

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi, persaingan bisnis semakin ketat, baik di perusahaan maupun industri rumahan. Pelaku bisnis perlu merencanakan strategi pemasaran untuk menarik keputusan pembelian konsumen. Ketatnya persaingan mendorong perusahaan memenuhi kebutuhan konsumen dan menciptakan produk unggulan yang inovatif dan berkualitas. Udang merupakan salah satu komoditas unggulan ekspor yang memiliki nilai ekonomis dari sub sektor perikanan (Ghufron *et al.*, 2017). Menurut PPEI, (2022), udang termasuk ke dalam daftar 10 produk utama ekspor Indonesia dengan jenis daging putih yang memiliki kandungan protein tinggi. Selain itu lebih dari 50% devisa negara bersumber dari komoditas udang (Sa'adah dan Hasan, 2023). Salah satu komoditas perikanan yang memiliki keunggulan adalah udang vaname Kurniawan (2021).

Pemerintah secara resmi merilis udang Vannamei sebagai varietas unggul budidaya tambak di Indonesia melalui SK Menteri Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia No.41/2001 pada tanggal 12 Juli 2001. Hal disebabkan karena udang vannamei memiliki kelebihan yaitu memiliki pertumbuhan yang lebih cepat, waktu pemeliharaan lebih pendek yakni 90-100 hari per siklus, lebih tahan terhadap virus bintik putih, tahan terhadap fluktuasi keadaan lingkungan, tingkat kehidupannya tergolong tinggi (Amri dkk, 2008).

Udang *vanname* mengungguli komoditas lain karena mampu menarik minat masyarakat lokal maupun mancanegara. Banyaknya pecinta udang membuat penangkapan udang dan budidaya udang semakin meluas. Menurut laporan Kementerian Kelautan dan Perikanan tahun 2020 Perikanan, udang saat ini produksi komoditas tersebut semakin meningkat, baik yang diperoleh dari penangkapan alami maupun dari budidaya tambak udang. Data Kementerian Kelautan dan Perikanan tahun 2020 menunjukkan produksi udang nasional pada tahun 2020 sebesar 911,2 ton (katadata.co.id,2021)

Budidaya tambak saat ini menjadi salah satu sektor usaha perikanan favorit masyarakat Batu bara, untuk meningkatkan taraf ekonomi. Di samping prospek yang menjanjikan, budidaya udang di tambak menjadi pilihan yang semakin populer karena biaya produksinya yang lebih rendah dan waktu panen yang lebih cepat. Namun, selain udang *vanname*, petambak juga memanfaatkan untuk budidaya udang windu, yang meskipun memerlukan perawatan lebih intensif, menghasilkan produk berkualitas tinggi yang banyak diminati di pasar premium. Udang juga merupakan salah satu komoditi yang selalu laris manis di pasaran. Tambak-tambak (kolam) yang sebelumnya sempat terbiar, kini kembali ditabur dengan jutaan benih. Bahkan sejumlah pengusaha (petani tambak) kini mulai membuka kolam atau lokasi baru. Saat ini tercatat ada 75 tambak terdiri dari 55 tambak udang *vanname* dan juga 20 tambak udang windu yang beroperasi di Desa Dahari Selebar Kecamatan Talawi Kabupaten Batu Bara, baik atas nama pribadi maupun kelompok masyarakat.

Petambak udang windu merupakan salah satu daya saing dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) oleh sebab itu diperlukan suatu promo tentang Kabupaten Batu bara kecamatan Talawi desa Dahari Selebar menarik investor lokal maupun investor asing guna investasi di bidang maritim khususnya untuk budidaya udang windu menjadi unggulan ekspor.

Masyarakat cenderung lebih memilih udang *vanname* daripada udang windu karena beberapa alasan yang berkaitan dengan faktor ekonomi dan preferensi konsumen. Berikut adalah beberapa alasan utama:

- Udang *Vanname* lebih unggul dari segi harga, ketersediaan, kemudahan pengolahan, dan kecepatan produksi. Ini menjadikannya pilihan yang lebih populer dan mudah diakses oleh berbagai kalangan masyarakat.
- Udang Windu lebih mahal dan membutuhkan perawatan serta waktu budidaya yang lebih lama, tetapi memiliki rasa dan tekstur yang lebih kaya, yang seringkali dihargai lebih tinggi di pasar yang lebih selektif.

Secara keseluruhan, udang *vanname* lebih sering dipilih oleh masyarakat umum karena lebih ekonomis dan praktis, sementara udang windu lebih banyak dikonsumsi oleh mereka yang mencari kualitas premium atau hidangan spesial.

Permintaan udang jenis ini sangat besar baik pasar lokal maupun internasional, karena memiliki keunggulan nilai gizi yang sangat tinggi serta memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi menyebabkan pesatnya budidaya udang *vanname* di berbagai daerah. Selama setahun petani tambak udang *vanname* mampu melakukan budidaya sebanyak 3 kali masa panen. Pemanenan udang *vanname* dilakukan dengan sistem panen total ketika usia udang memasuki 60 hari dengan size sekitar 100 ekor/kg. Untuk kriteria udang yang tidak layak dijual yaitu memiliki tubuh yang cacat, size yang sangat kecil, dan kulit udang yang mengalami molting. Hasil dari data ini diperoleh melalui wawancara dengan beberapa petambak udang, yang mengungkapkan bahwa untuk size 100 ekor/kg dijual dengan harga Rp 65.000 - Rp 70.000.

Harga udang windu saat ini mencapai sekitar Rp 85.000 - Rp.228.000 per kilogram, menjadikannya salah satu pilihan udang dengan harga relatif tinggi di pasar. Meskipun lebih mahal dibandingkan dengan udang *Vanname*, kualitas daging udang windu yang padat dan rasanya yang gurih membuatnya tetap menjadi favorit di kalangan pecinta seafood, terutama di restoran-restoran premium.

Keputusan pembelian ialah suatu tindakan atau perilaku konsumen jadi atau tidaknya melakukan suatu pembelian atau transaksi, banyak tidaknya jumlah konsumen dalam mengambil keputusan menjadi salah satu penentu tercapai atau tidaknya tujuan perusahaan. Konsumen sering dihadapkan dengan beberapa pilihan dalam menggunakan suatu produk. Hal tersebut menyebabkan konsumen harus mempertimbangkan baik-baik sebelum mengambil keputusan untuk membeli.

Keputusan pembelian seseorang tidak muncul begitu saja, akan tetapi didasari oleh dorongan terlebih dahulu. Dorongan tersebut dapat berasal dari faktor internal dan faktor eksternal. Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen diantaranya harga dan kualitas produk. Seorang konsumen rasional akan memilih produk dengan mutu baik, harga terjangkau atau lebih murah dan produk yang mudah didapat.

Banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk, salah satunya adalah harga, harga sangat mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian, karena tergantung pendapatan yang dimiliki konsumen. Harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta keputusan pembelian dari suatu produk.

Harga jual udang *vanname* ditentukan berdasarkan harga jual pabrik lokal, namun biasanya harga jual pabrik dan lokal, namun biasanya harga jual pabrik lebih menguntungkan. Akan tetapi harga jual udang *vanname* pada pabrik relatif menurun jika banyak petani tambak udang yang panen karena faktor penentu harga petani tambak udang hanyalah harga di pasar dan juga banyaknya petani yang panen. Disisi lain, penetapan harga jual suatu produk yang wajar akan dipakai untuk menentukan harga jual secara aktual untuk mendapatkan keuntungan dan meminimalisir kerugian usaha, sehingga mencerminkan keuntungan yang sebenarnya, yang merupakan tujuan dari petambak udang *vanname* di Desa Dahari Selebar Kabupaten Batu Bara.

Faktor lain yang mempengaruhi pembelian yaitu kualitas produk. Kualitas produk sangat berpengaruh terhadap ketertarikan konsumen untuk membeli suatu produk. Konsumen akan memilih kualitas yang sesuai dengan biaya yang dikeluarkan untuk suatu produk, jika konsumen merasa puas maka konsumen akan menjadi loyalitas akan produk tersebut.

Kualitas udang *Vanname* sangat penting bagi konsumen dan sangat memperhatikan standar kualitas produk udang yang mereka terima. Oleh karena itu, para petani dan produsen udang di Desa Dahari Selebar Kec. Talawi Kab. Batu Bara harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas udang *Vanname*, baik dari segi aspek lingkungan, teknis budidaya, hingga pengolahan pasca-panen.

Peningkatan kualitas produk menjadi prioritas para pengusaha dalam memberikan hasil terbaik berupa produk dengan kualitas tinggi bagi para konsumen. Di samping itu kualitas produk memiliki hubungan erat dengan keputusan pembelian dan memberikan dorongan kepada pelanggan untuk

menentukan pembeliannya. Pelanggan akan menjalin hubungan dengan perusahaan apabila perusahaan tersebut dirasa cocok. Ikatan ini yang akan memberikan peluang besar bagi petambak untuk mengetahui kebutuhan serta harapan pelanggan.

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh penulis bahwa sebagian besar masyarakat Dahari Selebar Kabupaten Batu Bara berprofesi sebagai petambak Udang *Vanname*. Pembudidaya udang masih rentan terhadap permasalahan yang dapat mengakibatkan kemiskinan. Permasalahan tersebut seperti kurangnya permodalan yang mereka miliki, tatacara budidaya udang yang baik, dan pengaruh perubahan iklim sehingga banyak udang yang mati atau dapat dikatakan mereka mengalami gagal panen. Sehingga para petani sulit memasarkan hasil budidaya tambak udang dan sulit untuk menentukan harga dari kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal tersebut tidak memberikan kesejahteraan bagi para petani tambak.

Tambak yang luas dan kualitas air laut yang baik dapat menjadi peluang untuk budidaya udang *vanname*. Hal ini menunjukkan bahwa industri perikanan budidaya khususnya udang *vanname* sangat potensial untuk dikembangkan Nuraini (2019). Pendapatan yang diterima tergantung dari udangnya bagus atau tidak. Dalam pemberian pakan *pellet* harus disesuaikan dengan umur udang, karena akan berpengaruh pada isi udang, besar dan bobot udang itu sendiri. Untuk umur yang ditebarkan tergantung benur dan ukurannya atau biasa disebut dengan PL (*Post Larva*) yaitu rata-ratanya dari PL 8 sampai PL 12. Dalam tebaran benur dengan PL 7 (kecil) setelah satu minggu baru diberi pakan, apabila PL sudah besar sekitar PL 10 sampai PL 12 setelah 3 hari akan diberi pakan.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk memberi judul tentang “ **Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Budi Daya Tambak Udang *Vanname* Kec. Talawi Kab. Batu bara** ”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan diatas, masalah yang diidentifikasi yaitu:

1. Adanya perbedaan preferensi konsumen terhadap harga dalam keputusan pembelian konsumen
2. Kualitas produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan harga jual sehingga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen
3. Penjualan yang dilakukan oleh Kelompok Masyarakat Budi Daya Tambak Udang *Vanname* tidak selalu berkualitas baik

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka peneliti membatasi ruang lingkup permasalahan yang ada agar mendapatkan arah pembahasan yang lebih baik lagi. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah membahas “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosumen Pada Budi Daya Tambak Udang *Vanname* Di Kabupaten Batu Bara”.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Budi Daya Tambak Udang *Vanname* Di Desa Dahari Selebar Kec. Talawi Kab. Batu bara?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap Keputusan pembelian konsumen pada Budi Daya Tambak Udang *Vanname* Di Desa Dahari Selebar Kec. Talawi Kab. Batu bara?
3. Apakah harga dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Budi Daya Tambak Udang *Vanname* Di Desa Dahari Selebar Kec. Talawi Kab. Batu bara?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditemukan, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Budi Daya Tambak Udang *Vanname* Di Desa Dahari Selebar Kec. Talawi Kab. Batu bara.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Budi Daya Tambak Udang *Vanname* di Desa Dahari Selebar Kec. Talawi Kab. Batu bara.
3. Untuk mengetahui apakah harga dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Budi Daya Tambak Udang *Vanname* Di Desa Dahari Selebar Kec. Talawi Kab. Batu bara.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah :

a. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat menambah pengetahuan mengenai harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen bagi penelitian selanjutnya yang ingin meneliti lebih jauh dan menambah wawasan terhadap penulis maupun pembaca.

b. Secara Praktis

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini digunakan untuk menambah wawasan dan memperluas pengetahuan penulis dalam hal manajemen khususnya yang berhubungan dengan harga, dan kualitas produk dalam keputusan pembelian konsumen .

2. Bagi Pengusaha

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan sebagai manfaat bagi pengusaha dalam menganalisis mengenai perilaku konsumen dalam berbelanja.

3. Bagi Peneliti Berikutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan bacaan dan pedoman bagi peneliti-peneliti berikutnya yang ingin mengembangkan penelitian yang sama.

