

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Menurut Armstrong dan Kotler (2000:5), Pemasaran dalam sebuah proses social di mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, menawarkan dan bertukar bebas produk dan jasa nilai dengan orang lain, pemasaran salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya, dan tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, di mana secara langsung berhubungan dengan konsumen. Oleh karena itu kegiatan pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang berlangsung dalam kaitannya dengan pasar. Kotler (2001) mengemukakan definisi pemasaran berarti bekerja dengan pasar sasaran untuk mewujudkan pertukaran yang potensial dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Sehingga dapat dikatakan bahwa keberhasilan pemasaran merupakan kunci kesuksesan dari suatu perusahaan.

Ikan patin merupakan jenis ikan konsumsi air tawar, yang banyak di gemari oleh banyak orang terutama di wilayah Indonesia. Ikan yang tubuh panjang berwarna putih silver dengan punggung berwarna biru kehitaman. Ikan patin dikenal sebagai komoditi ikan yang berprospek bagus untuk ladang bisnis, karena memiliki harga jual yang relative mahal. Hal ini lah yang menyebabkan ikan patin

mendapat perhatian dan diminati oleh para pengusaha untuk membudi dayakannya. Ikan ini cukup responsive terhadap pemberian makanan tambahan. Pada pembudidayaan, dalam usia enam bulan ikan patin bias mencapai kurang lebih panjang 30-40 cm. Sebagai keluarga Pangasidae, ikan ini tidak membutuhkan perairan yang mengalir untuk “PEMBESARAN“ tubuhnya. Pada perairan yang tidak mengalir dengan kandungan oksigen rendah pundan air yang tidak terlalu dalam sudah memenuhi syarat untuk membesarkan ikan ini.

Ikan patin berbadan panjang untuk ukuran ikan tawar lokal, warna silver seperti perak, punggung berwarna biru kehitaman. Kepala ikan patin relative kecil, mulut terletak di ujung kepala agak di sebelah bawah yang di kelilingi kumis berfungsi sebagai peraba.

Konsep pemasaran yang ada di usaha dunia patin 1988 menggunakan metode *marketing mix strategy* atau bauran pemasaran, Kotler dan Armstrong (2004:78) bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang di padukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang di inginkannya di pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari 4 kelompok variable yang di sebut “empat P”, yaitu:

1. *Product/produk*

Produk berarti kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran, elemen-elemen yang termasuk dalam bauran produk antara lain ragam produk, kualitas, desain, fitur, nama merek, kemasan, dan lainnya.

2. *Price/Harga*

Harga adalah jumlah uang yang harus di bayar pelanggan untuk memperoleh produk. Harga adalah satu-satunya unsur bauran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan unsur-unsur lainnya menghasilkan biaya. Harga adalah unsure bauran pemasaran yang paling mudah disesuaikan dan membutuhkan waktu yang relative singkat, sedangkan cirri-ciri produk, saluran distribusi, bahkan promosi membutuhkan lebih banyak waktu

3. *Place/Tempat*

Tempat atau saluran pemasaran meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran. Saluran distribusi adalah rangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk atau jasa siap untuk di gunakan atau di konsumsi. Saluran distribusi dapat di definisikan sebagai himpunan perusahaan dan perorangan yang menggambil alih hak atau membantu dalam pengalihan hak atas barang atau jasa tertentu selama barang atau jasa tersebut berpindah dari produsen ke konsumen (kotler,2005)

4. *Promotion/Promosi*

Promosi berate aktifitas yang menyampaikan produk dan membujuk pelanggan untuk membelinya. Definisi promosi menurut Kotler (2005) adalah berbagai kegiatan yang dilakukan oleh produsen untuk

mengomunikasikan manfaat dari produknya, membujuk dan mengingatkan para konsumen sasaran agar membeli produk tersebut.

Di dunia patin 1988 tidak hanya menjual bibit ikan patin saja, ada beberapa bibit ikan konsumsi air tawar yang di jual disana, seperti ikan lele, nila, gurame, dan mujair, di semua jeni bibit ikan tersebut pastinya mempunyai harga berbeda, bahkan di satu jenis ikan pun mempunyai harga yang berbeda, faktor yang mempengaruhi harga jual dari bibit ikan adalah ukuran bibit ikan tersebut, berikut adalah daftar jenis-jenis bibit ikan dan harganya :

Tabel 1.1

Daftar harga bibit ikan pada UMKM Dunia Patin 1988

PRODUK	UKURAN	HARGA (Perekor)
PATIN	5 cm	Rp 180
	7,5 cm	Rp 220
	10 cm	Rp 300
NILA	5 cm	Rp 250
	7,5 cm	Rp 300
	10 cm	Rp 400
LELE	5 cm	Rp 160
	7,5 cm	Rp 190
	10 cm	Rp 220
GURAME	5 cm	Rp 2.000
	7,5 cm	Rp 3.000
	10 cm	Rp 4.500
MUJAIR	5 cm	Rp 200
	7.5 cm	Rp 250
	10 cm	Rp 300

Sumber: Pemilik Usaha Dunia Patin 1988

Ada beberapa strategi dasar untuk memasarkan Usaha Produksi Ikan air tawar yang berada di lokasi baru. Cara yang dapat dilakukan diantaranya yaitu dengan melakukan promosi yang efektif dan terukur, yang dimaksud di sini

adalah mengukur efektifitas promosi misalnya dapat dilakukan dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan pada setiap pelanggan yang datang, dari manakah diatahu informasi mengenai Usaha Ikan air tawar kita, lalu selanjutnya membuat paket produk, yang dimaksud di sini adalah membuat paket-paket produk yang dapat membuat calon konsumen mempunyai lebih banyak pilihan untuk itu cobalah anda membuat banyak pilihan produk yang bias dipilih oleh para konsumen, selain itu usaha duni patin 1988 sudah melakukan promosi dengan menggunakan brosur, blog, dan sosial media hal tersebut sangat efektif untuk menarik perhatian para calon konsumen yang belum tau keberadaan usaha dunia patin 1988.

Setelah mendapat pelanggan atau konsumen dan menjual produknya usaha dunia patin 1988 tidak langsung melepas tanggung jawabnya terutama di bagian distribusi, apa bila konsumen membeli dalam jumlah banyak maka akan mengalami kesulitan untuk memindahkan bibit ikan dari lokasi usaha dunia patin 1988 ke lokasi konsumen dengan aman, disini usaha dunia patin 1988 akan membantu mendistribusikan bibit ikan yang sudah di beli oleh konsumen ke tempatnya dengan aman, hal ini sangat penting utuk meningkatkan kepuasan konsumen terhadap usaha dunia patin 1988 yang akan berimbas positif kedepannya.

Meningkatkan strategi pemasaran bisnis juga bias dilakukan dengan cara menentukan target pemasaran dan mencari kira-kira peluang usaha ikan patin apa saja biasa di cari dan potensial untuk dikembangkan, selanjutnya yaitu menentukan harga produk hal ini sangat berpengaruh sekali terhadap

perkembangan bisnis yang sedang anda jalani, lalu lakukan berbagai macam cara promosi, dan ini biasa anda lakukan dengan menyebarkan brosur, pamflet, bisa juga menggunakan media internet dengan cara memasang website yang sesuai dengan produk bisnis yang anda jalankan.

Keberhasilan suatu Usaha Ikan Patin tak hanya ditentukan oleh faktor pemasaran tapi juga sering ditentukan oleh faktor perencanaan. Sering dikatakan bahwa perencanaan yang baik menjadikan suatu pekerjaan telah selesai. Pengertian baik adalah jika perencanaan yang dibuat tepat (alasan, tujuan, kegunaan, sasaran, metode, relevan), efektif (dapat dilaksanakan) dan efisien (waktu tenaga dan biaya). Perencanaan sebaiknya tertulis, karena dokumen merupakan hal yang penting, juga ingatan manusia sifatnya terbatas. Oleh karena itu dalam membuat perencanaan bisnis haruslah sebegitu mungkin dan dipikirkan secara matang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka penulis mencoba untuk menarik permasalahan yang ada untuk menjadi landasan dalam pembahasan penulisan SKRIPSI ini. Adapun permasalahan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah analisis bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan pada Dunia Patin 1988.

1.3 Tujuan

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui strategi pemasaran pada Dunia Patin 1988.

1.4 Ruang Lingkup Permasalahan

Agar permasalahan yang diteliti lebih jelas dan terarah, maka penulis membatasi penelitian bagaimana pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian bibit ikan patin di dunia patin 1988

1.5.1 Manfaat Penelitian

1. Bagi Usaha Patin

Dapat memberikan masukan bagi usaha patin sebagai bahan pertimbangan untuk menyempurnakan kegiatan pemasaran usaha patin, khususnya dalam strategi pemasaran.

2. Bagi Penulis

Sebagai pengetahuan tambahan yang dapat di jadikan bahan pertimbangan tarteori yang diterima dalam perkuliahan dengan praktek yang sebenarnya di tempatusaha.

3. Bagi Pihak Lain

Sebagai pengetahuan dan informasi tambahan dalam bidang pemasaran, khususnya strategi atau kebijakan penetapan harga dan sebagai sumbangan pemikiran untuk penelitian selanjutnya.

1.5.2 Manfaat Teoritis

Merupakan sumbangan pemikiran dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi manajemen, khususnya manajemen pemasaran dan merupakan penelitian selanjutnya bagi pihak terkait.

1.5.3 Manfaat Praktis

Sumbangan pemikiran bagi penelitian dalam menetapkan kebijakan-kebijakan, khususnya tentang keputusan pembelian.

secara langsung terhadap kegiatan perusahaan sehingga informasi yang diteliti lebih objektif.

a. Sistematis Penulisan

Dalam menyusun skripsi ini penulis akan membahas ke dalam 5 bab yang di perincikan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan di uraikan latar belakang rumusan masalah sesuai dengan tujuan, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematik penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan di uraikan tentang teori-teori yang berhubungan dengan penulisan ini, seperti pengertian harga, pengertian kualitas produk, pengertian keputusan pembelian, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini di uraikan tentang pengertian beberapa variable penelitian yang di tentukan jumlah sampel yang diteliti, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan analisis yang di gunakan untuk menguji kebenaran penelitian.

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan di uraikan tentang gambaran singkat perusahaan dan responden yang menjadi objek penelitian, dan secara sistematis kemudian akan di analisis dengan menggunakan metode penelitian yang telah di tetapkan untuk selanjutnya akan diadakan tentanghasilnya.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir di dalam penelitian ini akan diuraikan kesimpulan yang diperoleh dalam pembahasa. Dalam bab ini juga di muat saran-saran berdasarkan hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN