

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Budidaya ikan hias merupakan salah satu usaha yang memberikan alternatif sumber penghasilan untuk meningkatkan pendapatan pembudidaya atau pengusaha ikan hias, usaha budidaya ikan hias memiliki prospek cukup baik untuk di kembangkan, hal ini di sebabkan karena dalam budidaya ikan hias memiliki keunggulan – keunggulan antara lain seperti, Teknologinya mudah diserap dan diterapkan, dapat diusahakan dalam skala usaha kecil tidak membutuhkan lahan yang luas, perputaran modal cepat, dapat dipanen dalam waktu yang singkat, budidaya ikan hias mampu menyerap tenaga kerja dan memiliki peluang pasar yang menjanjikan.

“Harga adalah pengorbanan keseluruhan yang bersedia di lakukan konsumen dalam rangka mendapatkan produk atau jasa spesifik” (Tjiptono, 2016:218).

Menurut Kotler dan Armstrong, (2012:76) Promosi merupakan kegiatan yang mengkomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan membujuk target konsumen untuk membeli produk tersebut. Promosi berfungsi sebagai daya tarik untuk mendorong konsumen melakukan keputusan pembelian. Menurut Tjiptono,(2014:21) Keputusan pembelian merupakan sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merk tertentu dan mengevaluasi seberapa

baik masing – masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.

Setiap pengusaha budidaya ikan hias maupun pengusaha lainnya dalam memasarkan produknya mempunyai tujuan. Secara umum tujuan tersebut adalah mencapai dan meningkatkan keuntungan melalui volume penjualan yang menguntungkan, artinya laba itu dapat di peroleh dengan melalui pemuasan konsumen. Dengan laba ini usaha dapat tumbuh dan berkembang, dapat pula dikatakan bahwa sebenarnya laba itu sendiri merupakan pencerminan dari usaha pengusaha yang berhasil yang berhasil memberikan kepuasan kepada para konsumen.

Salah satu wujud dari usaha budidaya ikan hias tersebut, maka dibentuklah toko ikan hias Jenis Guppy yaitu Toko Ikan Hias Pudak Guppy 2 Gresik yang berada di kota Gresik. Kegiatan usaha budidaya ikan hias Guppy dilakukan di akuarium – akuarium, kolam terpal dan kolam semen. Pemasaran ikan hias Guppy dari Toko Ikan Hias Pudak Guppy 2 Gresik di pasarkan ke dalam dan luar Daerah, baik itu di jual per pasang maupun borongan. Akan tetapi Toko Ikan Hias Pudak Guppy 2 Gresik ini masih tergolong minim dalam mendapatkan konsumen mereka sendiri khususnya untuk daerah Gresik sendiri.

Adapun penetapan harga dari ikan hias Guppy pada Toko Ikan Hias Pudak Guppy 2 Gresik dapat bersaing. Namun, harga yang sudah di berikan sudah sesuai dengan kantong masyarakat dan gencarnya promosi yang dilakukan oleh pihak Toko ikan Hias Pudak Guppy 2 Gresik ini masih belum

optimal untuk melakukan keputusan pembelian di Toko Ikan Hias Pudak Guppy 2 Gresik.

**TABEL 1.1**  
**PENJUALAN IKAN GUPPY PADA TOKO IKAN HIAS PUDAK**  
**GUPPY 2 GRESIK PERIODE BULAN OKTOBER 2020 –**  
**JANUARI 2021**

<b>BULAN</b>	<b>JENIS IKAN GUPPY</b>	<b>JUMLAH KONSUMEN</b>	<b>TERJUAL</b>
Oktober	<i>Half Black White</i>	20 Orang	100 pasang
November	<i>Albino Full Red</i>	18 Orang	80 Pasang
Desember	<i>Half Black White</i>	12 Orang	70 Pasang
Januari	<i>lbino Full Red &amp; Hal Black White</i>	10 Orang	60 Pasang

Sumber data : toko ikan hias pudak guppy 2 gresik

Strategi pemasaran yang sering di gunakan perusahaan adalah bauran pemasaran, “Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran – pemasaran terkontrol yang di padukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran”(Kotler dan Armstrong,2017:75). Bauran pemasaran dari produk, harga, tempat dan promosi. Namun dalam

penelitian ini, peneliti memfokuskan pembahasan mengenai harga dan promosi.

Pemasaran ikan hias Jenis Guppy sendiri ditingkatkan apabila strategi pemasaran di terapkan dengan baik sehingga diharapkan produksi dari budidaya ikan hias bisa di tingkatkan dan bisa memberikan keuntungan yang lebih besar lagi bagi pelaku usaha budidaya ikan hias jenis Guppy pada Toko Ikan Hias Puduk Guppy 2 Gresik.

Aspek promosi yang dilakukan Toko Ikan Hias Puduk Guppy 2 Gresik sudah di optimalkan, Toko Ikan Hias Puduk Guppy 2 Gresik menerapkan beberapa aspek promosi di antaranya melakukan periklanan di sosmed (sosial media) , mengadakan promo – promo penjualan, pemasaran langsung, dan hubungan masyarakat, namun masih belum bisa optimal untuk masyarakat melakukan keputusan pembelian, sehingga belum bisa menguasai pasar.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut diatas yang di temukan peneliti atas dasar fenomena yang terjadi di lapangan, maka di ajukan sebuah penelitian dengan judul

**“PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IKAN HIAS PADA TOKO IKAN HIAS PUDAK GUPPY 2 GRESIK”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah di kemukakan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Apakah harga secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan pembelian ikan hias pada Toko Ikan Hias Pudak Guppy 2 Gresik?
2. Apakah promosi secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan pembelian ikan hias pada Toko Ikan Hias Pudak Guppy 2 Gresik?
3. Apakah harga dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian ikan hias pada Toko Ikan Hias Pudak Guppy 2 Gresik?

## **1.3 Tujuan penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap Keputusan pembelian ikan hias pada Toko Ikan Hias Pudak Guppy 2 Gresik.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi secara parsial terhadap Keputusan pembelian ikan hias pada Toko Ikan Hias Pudak Guppy 2 Gresik.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan promosi secara simultan terhadap Keputusan pembelian ikan hias Studi kasus Toko Ikan Hias Pudak Guppy 2 Gresik.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

### **1.4.1 Secara Teoritis**

#### 1. Bagi Universitas

Sebagai masukan dan bahan pertimbangan serta tambahan referensi bagi Mahasiswa Universitas Gresik khususnya fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen dalam menentukan harga dan promosi terhadap Keputusan pembelian ikan hias pada Toko Ikan Hias Pudak Guppy 2 Gresik.

#### 2. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk mengaplikasikan teori yang di peroleh di bangku kuliah ini. Menambah pengalaman dan sarana dalam memecahkan masalah – masalah yang ada di masyarakat sebelum terjun dalam dunia kerja yang sebenarnya.

### **1.4.2 Secara Praktis**

Sebagai masukan dan bahan pertimbangan dalam menentukan harga dan promosi terhadap Keputusan pembelian ikan hias pada Toko Ikan Hias Pudak Guppy 2 Gresik.