

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Indonesia termasuk negara dengan laut terluas di dunia, yang dikenal sebagai negara maritim. Negara maritim adalah negara yang sebagian besar wilayahnya merupakan perairan yang luas daratannya lebih kecil daripada luas lautnya. Sebagai negara maritim mayoritas warga Indonesia yang tinggal dipesisir pantai bermata pencarian sebagai nelayan. Dengan wilayah laut yang luas Indonesia memiliki keanekaragaman sumber daya kelautan dan perikanan yang sangat besar. Pangan merupakan salah satu kebutuhan manusia yang sangat penting. Sumber makanan yang dibutuhkan manusia salah satunya adalah ikan. Sumber daya ikan perairan laut Indonesia memiliki keanekaragaman hayati yang tinggi. Potensi sumber daya ikan yang melimpah di Indonesia menjadikan sektor perikanan sebagai salah satu bahan pangan yang dikonsumsi masyarakat, hal ini dikarenakan harga ikan yang dapat dijangkau oleh seluruh masyarakat, kandungan gizi yang terdapat pada ikan juga dapat memenuhi kebutuhan gizi yang dibutuhkan manusia. Kesadaran masyarakat untuk mengonsumsi ikan akan meningkat seiring dengan berjalannya waktu, karena dengan mengonsumsi ikan masyarakat telah peduli pada kesehatannya terkait dengan nilai – nilai gizi pada ikan yang banyak mengandung protein. Dalam upaya penyadaran akan pentingnya ikan dalam peningkatan gizi masyarakat, kementerian perikanan dan kelautan telah

mensosialisasikan gerakan makan ikan agar negara Indonesia yang menjadi negara penghasil ikan dapat dinikmati hasilnya oleh masyarakat Indonesia secara maksimal.

Di wilayah perairan laut Indonesia terdapat beberapa jenis ikan bernilai ekonomis tinggi antara lain : tuna, cakalang, udang, tongkol, tenggiri, kakap, cumi – cumi, ikan – ikan karang (kerapu, baronang, udang barong/lobster), ikan hias dan kerang – kerangan termasuk rumput laut (Barani, 2004). Kesegaran ikan merupakan hal yang sangat penting dalam menentukan keseluruhan mutu daripada suatu produk perikanan. Ikan segar adalah ikan yang baru saja diperoleh dari hasil penangkapan maupun budidaya dan belum mengalami proses pengolahan lebih lanjut. Ikan segar tentunya menyimpan berbagai nutrisi yang bermanfaat untuk kesehatan. Sementara ikan yang tidak segar akan menjadi tempat berkembangbiang berbagai macam bakteri sehingga dapat mengakibatkan timbulnya gangguan kesehatan hingga keracunan makanan yang dikarenakan bakteri tersebut. Berdasarkan ciri – ciri standar mutu ikan segar berdasarkan SNI 2729:2013 dapat dilihat dari : (1) Mata (bola mata cembung, kornea dan pupil jernih); (2) Insang (warna insang merah tua atau coklat kemerahan, cemerlang, dengan sedikit lendir transparan); (3) Lendir (lapisan lendir jernih, transparan, mengkilap, cerah); (4) Daging (sayatan daging sangat cemerlang, spesifik jenis, jaringan daging sangat kuat); (5) Bau (segar, spesifik jenis kuat); (6) Tekstur (padat, kompak, elastis). Kualitas produk yang dikirim kepada konsumen merupakan hal yang diutamakan. Kualitas ikan dan produk hasil laut lainnya adalah hasil integrasi dari keamanan; kandungan gizi; kesegaran; ukuran dan jenis produk; kenyamanan dan integritas; dan ketersediaan (Olafsdottir, 2005).

Penelitian ini dilakukan pada salah satu UKM di Desa Pengastulan, Seririt yaitu Kelompok Nelayan Manik Segara. Kelompok nelayan Manik Segara ini adalah usaha yang ada pada salah satu industri perikanan. Industri perikanan adalah industri atau aktivitas menangkap, membudidayakan, memproses, mengawetkan, menyimpan, mendistribusikan dan memasarkan produk ikan. Kelompok Nelayan Manik Segara merupakan *pioneer* kelompok nelayan di Desa Pengastulan, Kecamatan Seririt. Manik Segara merupakan kelompok usaha bersama pada nelayan yang menangkap ikan di Seririt. Kelompok usaha bersama ini dipimpin oleh Bapak Made Kamiarta, tepatnya berada di Banjar Dinas Sari, Desa Pengastulan, kecamatan Seririt, Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali yang dibentuk pada tanggal 5 Oktober 2002 kemudian dikukuhkan oleh Perbekel Desa Pengastulan pada tanggal 1 Januari 2003 dengan Berita Acara Pengukuhan KUB Manik Segara Nomor : 425 / 01 / I / PEMB / 2003. Ada beberapa jenis ikan yang ditangkap oleh para nelayan tersebut yaitu ikan tongkol, ikan terbang, ikan layang dan ikan selayang. Karena banyaknya persaingan yang ada pada bidang perikanan maka kelompok nelayan manik segara harus menetapkan strategi pemasaran yang baik seperti harga dan kualitas produk ikan agar kelompok nelayan tersebut bisa terus bertahan. Pada saat perubahan musim, harga ikan pada Manik Segara akan mengalami kenaikan dan mempengaruhi keputusan pembelian para konsumen. Konsumen akan berani melakukan pembelian dengan harga berapapun asalkan harga yang ditetapkan pada suatu produk sesuai dengan manfaat yang diberikan dari produk tersebut.

Tabel 1.1
Jumlah Pendapatan Bulanan pada Tahun 2019

No	Bulan	Produksi (Kg)	Pendapatan (%)
1	Januari	20.215	11
2	Februari	26.600	13
3	Maret	22.175	8
4	April	12.575	6
5	Mei	17.430	8
6	Juni	10.040	6
7	Juli	15.700	9
8	Agustus	9.345	5
9	September	17.825	9
10	Oktober	23.000	12
11	November	17.050	9
12	Desember	7.810	4

Sumber : Data Pendapatan Pada kelompok nelayan Manik Segara pada Tahun 2019.

Pada tabel 1.1 pendapatan pada UKM kelompok nelayan Manik Segara mengalami fluktuasi setiap bulannya. Terjadinya fluktuasi produksi ikan pada kelompok nelayan Manik Segara dikarenakan adanya musim paceklik. Musim paceklik menyebabkan para nelayan sulit menangkap ikan dilaut yang diakibatkan oleh cuaca yang kurang bersahabat dan menjadikan tidak tetapnya besaran penghasilan yang diperoleh oleh kelompok nelayan dikarenakan harga ikan mengalami kenaikan pada saat musim paceklik sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen yang membeli ikan pada kelompok nelayan Manik Segara.

Keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada (Schiffman dan Kanuk, 2010). Dapat diartikan bahwa keputusan pembelian konsumen ketika konsumen benar – benar memilih kemudian membeli suatu produk. Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana

konsumen benar benar membeli sebuah produk. Tahap-tahap tersebut ialah pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan membeli, dan tahap pasca pembelian (Adiwidjaja & Husada, 2017). Proses pengambilan keputusan merupakan perilaku yang harus dilakukan untuk dapat mencapai sasaran dan dengan demikian dapat memecahkan masalahnya (Kotler dan Armstrong, 2008: 181).

Tabel 1.2
Observasi Awal Variabel Keputusan Pembelian

No	Skor Keputusan Pembelian				Total	Kategori
	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄		
1	5	3	4	4	16	Tinggi
2	5	4	4	3	16	Tinggi
3	4	4	4	4	16	Tinggi
4	4	3	4	4	15	Sedang
5	3	4	3	4	14	Sedang
6	4	5	4	3	16	Tinggi
7	4	4	3	4	15	Sedang
8	3	4	3	4	14	Sedang
9	4	4	4	4	16	Tinggi
10	3	2	4	4	12	Sedang
Jumlah	39	37	37	38	150	Tinggi

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian ikan pada kelompok nelayan Manik Segara tergolong tinggi. Indikator kemantapan pada sebuah produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kemantapan pada sebuah produk yaitu keputusan yang dilakukan konsumen, setelah mempertimbangkan berbagai informasi yang mendukung pengambilan keputusan. Adanya keputusan pembelian ikan pada kelompok nelayan Manik Segara disebabkan oleh harga yang terjangkau bagi masyarakat dan kualitas produk yang baik dan memiliki beraneka ragam jenis produk ikannya. Hal ini sejalan dengan

hasil penelitian yang dilakukan oleh Lubis (2015) yang menyatakan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya hasil penelitian yang dilakukan oleh Joshua & Padmalia (2016) yang menyatakan bahwa harga dan kualitas produk secara bersama – sama memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan observasi awal dapat memudahkan pihak kelompok nelayan Manik Segara untuk meningkatkan keputusan pembelian sesuai dengan masing – masing indikator seperti kemantapan pada sebuah produk, kebiasaan dalam membeli produk, dapat memberikan rekomendasi kepada orang lain dan melakukan pembelian ulang, hal ini dilakukan agar konsumen dapat dengan mudahnya menentukan keputusan pembelian pada Kelompok Nelayan Manik Segara. Banyak pertimbangan yang dilakukan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk, misalnya kualitas produk, harga dan iklan (Engel, 1994).

Harga merupakan bahan pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian karena harga mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut (Pardede & Haryadi, 2017). Apabila harga lebih tinggi, konsumen cenderung beranggapan bahwa kualitas produk tersebut yang lebih baik. Konsumen sering juga menggunakan harga sebagai kriteria utama dalam menentukan nilai pada produk tersebut. Harga suatu barang menunjukkan nilai dimata konsumen bila bersedia membayar, konsumen menilai bahwa manfaat yang ditimbulkan oleh produk yang ditawarkan telah sesuai dengan uang yang dikeluarkan. Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk produk itu (Kotler dan Keller, 2012:151). Harga berperan penting dalam mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian akan suatu produk. Sebab

harga yang lebih murah dan kualitas produk yang cukup baik daripada produk lain akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian. Konsumen memutuskan membeli produk apabila manfaat yang dirasakan dengan memiliki produk tersebut lebih besar atau sama dengan pengorbanan yang telah dilakukannya.

Tabel 1.3
Observasi Awal Variabel Harga

No	Skor Harga				Total	Kategori
	X _{1,1}	X _{1,2}	X _{1,3}	X _{1,4}		
1	4	3	4	3	14	Tinggi
2	5	4	3	3	15	Tinggi
3	4	5	4	3	16	Tinggi
4	4	3	4	3	14	Tinggi
5	4	4	4	4	16	Tinggi
6	3	3	3	3	12	Sedang
7	3	4	3	4	14	Tinggi
8	5	4	5	3	17	Sangat Tinggi
9	4	3	3	4	14	Tinggi
10	3	3	3	3	12	Sedang
Jumlah	39	38	37	33	144	Tinggi

Pada tabel 1.3 menunjukkan bahwa variabel harga tergolong dalam kategori tinggi. Indikator keterjangkauan harga memberikan pengaruh yang paling besar terhadap keputusan pembelian ikan pada kelompok nelayan Manik Segara. Berdasarkan observasi awal yang dilakukan dapat memudahkan pihak kelompok nelayan Manik Segara untuk meningkatkan masing – masing indikator pada variabel harga seperti keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat. Harga dan keputusan pembelian memiliki keterkaitan yang erat, harga adalah salah satu variabel penting dalam pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi pelanggan

dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk karena berbagai alasan (Ghozali, 2009 : 306). Hal ini dapat dilihat pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Gerung, Christy Jacklinn, dkk. (2017) menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Prasastiningtyas (2016) yang menyatakan bahwa harga secara parsial mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian. Apabila harga yang diberikan sesuai dengan kualitas produk maka konsumen tidak merasa dirugikan karena manfaat produk yang diberikan sesuai dengan pengorbanan yang dikeluarkan. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fitriana, dkk (2019) harga memberikan pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya hasil penelitian yang dilakukan oleh Mandey, Jilly Bernadette (2013) yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian serta penelitian yang dilakukan oleh Fure dkk (2015) menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh negatif yang tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memilih produk tanpa memperhatikan harga dan tidak keberatan untuk membayar dengan harga yang tinggi.

Faktor lain yang menentukan keputusan pembelian selain harga adalah kualitas produk. Agar suatu usaha dapat bertahan dalam menghadapi persaingan, maka sangat penting dalam suatu perusahaan meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, jika suatu perusahaan ingin memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, maka perusahaan harus berusaha untuk memproduksi produk yang berkualitas (Citra & Santoso, 2016). Kualitas produk adalah tingkat mutu suatu

produk yang diharapkan konsumen dan pengendalian keragaman dalam mencapai memenuhi kebutuhan konsumen (Lotulung et al., 2015). Kualitas produk merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan identitas atau ciri pada setiap produknya sehingga konsumen dapat mengenali produk tersebut (Schiffman dan Kanuk, 2010).

Tabel 1.4
Observasi Awal Variabel Kualitas Produk

No	Skor Kualitas Produk				Total	Kategori
	X _{2,1}	X _{2,2}	X _{2,3}	X _{2,4}		
1	5	3	3	3	14	Tinggi
2	5	4	3	3	15	Tinggi
3	4	4	4	4	16	Tinggi
4	4	5	3	4	16	Tinggi
5	4	4	4	3	16	Tinggi
6	4	5	4	3	16	Tinggi
7	4	5	4	4	17	Sangat Tinggi
8	5	3	4	3	15	Tinggi
9	4	3	3	4	14	Tinggi
10	5	3	4	5	17	Sangat Tinggi
Jumlah	44	39	36	36	156	Tinggi

Tabel 1.4 menunjukkan bahwa variabel kualitas produk ikan pada kelompok nelayan Manik Segara tergolong tinggi. Indikator fitur (*features*) memiliki pengaruh yang paling besar terhadap keputusan pembelian. berdasarkan observasi awal yang dilakukan dapat memudahkan pihak kelompok nelayan Manik Segara dalam meningkatkan masing – masing indikator variabel kualitas produk seperti fitur, daya tahan, mudah diperbaiki dan baik buruknya review mengenai produk tersebut. Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkan dapat bersaing dipasar. Amstrong (2008) menyatakan bahwa semakin baik kualitas produk yang

dihasilkan maka akan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lubis (2015) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Prasastiningtyas (2016) menyatakan bahwa kualitas produk secara parsial mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pertiwi dan Rahayu (2020) yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Harga diharapkan menjadi indikator kualitas produk yang baik. Harga memiliki pengaruh yang signifikan yang dirasakan kualitas ketika satu – satunya informasi ditunjukkan tersedia (Rajput, et.al, 2012 : 487). Dalam survei konsumen AS yaitu Boyle dan Lathrop (2009), Mitra dan Golder (2006), Lichtenstein dan Burton (1989) hubungan yang dirasakan antara harga dan kualitas terbukti lebih kuat untuk barang tahan lama. Hal ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Imkamp (2012) yang menyatakan bahwa harga bukanlah indikator kualitas produk yang baik dan keadaannya sebagaimana mestinya.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah penelitian yang telah dijelaskan dan adanya perbedaan mengenai hasil penelitian – penelitian terdahulu, maka dapat diajukan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Pada Kelompok Nelayan Manik Segara”

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang ada pada kelompok nelayan Manik Segara adalah sebagai berikut :

1. Terjadi fluktuasi jumlah pembelian pada kelompok nelayan Manik Segara pada tahun 2019.
2. Terdapat ketidak konsistenan hasil penelitian berkaitan dengan pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah sebelumnya, penelitian ini hanya dilakukan pada satu jenis industri yaitu industri perikanan. Penulis hanya membatasi penelitian pada pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada kelompok nelayan Manik Segara.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah penelitian yang diajukan peneliti adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada kelompok nelayan Manik Segara.
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada kelompok nelayan Manik Segara.
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap kualitas produk pada kelompok nelayan Manik Segara.

4. Bagaimana pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada kelompok nelayan Manik Segara.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan masalah yang ada, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai oleh peneliti adalah sebagai berikut.

1. Untuk menguji pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kelompok nelayan Manik Segara.
2. Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada kelompok nelayan Manik Segara.
3. Untuk menguji pengaruh harga terhadap kualitas produk pada kelompok nelayan Manik Segara.
4. Untuk menguji pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada kelompok nelayan Manik Segara.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk menambah dan memperdalam pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran tentang pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu kelompok nelayan Manik Segara dalam menentukan kebijakan melalui informasi yang didapat dalam penelitian ini terkait harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

