

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi telah menuntut adanya perubahan dalam segala bidang. Salah satunya adalah bidang pemasaran. Semakin tingginya tingkat persaingan di dunia bisnis dan kondisi ketidakpastian memaksa perusahaan mencapai keunggulan bersaing agar mampu memenangkan persaingan. Untuk mencapai hal itu para pemasar harus menerapkan konsep pemasaran modern yang berorientasi pasar karena mereka merupakan ujung tombak keberhasilan pemasaran. Persaingan bisnis menuntut perusahaan harus mampu bersikap dan bertindak cepat dan tepat dalam menghadapi persaingan di lingkungan bisnis yang bergerak sangat dinamis dan penuh dengan ketidakpastian.

Dalam menghadapi pesaing yang ketat di era globalisasi ini, setiap perusahaan harus mampu bersaing untuk memenangkan persaingan. Orientasi dunia pemasaran telah mengalami perubahan dari *profit orientied* kepada *satisfied orientied*. Setiap perusahaan harus memperhatikan dan mempertimbangkan kepuasan konsumen. Masalah yang sering dihadapi oleh perusahaan adalah bahwa perusahaan belum tentu mampu memberikan kepuasan maksimal yang benar-benar diharapkan oleh konsumen atau pelanggan. Banyak cara yang bisa dicapai oleh perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen, misalnya dengan memperhatikan faktor harga (Amanah, 2010).

Pada umumnya, konsumen cenderung akan memilih perusahaan yang menawarkan produknya dengan harga yang relatif murah. Harga merupakan salah

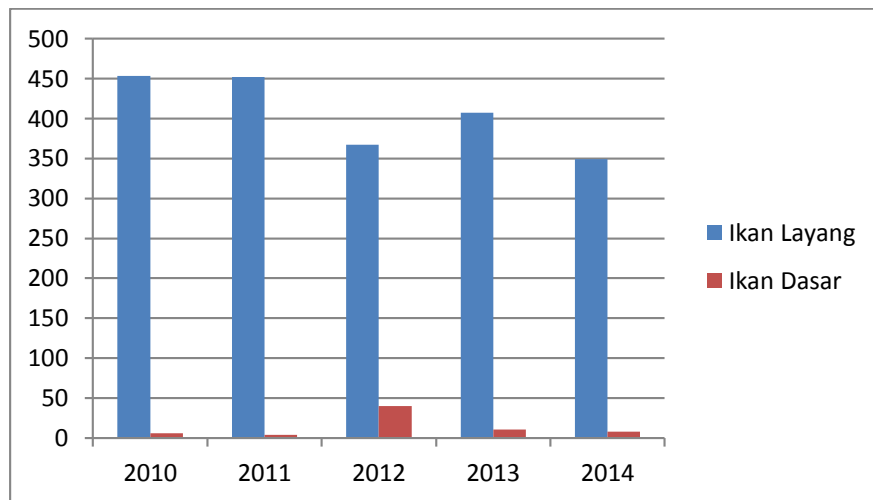
satu bahan pertimbangan yang penting bagi konsumen untuk membeli produk pada suatu perusahaan. Selain harga yang relatif murah, kualitas produk juga sangat mempengaruhi keberhasilan dan kemajuan suatu usaha bisnis. Perusahaan yang memproduksi produk yang berkualitas tinggi lebih akan memberi keuntungan dibandingkan dengan memproduksi produk yang berkualitas rendah. Artinya, konsumen akan bersedia membeli suatu barang dengan harga yang masuk akal/relatif terjangkau, dengan kualitas barang yang baik.

Salah satu yang dianggap cukup ramai dalam persaingan yang semakin ketat ini adalah bisnis di bidang makanan. Padatnya aktivitas di zaman modern dewasa ini menyebabkan kebanyakan orang tidak mempunyai banyak waktu luang untuk mempersiapkan sendiri makanan di rumah dan cenderung lebih ingin menikmati makanan di luar yang siap saji namun tetap ingin mencari kuliner khas rumah. Di Kota Gorontalo sendiri banyak berkembang usaha rumah makan terutama rumah makan yang menggunakan ikan sebagai bahan utamanya. Kuliner ikan terutama ikan dasar sangatlah digemari oleh semua kalangan baik dari anak-anak maupun orang dewasa karena cita rasanya yang banyak digemari, enak dan mempunyai protein yang sangat baik. Agar dapat memperoleh kepercayaan dari konsumen, kualitas bahan baku ikan yang digunakan haruslah ikan yang masih segar. Salah satu cara yang dapat digunakan dalam mempertahankan kesegaran ikan adalah dengan membekukan ikan hingga pada suhu tertentu agar keawetannya terjaga.

Tingginya jumlah permintaan dan kebutuhan pasaran ikan dasar di Kota Gorontalo dimanfaatkan oleh CV. Mitra Karya dengan membuka unit usaha pembekuan ikan sejak tahun 2008. Dilihat dari jumlah kapasitas produksi, perusahaan

ini dapat dikatakan merupakan salah satu perusahaan utama yang mensuplaibahan baku ikan dasar beku di Gorontalo. Volume penjualan ikan beku CV. Mitra Karya selama tahun 2010-2014 dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

**Gambar 1.1**  
**Volume Penjualan Ikan Dasar Beku CV. Mitra Karya**  
**Selama Tahun 2010-2014**



*(Sumber: CV. Mitra Karya)*

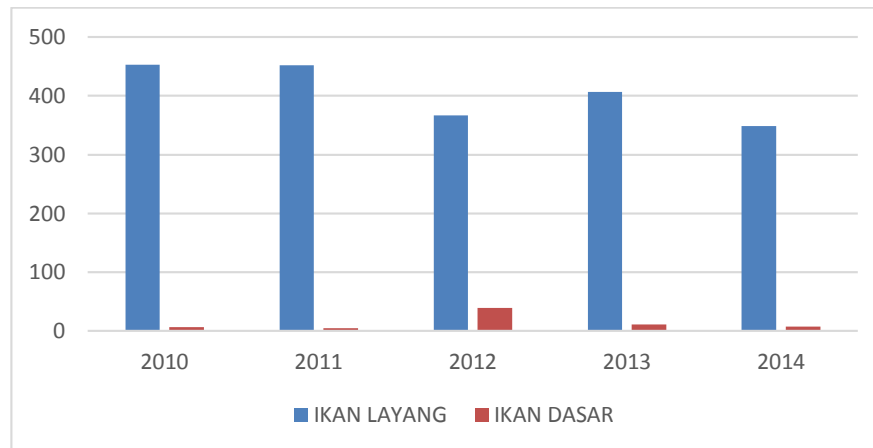
Berdasarkan data diatas terlihat bahwa volume penjualan ikan beku secara keseluruhan berfluktuasi dari tahun ke tahun bahkan memperlihatkan tren penurunan. Fluktuasi permintaan ini terjadi karena menjelang saat-saat tertentu seperti saat terang bulan tempat-tempat pengumpul ikan sangatlah tinggi. Namun pada saat-saat normal volume perintaan menjadi menurun karena konsumen lebih menginginkan ikan dasar non frozen dibanding ikan frozen.

Selain diakibatkan perubahan permintaan, naik-turunnya volume penjualan ikan beku di CV. Mitra Karya juga diduga diakibatkan oleh perubahan harga jual ikan beku ke konsumen. Perubahan harga jual ini dipengaruhi oleh jumlah pasokan ikan

segar dari nelayan ke perusahaan. Pada saat jumlah pasokan ikan segar melimpah maka harga beli perusahaan ke nelayan menurun sehingga harga jual dari perusahaan kepada konsumen juga dapat ditekan. Sebaliknya, disaat pasokan ikan segar berkurang maka harga beli perusahaan ke nelayan meningkat dan menyebabkan harga jual perusahaan ke konsumen juga akan meningkat.

Faktor lain yang turut mempengaruhi penjualan dan harga jual adalah persaingan yang terjadi dengan perusahaan sejenis. Perusahaan yang menjadi pesaing utama CV. Mitra Karya dalam bisnis ikan beku adalah PT. Miyagi yang juga terletak di Kota Gorontalo. Persaingan yang terjadi pada umumnya berada pada pasokan bahan baku berupa ikan mentah. Dimana para nelayan di wilayah Kota Gorontalo pada umumnya masih memasok ikan hasil tangkapan mereka ke PT. Miyagi. Hal ini lebih disebabkan oleh daya tampung/kapasitas produksi PT. Miyagi yang lebih besar dari CV. Mitra Karya sehingga kemampuan mereka dalam menyerap ikan tangkapan nelayan juga semakin besar. Selain perbedaan kapasitas, selisih harga beli dari perusahaan juga turut mempengaruhi keputusan nelayan dalam memilih perusahaan yang akan dipasok. Perkembangan harga jual ikan beku yang diproduksi oleh CV. Mitra Karya selama tahun 2010-2014 dapat dilihat dalam tabel berikut :

**Gambar 2. 1**  
**Rata-Rata Harga Jual Ikan Dasar Beku CV. Mitra Karya**  
**Selama Tahun 2010-2014**



(Sumber: CV. Mitra Karya)

Berdasarkan alasan tersebut di atas maka penulis tertarik untuk mengambil judul skripsi tentang :” ***Pengaruh Harga Jual Ikan Dasar Terhadap Volume Penjualan CV.Mitra Karya Di Kota Gorontalo***”

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Beberapa masalah yang terkait dengan harga jual dan volume penjualan ikan beku di CV. Mitra Karya yang berhasil diidentifikasi adalah sebagai berikut :

1. Harga beli ikan segar dari nelayan berfluktuasi setiap bulan tergantung kondisi musim
2. Volume penjualan ikan beku pada setiap bulan tidak stabil
3. Adanya persaingan dalam memperoleh pasokan ikan segar dari nelayan dari perusahaan yang bergerak di bidang usaha yang sama.
4. Harga jual ikan beku berfluktuasi tergantung pada permintaan pasar dan kualitas ikan

### **1.3. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka rumusan permasalahan yang akan diteliti adalah sebagai berikut seberapa besar pengaruh Harga Jual Ikan Dasar terhadap Volume Penjualan CV. Mitra Karya do Kota Gorontalo?

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Adapun Tujuan dari penelitian ini adalah “Untuk mengetahui apakah Harga Jual Ikan Dasar memiliki pengaruh terhadap Volume Penjualan pada CV.Mitra Karya di Kota Gorontalo.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian yang dilakukan diharapkan bermanfaat bagi pihak yang mempunyai kepentingan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu penelitian dalam bidang manajemen pemasaran yang kaitannya dengan volume penjualan perusahaan.
2. Dapat memberikan manfaat bagi semua pihak sebagai sumbangan ilmu pengetahuan dan menjadi bahan pemikiran yang dapat dipergunakan untuk bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan atau keputusan di bidang pemasaran khususnya yang berhubungan dengan pemasaran produk.
3. Dengan mengetahui strategi pemasaran yang telah digunakan,perusahaan dapat memperbaiki kekurangan-kekurangan yang ada kemudian dievaluasi dan pada akhirnya mampu meningkatkan volume penjualan pada tahun – tahun berikutnya.