

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kualitas hidup masyarakat pada saat ini terus mengalami peningkatan, hal tersebut terlihat dari semakin tingginya tingkat harapan hidup masyarakat, dimana pada tahun 2018 yang lalu usia harapan hidup masyarakat di Indonesia pada umumnya dan Sumatera Barat pada khususnya adalah 72 tahun. Keberhasilan masyarakat untuk menambah masa hidup yang dapat diamati dari tingkatan usia kematian tidak terlepas dari terpenuhinya kebutuhan gizi masyarakat khususnya dari makanan yang berbahan ikan (Irawan, 2019).

Salah satu Provinsi di Indonesia yang memiliki potensi wilayah bahari baik luas adalah Sumatera Barat. Produksi ikan di Sumatera Barat sangat beragam dimana tidak hanya sebatas produksi ikan yang diperoleh dari hasil laut akan tetapi berasal dari budidaya ikan yang menjadi salah unit usaha yang dikembangkan masyarakat di sejumlah daerah Tingkat II di Sumatera Barat. Budidaya perikanan pada umum dilakukan pada daerah yang jauh dari laut, sehingga dapat menutupi kebutuhan masyarakat di daerah tersebut pada konsumsi bahan makanan yang terbuat dari ikan.

Budidaya perikanan adalah usaha pemeliharaan dan pengembang biakan ikan atau organisme air lainnya. Budidaya perikanan disebut juga sebagai budidaya perairan atau akuakultur mengingat organisme air yang dibudidayakan bukan hanya dari jenis ikan saja tetapi juga organisme air lain seperti kerang, udang maupun tumbuhan air. Salah satu daerah di Sumatera Barat yang masyarakatnya mengembangkan budidaya ikan adalah Maninjau.

Masyarakat di daerah Maninjau pada umum membudidayakan Ikan Nila, karena memiliki iklim yang dingin. Budidaya Ikan Nila tidaklah sulit. Ikan Nila masih satu jenis dengan Ikan Mujair. Kedua ikan ini mempunyai kemiripan sifat. Mudah berkembang biak dan mempunyai kemampuan adaptasi yang baik. Di alam bebas, Ikan Nila banyak ditemukan di perairan air tawar seperti sungai, danau, waduk dan rawa. Suhu optimal bagi pertumbuhan Ikan Nila berkisar 25-30°C dengan pH air 7-8. Kegiatan budidaya/penangkaran ikan tersebut dapat meningkatkan perekonomian masyarakat di daerah Maninjau, sehingga masyarakat disana lebih memilih untuk beternak Ikan Nila (Maizani, 2018).

Mutu protein Ikan Nila sebanding dengan mutu protein daging. Selain mengandung protein, Ikan Nila kaya akan mineral, seperti kalsium dan zat lainnya yang berguna pada tubuh. Ikan Nila tidak mengandung karbohidrat, sehingga cocok untuk program diet. Salah satu komponen gizi yang terkandung di dalam Ikan Nila dan diduga berperan dalam meningkatkan kecerdasan adalah Docosa-hexaenoic-acid (DHA), yang merupakan asam lemak tak jenuh ganda berupa rantai panjang Omega-3, terdiri atas 22 atom karbon, 32 atom hidrogen dan 2 atom oksigen (rumus molekul $C_{22}H_{40}O_2$).

Manfaat dari Ikan Nila bagi kesehatan adalah mencegah kanker prostat, meningkatkan sistem kekebalan tubuh, menjaga kesehatan otak, menjaga kesehatan jantung, pertumbuhan dan pengembangan tubuh, menambah berat badan, menjaga kesehatan tulang dan mencegah penuaan dini. Begitu banyaknya manfaat yang diberikan ikan Nila tidak mengherankan ikan tersebut menjadi salah satu komoditi unggulan yang diperkirakan akan terus berkembang dimasa mendatang. Berdasarkan data yang peneliti peroleh dari kelompok masyarakat

yang mengembangkan budidaya Ikan Nila di Maninjau diketahui perkembangan penjualan Ikan Nila khususnya di Penangkaran Ikan Matador dan Mayang Taurai Maninjau terlihat pada Tabel 1.1 di bawah ini:

Tabel 1.1
Data Penjualan Penangkaran Ikan Matador dan Mayang Taurai
Dari Januari Sampai Desember 2019

Bulan	Ikan Matador	Mayang Taurai
	Ikan (Kg)	Ikan (Kg)
Januari	21.600	22.230
Febuari	20.142	22.334
Maret	20.800	22.855
April	21.130	23.930
Mei	22.070	24.493
Juni	23.167	24.879
Juli	24.321	25.321
Agustus	26.782	26.425
September	27.431	27.853
Oktober	29.342	25.321
November	30.22	23.432
Desember	32.423	25.432
Rata Rata	22.436	24.452

Sumber Data : Penangkaran Ikan Matador dan Mayang Taurai, 2019

Maninjau

Pada Tabel 1.1 terlihat bahwa nilai penjualan Ikan Nila pada Penangkaran Ikan Matador dari bulan Januari sampai dengan Desember 2018 terus mengalami peningkatan. Rata rata pertumbuhan jumlah penjualan Ikan Nila pada Penangkaran Ikan Matador setiap bulan mencapai 22.436 Kg. Jumlah tersebut diduga akan terus meningkat dimasa mendatang, mengingat kecenderungan konsumsi ikan masyarakat di Sumatera Barat relatif meningkat, mengingat ikan memiliki banyak manfaat bagi tubuh manusia.

Didalam melakukan penjualan Ikan Nila Penangkaran Ikan Matador Maninjau memiliki pesaing utama yaitu Penangkaran Ikan Mayang Taurai. Jika diamati perkembangan penjualan di penangkaran ikan tersebut terlihat nilai

penjualan yang berhasil diraih relatif tidak jauh berbeda dengan Penangkaran Ikan Matador. Sesuai dengan Tabel 1.1 yang diperoleh diketahui bahwa penjualan Ikan Nila pada Penangkaran Ikan Mayang Taurai relatif berfluktuasi akan tetapi rata rata penjualan yang mereka hasilkan relatif lebih tinggi dibandingkan Penangkaran Ikan Matador Maninjau. Rata rata jumlah penjualan Ikan Nila pada Penangkaran Ikan Mayang Taurai mencapai 24.452 Kg per bulan. Lebih rendahnya penjualan ikan di Penangkaran Ikan Matador diduga disebabkan oleh masih rendahnya minat beli konsumen pada produk Ikan Nila yang dijual di Penangkaran Ikan Matador Maninjau.

Untuk memperkuat fenomena dalam penelitian ini maka dilakukan survei awal kepada 30 konsumen Ikan Nila Matador. Berikut ini hasil survei awal pada tabel 1.3 berikut ini :

Tabel 1.2
Survei Awal Pada Konsumen Ikan Nila Matador di Maninjau

No	Pernyataan	Setuju		Tidak Setuju		N
		Jlh	%	Jlh	%	
1	Saya tertarik mencari informasi tentang Ikan Nila Matador	24	80.00	6	20.00	30
2	Saya mempertimbangkan untuk membeli Ikan Nila Matador	26	86.67	4	13.33	30
3	Saya tertarik untuk mencoba Ikan Nila Matador	27	90.00	3	10.00	30
4	Saya ingin membeli Ikan Nila Matador	13	43.33	17	56.67	100

Sumber : Survei awal (2019)

Pada Tabel 1.2 terlihat 24 orang atau 80% responden tertarik untuk mencari informasi tentang Ikan Nila yang dijual pada Penangkaran Ikan Matador, selain itu di dalam pra survei juga diketahui bahwa 27 orang atau 90% responden saya tertarik untuk mencoba Ikan Nila Matador, akan tetapi mereka tidak begitu

ingin membeli karena hanya 13 orang atau 43.33% responden yang menyatakan setuju untuk melakukan pembelian Ikan Nila di Penangkaran Ikan Matador. Berdasarkan pra survei yang telah dilakukan peneliti menduga rendahnya tindakan pembelian yang dilakukan konsumen pada Ikan Nila yang diproduksi oleh Penangkaran Ikan Matador disebabkan karena adanya pesaing yang menawarkan paket penjualan yang lebih menarik sehingga mengakibatkan rendahnya minat beli konsumen.

Kotler dan Keller (2012) mendefinisikan minat beli sebagai hasrat atau keinginan konsumen untuk membeli sebuah merek produk atau jasa. Minat yang dimiliki konsumen untuk membeli sebuah merek produk dapat mengalami penurunan atau peningkatan. Minat beli yang terbentuk dalam diri konsumen tidak terbentuk dengan sendirinya akan tetapi dipengaruhi oleh sejumlah variabel diantaranya adalah kualitas produk, harga dan lokasi usaha.

Tjiptono (2012) mendefinisikan kualitas produk sebagai nilai atau manfaat yang dimiliki sebuah merek produk. Kualitas dari sebuah produk dapat diamati dari manfaat produk, hingga tingkat keamanan produk untuk dikonsumsi. Semakin tinggi kualitas sebuah produk yang pernah dirasakan oleh konsumen akan mendorong meningkatnya minat beli konsumen pada sebuah merek produk. Berdasarkan uraian ringkas tersebut peneliti menduga bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen khususnya pada Ikan Nila yang diproduksi oleh Penangkaran Ikan Matador Maninjau.

Hasil penelitian yang membahas pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada sebuah merek produk dilakukan oleh penelitian Sundalangi dkk (2014) tentang pengaruh kualitas produk, daya tarik iklan, dan potongan

harga terhadap minat beli konsumen pada pizza hut Manado. Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada Pizza Hut Manado. Semakin tinggi nilai dan manfaat yang dirasakan konsumen dalam mengkonsumsi Pizza Hut maka minat konsumen untuk terus membeli dan mengkonsumsi Pizza Hut khususnya di Kota Manado akan semakin tinggi. Hasil penelitian Joel dkk (2014) tentang pengaruh motivasi, persepsi harga, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen sepeda motor matic Yamaha mio di kota Manado. Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen sepeda motor matic Yamaha mio di kota Manado.

Meningkat atau menurunnya minat beli konsumen pada sebuah merek produk juga dapat dipengaruhi oleh harga. Lovelock (2014) mendefinisikan harga sebagai pengorbanan yang diberikan konsumen untuk mendapatkan merek produk yang mereka inginkan. Ketika produsen atau perusahaan mampu memberikan harga penawaran yang menarik maka minat konsumen untuk membeli produk tersebut akan meningkat, selain itu tinggi harga yang harus dikeluarkan konsumen untuk mendapatkan sebuah produk juga dipengaruhi oleh kualitas sebuah produk. Berdasarkan uraian ringkas yang telah dijelaskan tersebut peneliti menduga bahwa harga berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen.

Hasil penelitian yang membahas pengaruh lokasi terhadap minat beli konsumen pada sebuah merek produk dilakukan oleh Razak (2016) tentang pengaruh promosi dan harga terhadap minat beli pelanggan Indihome di Propinsi DKI Jakarta. Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pelanggan Indihome di Propinsi DKI Jakarta. Ketika sebuah perusahaan mampu menawarkan harga yang menarik maka keinginan atau minat konsumen

untuk membeli merek produk yang ditawarkan kepada konsumen akan semakin tinggi. Hasil yang sejalan juga diperoleh oleh Satria (2017) tentang pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada perusahaan A-36. Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada perusahaan A-36. Semakin menarik harga yang ditawarkan kepada konsumen maka minat konsumen untuk membeli produk akan bertambah kuat.

Disamping kualitas produk dan harga, meningkatnya minat beli konsumen pada sebuah merek juga dapat dipengaruhi oleh lokasi. Menurut Kotler dan Keller (2012) lokasi menunjukkan pemilihan tempat usaha, dalam hal ini manajemen perusahaan harus dapat memilih tempat yang strategi, semakin strategis lokasi usaha maka akan semakin mempermudah konsumen untuk membeli produk, sekaligus meningkatkan minat mereka untuk membeli produk.

Hasil penelitian yang membahas pengaruh lokasi terhadap minat beli konsumen pada sebuah merek produk telah dilakukan oleh Munadi dan Ibrahim (2017) tentang pengaruh pemilihan lokasi terhadap minat konsumen membeli perumahan (pada perumahan Arengka Resident Pekanbaru). Menemukan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Ketepatan pemilihan lokasi seperti akses yang mudah, kelengkapan sarana transportasi dan komunikasi di lokasi usaha, tingkat keamanan di lokasi dan berbagai aspek teknis lainnya dapat mendorong meningkatnya minat konsumen untuk berkunjung dan membeli sejumlah produk yang ditawarkan produsen. Hasil yang konsisten diperoleh oleh Adiba (2016) tentang pengaruh suasana toko dan lokasi terhadap minat beli konsumen pada Toko Aurora Shop Samarinda. Menemukan bahwa

variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Semakin tepat pemilihan lokasi toko seperti kemudahan untuk mengakses lokasi, hingga keamanan dan kelengkapan sarana transportasi dan komunikasi di lokasi usaha akan mendorong terbentuk keinginan atau minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan pada sebuah lokasi usaha.

Sesuai dengan uraian ringkas latar belakang masalah dan fenomena penelitian peneliti tertarik untuk kembali melakukan penelitian yang membahas sejumlah variabel yang mempengaruhi minat beli konsumen pada produk Ikan Nila khususnya di Penangkaran Ikan Matador di Maninjau. Penelitian ini merupakan modifikasi penelitian dari sejumlah penelitian terdahulu. Faktor utama yang menjadi pembeda penelitian ini dengan terdahulu berkaitan dengan lokasi, waktu penelitian dan metode analisis yang digunakan. Berdasarkan penjelasan diatas maka peneliti tertarik mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ikan Nila Di Penangkaran Matador Danau Maninjau”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk terhadap minat beli Ikan Nila di penangkaran Matador Danau Maninjau?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap minat beli Ikan Ikan Nila di penangkaran Matador Danau Maninjau?
3. Bagaimanakah pengaruh lokasi terhadap minat beli Ikan Nila di penangkaran Matador Danau Maninjau?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah di atas dapat dijelaskan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis apakah kualitas Produk berpengaruh terhadap minat beli Ikan Nila di penangkaran Matador Danau Maninjau.
2. Untuk menganalisis apakah harga berpengaruh terhadap minat beli Ikan Nila di penangkaran Matador Danau Maninjau.
3. Untuk menganalisis apakah lokasi berpengaruh terhadap minat beli Ikan Nila di penangkaran Matador Danau Maninjau.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan kepada uraian rumusan masalah dan tujuan penelitian di harapkan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi:

1. Bagi Penelitian yang akan datang

Penelitian ini bermanfaat untuk memperdalam dan mengaplikasikan teori pemasaran yang sudah diperoleh, terutama mengenai kualitas produk, harga dan lokasi. Selain itu sebagai sarana dalam meningkatkan kompetensi dan mengembangkan wawasan keilmuan.

2. Bagi Akademis

Sebagai sumbangan konseptual, bahan informasi, dan pengayaan bagi pengembangan kajian ilmu pengetahuan khususnya ilmu manajemen mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi proses minat beli.

3. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan bagi perusahaan dalam melakukan pemasaran produk agar menghasilkan keunggulan bersaing yang lebih inovatif guna meningkatkan kepercayaan konsumen untuk melakukan pembelian Ikan Nila Matador di Maninjau.