biaya

Penetapan harga jual atas biaya, memerlukan pencatatan terhadap biaya-biaya yang ditimbulkan dari aktivitas usahanya, sehingga penetapan harga jual sebesar biaya ditambah laba normal untuk memaksimalkan laba jangka pendek dapat ditentukan dengan tepat. Dalam menetapkan harga jual buah jeruk, para pedagang pengecer buah hanya didasarkan pada biaya variabel, yaitu harga beli buah jeruk ditambah dengan sejumlah standar (biasanya berbentuk persentase) dari biaya (harga beli), yang secara simbolis dirumuskan sebagai berikut:

$$\begin{array}{l} \text{Harga} \\ \text{Penjualan} \\ \text{Buah jeruk} \end{array} = \begin{array}{l} \text{Harga} \\ \text{Beli} \end{array} + \begin{array}{l} \text{Mark Up} \\ (\%) \end{array}$$

Besarnya mark up (laba yang diinginkan), besarnya sekitar 25 – 30% dari harga belinya. Kisaran mark up tersebut, memberikan kemungkinan adanya perbedaan harga jual buah jeruk antar pedagang pengecer buah, namun tidak memberikan perbedaan yang tajam, karena besarnya biaya (harga belinya) dari setiap pedagang pengecer buah sama (lihat **Gambar 4.2**), sehingga persaingan harga menjadi berkurang atau dapat dihindari. Dengan mengikat harga pada biaya (harga beli), maka akan mempermudah para pedagang pengecer buah dalam menetapkan harga jual buah jeruk dan tidak perlu sering mengadakan penyesuaian apabila terjadi perubahan permintaan.

### **Harga jual didasarkan pada produk pesaing**

Penetapan harga jual buah jeruk oleh pedagang pengecer buah, harus mempertimbangkan harga produk sejenis dari para pesaingnya (pedagang lain), karena perubahan harga yang dilakukan oleh seorang pedagang pengecer buhakan menimbulkan reaksi dari pedagang pengecer buah yang lain. Disamping itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa para pedagang pengecer buah di kawasan Kota Sumenep saling kenal (62.5%) dan 25% menyatakan sangat kenal, serta 12.5% menyetaakan sebagai saudara. Keadaan yang demikian akan menyebabkan para pedagang pengecer dipastikan akan menghindari ”perang” harga.

Adanya kesamaan biaya (harga pembelian buah jeruk), karena kesamaan sumber pembelian atau ”*juragan*”, sehingga biaya pokok antar pedagang pengecer sama, maka apabila penetapan harga jual disesuaikan dengan harga saingan akan menghindakan para pedagang pengecer buah dari kemungkinan kerugian. Nitisemito (1981), berpendapat apabila penetapan harga jual di atas atau di bawah saingan tidak dimungkinkan, sebaiknya harga jual disesuaikan dengan harga jual saingan, sebab cara ini adalah cara yang paling aman.

### **Harga jual didasarkan elemen-elemen individual**

Jerry Law (dalam Sudiono, 2002), mengemukakan dalam melakukan aktivitas penjualan maupun pembelian produk pertanian, penjual dan pembeli dihadapkan pada berbagai tingkat ”*grade*” barang dan gampang rusak *perishability*. Untuk itu harga setiap ukuran ini harus ditentukan dalam hubungan yang logis antara ukuran yang satu dengan ukuran yang lainnya. Para pedagang pengecer buah, dalam menetapkan harga jual buah jeruk, juga

mempertimbangkan elemen individu dari buah jeruk yang diperdagangkan.

Dalam keadaan normal (buah masih segar dengan ukuran standar), pedagang pengecer buah menetapkan mark up (laba yang diharapkan) sebesar 25 – 30%. Tetapi pada keadaan buah yang tidak segar atau ukurannya yang kecil (dibawah normal), pedagang pengecer buah menetapkan mark up (laba yang diharapkan) sebesar 8-10%. Dalam keadaan tertentu, dimana keadan buah sudah tidak segar (mulai terdapat buah yang membusuk), sementara jumlahnya masih cukup banyak, para pedagang pengecer buah tidak mengharapnkan lagi laba, yang terpenting dilakukan adalah bagaimana menghindari kerugian, terkadang ada yang menjualnya dibawah biaya pokoknya (harga pembelian).

### **KESIMPULAN**

1. Dalam hal menyediakan buah-buahan yang akan diperdagangkan, baik terhadap jenis maupun jumlahnya para pedagang pengecer buah umumnya mempertimbangkan besarnya tingkat permintaan (disukai konsumen), dan daya tahan buah untuk menghindari resiko kerugian.
2. Penyediaan (pembelian) buah dilakukan melalui pedagang besar buah-buahan yang ada di Kota Sumenep, dimana pasokan buahnya berasal dari pasar buah di Kota Surabaya.
3. Kebijakan penetapan harga yng dilakukan oleh para pedagang pengecer buah dilakukan dengan mempertimbangkan biaya (harga beli), harga pesaing dan elemen individu buah jeruk.

**PUSTAKA**

- Hanafiah AM dan AM Saefudin, 1986. *Tataniaga Hasil Perikanan*. Jakarta : UI-PRESS
- Limbon dan Sitorus. 1987. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Bogor : Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. IPB.
- Nitisemito, A. S. 1981. *Marketing*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Prijana dan Semendison. 2005. *Metode Sampling Terapan untuk Penelitian Sosial*. Bandung : Humaniora.
- Sudiyono A. 2002. *Pemasaran Pertanian*. Malang : UMM Press
- Suparmoko. 1999. *Metode Penelitian Praktis untuk Ilmu-ilmu Sosial, Ekonomi dan Bisnis*. Edisi Empat. Yogyakarta : BPFE Yogyakarta.