

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia agribisnis, manajemen pemasaran memiliki peranan penting dalam memasarkan produk agribisnis, hal ini dikarenakan perkembangan dunia agribisnis semakin tahun semakin meningkat pesat dan para pebisnis semakin bermunculan dengan ide inovasi baru yang membuat persaingan dalam dunia agribisnis semakin kuat. Produk olahan agribisnis, yakni berupa pertanian, perkebunan hingga perikanan semua akan dipasarkan sesuai dengan pangsa pasar yang telah dituju. Dengan adanya manajemen pemasaran, semua produk olahan agribisnis dapat dipasarkan sesuai dengan pangsa pasar yang jelas, serta dapat meningkatkan nilai jual produk olahan agribisnis dengan memperhatikan bauran pemasaran yang tepat untuk produk olahan agribisnis yang akan dijual di pasaran.

Ikan gurami merupakan jenis ikan air tawar yang paling unggul dibandingkan ikan air tawar lainnya, seperti ikan lele, ikan pati, dan ikan nila. Salah satu keunggulan yang dimiliki oleh ikan gurami adalah rasanya yang enak. Olahan ikan gurami adalah salah satu olahan yang banyak diminati oleh masyarakat di Indonesia khususnya di Kabupaten Jember. Data dari Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Jember 2014, produksi ikan gurami dari tahun 2009-2013 mengalami peningkatan, dari tahun 2009 yang hanya memproduksi total sebesar 688.800 kg per tahun, meningkat tajam menjadi sebesar 1.182.400 kg per tahun pada tahun 2013. Peningkatan ini berbanding lurus dengan banyaknya permintaan konsumen terhadap ikan gurami. Olahan ikan gurami sendiri memiliki banyak varian olahan sehingga meningkatkan minat konsumen dalam memilih ikan gurami sebagai salah satu menu olahan yang digemari. Hal tersebut terbukti dengan menjamurnya menu makanan olahan gurami dari pedagang kaki lima hingga restoran besar di Kabupaten Jember dengan menyajikan olahan ikan gurami sebagai salah satu menu andalan mereka.

Resto Azkiya adalah salah satu resto yang ada di Kabupaten Jember yang terletak di Jalan MH Thamrin, Dusun Krajan Utara Desa Gadingrejo, Kecamatan Umbulsari Jember. Resto ini menyediakan menu andalan olahan ikan gurami dengan berbagai macam rasa dengan harga yang relatif murah dibandingkan dengan rumah makan atau restoran yang ada di Kabupaten Jember. Hal ini disebabkan karena gurami yang ada di Resto Azkiya ini adalah gurami dari hasil budidaya sendiri, sehingga harganya jauh dibawah harga pasaran. Selain itu, Resto Azkiya memiliki interior khas Bali dengan berbagai perabotannya sehingga pengunjung bisa menikmati berbagai macam menu masakan di Resto Azkiya dengan nuansa Bali. Resto ini juga terkenal sangat ramai di datangi oleh pengunjung, walaupun rumah makan ini lokasinya jauh dari Kota Jember, yakni sekitar \pm 40 km dari Kota Kabupaten Jember, namun resto ini tetap dipenuhi oleh banyak pengunjung, dari dalam Kecamatan Umbulsari dan beberapa Kecamatan di luar Umbulsari termasuk juga banyak pengunjung dari Kecamatan yang ada di Kota Jember.

Resto ini walau terkenal masih baru namun sudah memiliki banyak pelanggan, pelanggan dari hari biasa yakni dari hari senin sampai jum'at dapat menghabiskan olahan ikan gurami hingga 320 ekor/ hari, sedangkan hari sabtu dan minggu, adalah hari dimana Resto Azkiya paling padat pengunjung, olahan ikan gurami bisa terjual sebanyak 390 - 400 ekor/ hari (Data primer 2019). Selain harga yang terjangkau menu yang di hadirkan dalam Resto Azkiya ini juga sangat bervariasi. Terbukti dari satu menu ikan gurami sendiri, Resto Azkiya memiliki 7 varian olahan yang berbeda yakni gurami goreng, gurami bakar madu, gurami asam manis, gurami pretelan, gurami dabu- dabu, gurami pedas manis dan gurami telur asin yang menjadikan resto ini berbeda dari resto yang lain.

Bauran pemasaran atau *Marketing Mix* menurut Alma (2012) adalah merupakan “strategi mencampuri kegiatan-kegiatan pemasaran, agar dicari kombinasi maksimal sehingga mendatangkan hasil yang memuaskan”. Oleh sebab itu bauran pemasaran disini penting untuk mendapatkan target pemasaran dan tujuan dari penjualan produk itu sendiri, bauran pemasaran sendiri memiliki empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran yaitu *product*, *price*, *place*, *promotion* yang kemudian di tambah tiga variabel lagi yaitu *people*, *physical evidence* dan *process* (Kotler dan Keller, 2008). Dalam dunia industri, pemakaian variabel tersebut sangatlah berhubungan erat dengan kesuksesan dalam pemasaran sebuah produk. Dengan mengacu pada variabel 7P, maka sebuah perusahaan akan mengetahui pangsa pasar mereka dengan sangat jelas, hal ini sangat membantu perusahaan baik sekala besar

maupun industri rumah tangga untuk memasarkan produk mereka melalui alat ukur pemasaran tersebut.

Dari uraian tersebut, peneliti ingin mengetahui sebab dan faktor apa yang menyebabkan para pengunjung datang Resto Azkiya ini, dan apakah bauran pemasaran yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*) ikut andil dalam upaya peningkatan penjualan ikan gurami di Resto Azkiya tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1 Apakah bauran pemasaran mempengaruhi secara serempak pada keputusan pembelian olahan ikan gurami yang ada di Resto Azkiya Jember?
- 2 Apakah bauran pemasaran mempengaruhi secara parsial pada keputusan pembelian olahan ikan gurami yang ada di Resto Azkiya Jember?
- 3 Faktor apa yang berpengaruh secara dominan dalam keputusan pembelian olahan ikan gurami tersebut?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh bauran pemasaran secara serempak pada keputusan pembelian olahan ikan gurami yang ada di Resto Azkiya Jember.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis dan pengaruh bauran pemasaran secara parsial pada keputusan pembelian olahan ikan gurami yang ada di Resto Azkiya Jember.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis Faktor yang berpengaruh secara dominan pada keputusan pembelian olahan ikan gurami yang ada di Resto Azkiya Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan pada tujuan di atas, maka manfaat dari penelitian ini dapat di gunakan untuk:

1. Dapat digunakan sebagai sumbangan pemikiran dan evaluasi dalam dunia Agroindustri pangan wilayah Jember.
2. Sebagai sumbangan pemikiran untuk kebutuhan dan kepentingan referensi Politeknik Negeri Jember.
3. Sebagai bahan acuan atau referensi bagi para peneliti selanjutnya yang berminat untuk mendalami lebih lanjut mengenai penelitian ini.