

PENGARUH PENETAPAN HARGA JUAL TERHADAP PENJUALAN SAYURAN

Muhammad Roki, Ana Nurmalia*, Yossie Yumiati

Program Studi Agribisnis, Universitas Dehasen Bengkulu Jl. Meranti No.32, Sawah Lebar, Kec. Ratu Agung, Kota Bengkulu, Bengkulu 38228

e-mail: muhamadrogi90@gmail.com,

ananurmalia@unived.ac.id, yossieyumiati74@unived.ac.id

INFO ARTIKEL

Histori Artikel

Diajukan:

Diterima:

Tersedia Online:

Kata Kunci: Penetapan harga jual, jumlah penjualan, sayuran.

Sitasi:

Jurnal Agribisnis, 2016, 18(2), 1-8

DOI:

<https://doi.org/10.31849/2503-4375>

ABSTRAK

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.

PENDAHULUAN

Pada awalnya, memperdagangkan barang-barang yang dimiliki untuk barang-barang yang diinginkan merupakan metode utama dalam melakukan transaksi pasar. Misalnya, ada pertukaran barang antara petani, peternak, dan nelayan. Awalnya, perdagangan terjadi di mana-mana, tetapi seiring waktu, konsensus dicapai di tempat tertentu untuk ditetapkan sebagai semacam pusat barter. Transaksi dilakukan dalam mata uang dengan nilai tertentu pada fase

selanjutnya sehingga mereka yang tidak memiliki harta pun dapat membeli kebutuhan mereka. Pasar cukup akrab dengan kehidupan kota dan pedesaan [1].

Penetapan harga adalah komponen penting dan rumit dari manajemen bisnis dalam pemasaran. Di satu sisi, penetapan harga merupakan komponen strategis penting dalam bauran pemasaran yang membantu memposisikan produk karena menentukan bagaimana konsumen memandang kualitas produk. Namun, harga dapat disesuaikan dengan cepat sebagai respons terhadap kondisi pasar dan persaingan, menjadikannya sebagai variabel taktis [2].

Sayuran sebagai salah satu sumber vitamin dan protein merupakan kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia, sebagaimana dikemukakan oleh [3]. Sayuran merupakan bagian integral dari makanan orang Indonesia. Rata-rata masyarakat Indonesia mengkonsumsi 95 kkal/kapita/hari, yaitu 79% dari kebutuhan minimal 120 kkal/kapita/hari untuk sayuran dan buah-buahan. Asupan sayur dan buah sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti kemampuan ekonomi, ketersediaan, dan pemahaman tentang keuntungan memakannya.

Pasar Pulau Baai sebagai tempat penelitian menjadi pilihan yang signifikan karena beberapa alasan. Pertama, pasar ini tergolong baru dan belum pernah diteliti sebelumnya, memberikan peluang untuk mengungkap dinamika pasar yang belum terungkap sebelumnya. Kedua, sebagai satu-satunya pasar yang terletak di dekat pelabuhan Pulau Baai, pasar ini memiliki peran strategis dalam distribusi dan perdagangan barang-barang pertanian, perikanan, dan hasil hutan di wilayah tersebut. Dengan demikian, penelitian di pasar ini dapat memberikan wawasan yang berharga tentang hubungan antara aktivitas perdagangan lokal dan ekonomi wilayah, serta memberikan dasar bagi pengembangan kebijakan yang lebih efektif dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat lokal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari bagaimana pedagang sayur di Pasar Pulau Baai Kota Bengkulu menetapkan harga.

BAHAN DAN METODE

Populasi sampel penelitian merupakan pedagang pengecer sayuran yang ada di Pasar Pulau Baai Kota Bengkulu sebanyak 28 orang. Mengingat jumlah yang rendah, semua populasi disebut sebagai responden. Sensus digunakan untuk menentukan responden. Metode sensus, suatu metodologi pengambilan sampel yang menggunakan seluruh populasi sebagai sampel, kemudian digunakan untuk menghitung besar sampel [4]. Penelitian bersifat kualitatif. Dua langkah dari proses studi-kuesioner dan dokumentasi-digunakan untuk mendapatkan data. Regresi linier sederhana adalah pendekatan yang digunakan untuk analisis data. Rumus Sugiyono juga dapat digunakan untuk menghitung analisis regresi linier sederhana [5].

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Jumlah penjualan (Rp/Kg/Hari)

a = Konstanta atau bilangan harga X = 0

b = Koefisien regresi

X = Penetapan harga (Rp/Kg/Hari)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Pasar Pulau Baai Kota Bengkulu

PPI (Pangkalan Pendaratan Ikan) Pulau Baai Bengkulu dibangun pada tahun 1991 dan diresmikan oleh Presiden Soeharto pada tanggal 9 Juli 1992. Pusat Pendaratan Ikan (PPI) Pulau Baai masih menjadi nama fasilitas ini saat itu. Balai Pendaratan Ikan ditingkatkan menjadi Unit Eselon III dan diberi nama UPTD Kantor Pelabuhan Khusus (BPKP) Pulau Baai (2003–2008). Berdasarkan Peraturan Gubernur No. 22 Tahun 2008 tanggal 27 Oktober 2008, UPTD Kantor Pelabuhan Khusus Pulau Baai berubah nama menjadi Balai Pelabuhan Perikanan (BPP) Provinsi Bengkulu pada tahun 2008 saat berlakunya PP 41 Tahun 2008. Saat ini pelabuhan perikanan di wilayah BPP Provinsi Bengkulu merupakan pelabuhan Tipe C. Sebagai sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari sektor perikanan, UPTD BPP Provinsi Bengkulu didirikan untuk mendukung pengembangan sektor kelautan dan perikanan di Provinsi Bengkulu, khususnya kegiatan usaha perikanan mulai dari jasa kapal kapal ikan, produksi, pasca produksi, pengolahan, dan pemasaran.

Metode Penetapan Harga Oleh Pedagang Pengecer Sayuran di Pasar Pulau Baai Kota Bengkulu.

Berdasarkan observasi para pedagang pengecer sayuran di Pasar Pulau Baai di Kota Bengkulu menggunakan metode *Mark up pricing*. *Mark up pricing* sering diterapkan oleh pedagang. Pengecer akan menghitung harga jual dengan mengalikan biaya per unit sayuran ini dengan *mark up* yang diinginkan. Berikut total penetapan harga sayuran pedagang pengecer di Pasar Pulau Baai Kota Bengkulu dapat dilihat pada tabel 7. dibawah ini:

Tabel 7. Penetapan Harga Sayuran Pedagang Pengecer di Pasar Pulau Baai Kota Bengkulu

No	Jumlah Rata-Rata	Jenis Sayuran					
		Kol (Kg)	Tomat (Kg)	Wortel (Kg)	Sawi Putih (Kg)	Bayam (Ikat)	Kangkung (Ikat)
1	Harga Beli	2.466,43	2.414,29	7.893	2.429	1.964	1.429
2	Biaya	314,65	314,65	314,65	314,65	314,65	314,65

3	<i>Mark Up</i>	3.096	2.378	3.453	2.685	721	255
4	Harga Jual	5.857	5.107	11.643	5.429	3.000	2.000

Sumber: Data Primer Yang Diolah 2023

Berdasarkan pada tabel 7. Bahwa jumlah rata – rata perkilogram harga beli kol sebesar Rp 2.466.43, biaya sebesar Rp 314.65. Total biaya rata – rata untuk 1Kg kol adalah Rp 314.65 yang terdiri atas biaya transportasi sebesar Rp 80.77 biaya kantong plastik sebesar Rp 200 dan biaya retribusi lapak sebesar Rp 33.89. sedangkan nilai rata – rata *mark up* sebesar Rp.3.096/Kg. Nilai *mark up* adalah margin yang diambil pedagang sebagai bentuk nilai keuntungan perkilogram sehingga diperoleh nilai jual sebesar Rp 5.857/Kg.

Selanjutnya jumlah rata – rata perkilogram harga beli tomat sebesar Rp 2.414.29, biaya sebesar Rp 314.65. total biaya rata – rata untuk 1Kg tomat adalah Rp 314.65 yang terdiri atas biaya transportasi sebesar Rp.80.77 biaya kantong plastik sebesar Rp 200 dan biaya retribusi lapak sebesar Rp 33.89 sedangkan nilai rata – rata *mark up* sebesar Rp 2.378/Kg. Nilai *mark up* adalah margin yang diambil pedagang sebagai bentuk nilai keuntungan perkilogram sehingga diperoleh nilai jual sebagai Rp.5.107/Kg.

Selanjutnya untuk jumlah rata – rata perkilogram harga beli wortel sebesar Rp 7.893, biaya sebesar Rp 314.65. total biaya rata – rata untuk 1Kg wortel adalah Rp 314.65 yang terdiri atas biaya transportasi sebesar Rp 80.77 biaya kantong plastik sebesar Rp 200 dan biaya retribusi lapak sebesar Rp 33.89 sedangkan nilai rata – rata *mark up* sebesar Rp 3.453/Kg. Nilai *mark up* adalah margin yang diambil pedagang sebagai bentuk nilai keuntungan perkilogram sehingga diperoleh nilai jual sebagai Rp 11.643/Kg.

Berikutnya untuk jumlah rata – rata perkilogram harga beli sawi putih sebesar Rp 2.429, biaya sebesar Rp 314.65. total biaya rata – rata untuk 1Kg sawi putih adalah Rp 314.65 yang terdiri atas biaya transportasi sebesar Rp 80.77 biaya kantong plastik sebesar Rp 200 dan biaya retribusi lapak sebesar Rp 33.89 sedangkan nilai rata – rata *mark up* sebesar Rp 2.685./Kg. Nilai *mark up* adalah margin yang diambil pedagang sebagai bentuk nilai keuntungan perkilogram sehingga diperoleh nilai jual sebagai Rp 5.429/Kg.

Selanjutnya untuk jumlah rata – rata perkilogram harga beli bayam sebesar Rp 1.964, biaya sebesar Rp 314.65. total biaya rata – rata untuk 1 Ikat bayam adalah Rp 314.65 yang terdiri atas biaya transportasi sebesar Rp 80.77 biaya kantong plastik sebesar Rp 200 dan biaya retribusi lapak sebesar Rp 33.89 sedangkan nilai rata – rata *mark up* sebesar Rp 721./Ikat. Nilai *mark up* adalah margin yang diambil pedagang sebagai bentuk nilai keuntungan perkilogram sehingga diperoleh nilai jual sebagai Rp 3.000/Ikat.

Berikutnya untuk jumlah rata – rata perkilogram harga beli kangkung sebesar Rp 1.429, biaya sebesar Rp 314.65. total biaya rata – rata untuk 1 Ikar kangkung adalah Rp 314.65 yang terdiri atas biaya transportasi sebesar Rp 80.77 biaya kantong plastik sebesar Rp 200 dan biaya retribusi lapak sebesar Rp 33.89 sedangkan nilai rata – rata *mark up* sebesar Rp 255./Ikat. Nilai *mark up* adalah margin yang diambil pedagang sebagai bentuk nilai keuntungan perkilogram sehingga diperoleh nilai jual sebagai Rp 2.000/Ikat.

Hal ini sesuai dengan penelitian mengenai metodologi yang digunakan untuk menentukan harga jual sayur di pedagang pasar tradisional (studi fenomenologi pedagang sayur di Blitar) yang juga menyatakan bahwa penaksiran keuntungan sayur berdasarkan estimasi kilo per kilo sayuran menghasilkan keuntungan mulai dari Rp 1.000 hingga Rp 2.500 per kilo. Strategi “*mark up*” juga dilakukan oleh para pedagang [6].

Penelitian lain menyatakan dalam menetapkan jenis – jenis sayuranya untuk jenis sayuran bayam menggunakan metode tekam bila sayuran dengan kualitas bagus Rp 3.000 – Rp 4.000 pertekam atau perikatnya namun jika kualitasnya kurang bagus beliau hanya menjual Rp.3.500 – Rp 4.000 saja. Pedagang juga menggunakan metode “*mark up*” [7]

Faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga terhadap penjualan pedagang pengecer sayuran

Faktor utama yang menjadi bahan pertimbangan perusahaan dalam menetapkan harga pokok. Keputusan penetapan harga perusahaan dipengaruhi oleh sejumlah variabel, termasuk biaya, tujuan perusahaan, elastisitas permintaan, persaingan dengan bisnis lain, dan kondisi ekonomi daerah [8]. Konsumen juga berpartisipasi dalam keputusan penetapan harga. Penetapan harga dipengaruhi oleh ketersediaan barang dari perusahaan dari sudut pandang konsumen.

Tabel 8. Uji R Square

No	Jumlah Rata-Rata	Kol	Tomat	Wortel	Sawi puith	Bayam	Kangkung
1	R square	7.3	1.8	0.2	35.6	7.9	25.5

Sumber: Data Primer Yang Diolah 2023

Berdasarkan Tabel 8, Berdasarkan hasil uji R square pada berbagai jenis tanaman di Pasar Pulau Baai, dapat disimpulkan bahwa variasi dalam faktor-faktor yang dianalisis mempengaruhi tingkat signifikan dari total variasi dalam hasil penjualan atau permintaan. Misalnya, pada kubis, skor R square sebesar 7,3 menunjukkan bahwa variabel dalam model hanya mempengaruhi sekitar 7,3% dari total variasi, yang mengindikasikan bahwa terdapat faktor-faktor di luar model, seperti faktor sosial, ekonomi, dan lainnya, yang memiliki pengaruh

yang signifikan terhadap hasil penjualan kubis. Demikian pula, uji R square pada tomat dan wortel menunjukkan skor yang lebih rendah, menandakan bahwa variabel dalam model memiliki kontribusi yang lebih kecil terhadap variasi dalam hasil penjualan atau permintaan tanaman tersebut, dengan sebagian besar variasi dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar model. Namun, pada sayuran sawi putih, bayam, dan kangkung, skor R square yang lebih tinggi menunjukkan bahwa variabel dalam model memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap variasi dalam hasil penjualan atau permintaan, meskipun sebagian besar variasi masih dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar model. Oleh karena itu, analisis lebih lanjut terhadap faktor-faktor tersebut diperlukan untuk memahami secara lebih mendalam dinamika pasar dan pola permintaan konsumen terhadap tanaman yang dijual di Pasar Pulau Baai.

Tabel 9. Uji F Hitung

No	Jumlah Rata-Rata	Kol	Tomat	Wortel	Sawi putih	Bayam	Kangkung
1	F hitung	2.05	0.46	0.56	14.34	2.22	8.88
2	Signifikasi	0.16	0.50	0.81	0.01	0.14	0.04

- *F tabel: 4,23*

Sumber: Data Primer Yang Diolah 2023

Menurut Tabel 9. Untuk uji F pada kubis, hasil regresi linier dasar mencapai nilai yang signifikan. (0,16) di atas ambang batas signifikansi (0,05) yang menunjukkan tidak signifikan. Faktor independen yang diambil secara kolektif tidak berdampak pada variabel dependen karena F hitung 2,05 lebih kecil dari F tabel 4,23.

Temuan uji F untuk tomat digunakan untuk menghitung nilai signifikan. Tidak signifikan karena (0,50) melebihi ambang signifikansi (0,05). Faktor independen yang diambil secara kolektif tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen karena F hitung 0,46 lebih kecil dari F tabel 4,23.

Nilai signifikansi hasil uji F pada wortel ditentukan. Tidak signifikan karena (0,81) melebihi ambang signifikansi (0,05). Faktor independen secara bersama-sama tidak berdampak pada variabel dependen karena F yang dihitung adalah 0,56 lebih kecil dari nilai f tabel 4,23.

Hasil uji F sayur sawi putih digunakan untuk menentukan nilai signifikansi. (0,01) signifikan karena lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditentukan (0,05). Meskipun F hitung 14,34 kali lebih besar dari nilai F tabel 4,23, faktor independen memiliki pengaruh positif terhadap variabel dependen.

Untuk temuan uji F pada sayuran bayam ditemukan nilai yang signifikan. Nilai (0,14) melebihi ambang batas signifikansi (0,05), menunjukkan tidak signifikan. Variabel independen yang diambil secara kolektif tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen karena estimasi F adalah 2,22 lebih kecil dari nilai F tabel sebesar 4,23.

Hasil uji F pada kangkung digunakan untuk menghitung tingkat signifikansi. (0,04) signifikan karena lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditentukan (0,05). Meskipun F hitung 8,88 kali lebih besar dari nilai F tabel 4,23, faktor independen memiliki dampak aditif terhadap variabel dependen.

Hasil dari uji F yang diberikan dalam Tabel 9 memberikan gambaran tentang signifikansi faktor independen terhadap variabel dependen pada berbagai jenis sayuran di Pasar Pulau Baai. Uji F digunakan dalam analisis regresi untuk mengevaluasi apakah variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Dalam konteks penelitian ini, variabel independen mewakili faktor-faktor seperti penetapan harga, promosi, musiman, dan lain sebagainya, sementara variabel dependen adalah jumlah penjualan sayuran dalam rupiah.

Pada kubis, tomat, dan wortel, nilai signifikansi hasil uji F (0,16; 0,50; 0,81) melebihi ambang batas signifikansi yang telah ditetapkan (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa faktor independen secara kolektif tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen pada sayuran-sayuran tersebut. Hasil ini menandakan bahwa faktor-faktor lain di luar model mungkin memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap jumlah penjualan kubis, tomat, dan wortel di pasar tersebut.

Namun, temuan yang menarik terjadi pada sayuran sawi putih, bayam, dan kangkung. Nilai signifikansi hasil uji F (0,01; 0,14; 0,04) menunjukkan bahwa faktor independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen pada ketiga jenis sayuran tersebut. Meskipun demikian, hasil uji F pada bayam menunjukkan bahwa pengaruhnya tidak signifikan karena nilai signifikansinya melebihi ambang batas yang ditetapkan. Namun, pada sawi putih dan kangkung, hasil ini menandakan bahwa faktor-faktor yang diuji dalam model memiliki dampak yang kuat terhadap jumlah penjualan dalam rupiah pada kedua jenis sayuran tersebut.

Hal ini menggambarkan pentingnya uji F dalam mengevaluasi signifikansi hubungan antara variabel independen dan dependen dalam analisis regresi. Hasil uji F memberikan wawasan yang berharga tentang faktor-faktor yang berpotensi memengaruhi pola penjualan sayuran di pasar tersebut, serta memberikan dasar untuk penelitian lebih lanjut tentang dinamika pasar dan perilaku konsumen.

Tabel 10. Uji T Hitung

No	Jumlah Rata-Rata	Kol	Tomat	Wortel	Sawi putih	Bayam	Kangkung
1	T hitung	1.43	0.68	0.23	3.78	1.49	2.98
2	Signifikasi	0.16	0.50	0.81	0.01	0.14	0.04

- T tabel: 2,05

Sumber: Data Primer Yang Diolah 2023

Menurut Tabel 10. Jelas bahwa hasil regresi linier langsung menggunakan uji kubis T memiliki signifikansi yang signifikan. (0,16) di atas ambang batas signifikansi (0,05) yang menunjukkan tidak signifikan. Variabel independen sebagian tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen karena T hitung adalah 1,43, yang lebih rendah dari nilai T tabel 2,05.

Untuk temuan uji T tomat, ditemukan nilai yang signifikan. Tidak signifikan karena (0,50) melebihi ambang signifikansi (0,05). Variabel independen secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen karena T hitung 0,68 lebih rendah dari T tabel 2,05 yang demikian.

Hasil uji T pada wortel digunakan untuk menentukan tingkat signifikansi. Tidak signifikan karena (0,81) melebihi ambang signifikansi (0,05). Sementara T hitung 0,23 dan T tabel 2,05, semakin rendah T hitung 0,23 menunjukkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang terbatas terhadap variabel dependen.

Dengan menggunakan uji T sayuran sawi putih, ditentukan nilai yang signifikan. (0,01) signifikan karena lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditentukan (0,05). Sekalipun Thitung sebesar 3,78 lebih tinggi dari T tabel sebesar 2,05, hal tersebut tetap menunjukkan bahwa faktor independen hanya berpengaruh terbatas terhadap variabel dependen.

Nilai signifikan untuk sayuran bayam ditentukan dari temuan uji T. Nilai (0,14) melebihi ambang batas signifikansi (0,05), menunjukkan tidak signifikan. Variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen secara parsial karena T hitung masing-masing adalah 1,49 dan T tabel adalah 2,05.

Tingkat signifikansi dihitung menggunakan temuan uji T untuk kangkung. Karena (0,04) lebih besar dari (0,05), maka tidak signifikan secara statistik. $T(2,98) > T(2,05)$, sehingga terdapat beberapa bukti bahwa faktor independen memang berpengaruh terhadap variabel dependen.

Dari hasil penjelasan diatas dapat diketahui ada beberapa sayuran yang variabel bebasnya yakni penetapan harga yang berupa *mark up* yang berpengaruh terhadap variabel

terikat yakni jumlah penjualan sayuran dalam rupiah. Yaitu sayuran sawi putih dan sayur kangkung. Hal ini tidak sesuai dengan penelitian yang menyatakan perubahan atau perbedaan penetapan harga mempengaruhi penjualan produk. Hal ini dikarenakan penetapan harga suatu barang dapat saja berbeda pada seiringnya waktu akibat harga beli yang menjadi mahal dapat mempengaruhi penjualan suatu produk tersebut [9].

Sedangkan untuk variabel terikat yakni jumlah penjualan sayuran dalam rupiah yang tidak berpengaruh terhadap variabel bebasnya yakni penetapan harga yang berupa *mark up* yaitu sayuran kol, tomat, wortel, dan bayam. Hal ini sejalan dengan penelitian lain yang tidak menemukan hubungan antara harga yang ditetapkan produsen dan volume penjualan [10].

Sayuran sawi putih dan sayur kangkung menunjukkan bahwa penetapan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap jumlah penjualan, yang tidak sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya yang menekankan bahwa perubahan harga dapat mempengaruhi penjualan produk. Fenomena ini menimbulkan pertanyaan tentang faktor-faktor khusus yang mungkin memengaruhi preferensi konsumen terhadap sayuran-sayuran tersebut, seperti citra merek, kualitas produk, atau kebiasaan konsumsi lokal yang mempengaruhi keputusan pembelian. Sementara itu, untuk sayuran kol, tomat, wortel, dan bayam, hasil penelitian menunjukkan bahwa penetapan harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap jumlah penjualan dalam rupiah. Temuan ini konsisten dengan penelitian lain yang menegaskan bahwa harga yang ditetapkan produsen tidak selalu menjadi faktor utama yang memengaruhi volume penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat variabilitas dalam faktor-faktor lain yang mungkin lebih dominan dalam memengaruhi permintaan konsumen terhadap jenis sayuran tertentu di pasar tersebut.

Perbedaan dalam hasil analisis ini menyoroti kompleksitas pasar dan perilaku konsumen yang unik di Pasar Pulau Baai. Diperlukan penelitian lanjutan yang memperdalam pemahaman tentang dinamika pasar dan faktor-faktor yang memengaruhi pola konsumsi, terutama dalam konteks lokal yang mungkin memiliki karakteristik yang berbeda dari pasar lainnya. Informasi yang diperoleh dari penelitian ini dapat memberikan panduan yang berharga bagi pedagang, produsen, dan pembuat kebijakan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan berkelanjutan di pasar tersebut.

Selain itu, penting juga untuk mempertimbangkan faktor-faktor eksternal yang mungkin memengaruhi hubungan antara penetapan harga dan penjualan, seperti faktor cuaca, musiman, atau tren pasar yang berubah-ubah. Analisis yang lebih holistik yang memperhitungkan semua faktor potensial ini dapat memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang dinamika pasar dan membantu dalam pengambilan keputusan yang lebih baik bagi para pelaku usaha dan pembuat kebijakan di sektor pertanian dan perdagangan lokal.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa para pedagang pengecer sayuran di Pasar Pulau Baai di Kota Bengkulu menggunakan metode (*Mark up pricing*) dalam penetapan harga. Untuk nilai rata-rata *mark up* setiap sayuran yakni untuk sayur kol sebesar Rp 3.096/Kg, sedangkan untuk nilai *mark up* sayur tomat sebesar Rp 2.378/Kg, untuk nilai *mark up* pada sayur wortel sebesar Rp 3.453/Kg, selanjutnya untuk nilai *mark up* pada sayur sawi putih yaitu sebesar Rp 2.685/Kg, sedangkan nilai *mark up* pada sayur bayam yaitu sebesar Rp 721/Kg, dan nilai *mark up* pada sayur kangkung yaitu sebesar Rp 255/Kg. Dari hasil penelitian diatas dapat diketahui ada beberapa sayuran yang variabel bebasnya yakni penetapan harga yang berupa *mark up* yang berpengaruh terhadap variabel terikat yakni jumlah penjualan sayuran dalam rupiah. Yaitu sayuran sawi putih dan sayur kangkung. Sedangkan untuk variabel terikat yang tidak berpengaruh terhadap variabel bebasnya yakni sayuran kol, tomat, wortel, dan bayam.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Malano, Herman. 2011. Selamatkan pasar tradisional. Jakarta. Penerbit: PT. Gramedia Pustaka Utama
- [2] Ari Setyaningrum, 2016 Prinsip-Prinsip Pemasaran ANDI offisie, Yogyakarta, hlm.128.
- [3] Prajnantha. 2007. Agribisnis Cabai Hibrida. Penebar Swadaya. Jakarta.
- [4] Suyanto, dan Sutinah. 2008. Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif pendekatan. Jakarta: Kencana.
- [5] Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung : Alfabeta CV
- [6] Mauliyah, N. I., & Kirom, E. A. (2018). Strategi Penentuan Harga Jual Sayuran pada Pedagang Pasar Tradisional (Studi Fenomenologi Pedagang Sayur di Blitar). Jurnal Ecoment Global: Kajian Bisnis dan Manajemen, 3(1), 76-82. <https://doi.org/10.35908/jeg.v3i1.359>.
- [7] Irsan, 2014. Analisis Penetapan Harga Jual Hubungannya Dengan Volume Penjualan Pada Batu Merah Ud. Irsan Gowa. Universitas Muhammadiyah Makassar. 13 literatur (2000 – 2009).
- [8] Swastha, Basu (2005). Manajemen Pemasaran Modern, Liberty, Yogyakarta
- [9] Karlina, Anisa. 2010. Penerapan PSAK Nomor 23 dalam Pengakuan dan Pengukuran Pendapatan Pada PT. Prodia Widyahusada Wilayah-1 Medan.
- [10] Yoppi Kusumajati, 2020. Mekanisme Penetapan Harga Sayuran Perspektif Etika Bisnis Islam. Metro.