

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Pisang telah ada sejak manusia ada, memang, saat itu pisang masih merupakan tanaman liar karena awal kebudayaan manusia ada sebagai pengumpul, mereka hanya mengumpulkan makanan dari tumbuhan yang ada di sekitar mereka tanpa menanamnya (Suyanti, 1994).

Ahli sejarah botani mengambil kesimpulan, bahwa asal mula tanaman pisang adalah di daerah tropik Asia Tenggara di sekitar kawasan Malaysia dan Indonesia merupakan tanah asal tanaman pisang, karena diduga pisang telah lama dimanfaatkan masyarakat di daerah itu, saat berkebudayaan pengumpul (food gathering), telah menggunakan tunas dan pelepah pisang sebagai bagian dari sayur, bagian lain pun tanaman pisang telah dimanfaatkan seperti saat ini. Pada saat kebudayaan menetap pertanian dimulai, pisang termasuk tanaman pertama yang dipelihara. Oleh karenanya, tanaman pisang ini telah menjadi tanaman dunia karena tersebar ke seluruh penjuru dunia (seperti Filipina, India, Thailand dan lain-lain), bahkan penduduk di negara Afrika mengkonsumsi pisang sebagai makanan pokok.

Jika dilihat sesuai dengan kemajuan teknologi, budi daya pisang pun mengalami kemajuan pesat, sebab itu pisang adalah salah satu buah yang digemari oleh sebagian besar penduduk dunia, rasanya enak, kandungan gizinya tinggi, mudah di dapat dan harganya relatif murah, dan dapat dikatakan pemasaran buah pisang di

dalam negeri sangat baik, mengingat harganya lebih murah, hampir semua masyarakat kita mengkonsumsi pisang tentunya golongan menengah keatas, dan pada umumnya sebagian masyarakat lebih banyak membeli pisang yang dipasarkan di pasar swalayan, mengingat mutunya sangat baik dan penampaknya juga menarik, selain pemasaran dalam bentuk buah segar, pemasaran dalam bentuk olahan juga mempunyai peluang yang baik. Bentuk olahan yang umum diperdagangkan ialah sale segar dan sale goreng, keripik pisang maupun makanan jenis lainnya. Peluang ekspor pisang Indonesia terbuka lebar, mengingat jenis pisang Indonesia cukup digemari dan tidak kalah dengan pisang luar negeri, hanya saja perlu diperhatikan mengenai tingkat ketuaan, mutu buah, dan penanganannya karena untuk pisang yang diekspor harus memenuhi syarat tertentu sesuai dengan negara pemesan (Suyanti, 2002).

Secara umum suatu perusahaan memasarkan pisang dalam bentuk olahan yaitu sale segar ataupun makanan lainnya, mereka menentukan harga produknya, maka baru diputuskan olehnya strategi yang akan diterapkan untuk produk yang bersangkutan. Apabila perusahaan tersebut telah memilih pasar sasarannya dan posisi secara hati-hati, maka penentuan harga produk cukup jelas, makin jelas sasaran-sasaran suatu perusahaan, makin mudah ia menetapkan harganya (Winardi, 1992).

Agar perusahaan tetap berjalan, maka mereka harus menetapkan harga rendah dengan harapan bahwa hal itu menyebabkan meningkatnya permintaan, apalagi ada situasi saat ini. Selama harga-harga mereka masih bisa menutup biaya tetap tertentu, perusahaan-perusahaan tersebut dapat tetap bertahan dalam bisnis mereka untuk sementara waktu. Tetapi terkadang di dalam penjualan produk mereka banyak faktor