

Bab I Pendahuluan

1.1. Latar belakang Masalah

Ikan lele (*clarias gariepinus*) merupakan salah satu jenis ikan air tawar yang sering dibudidayakan di Indonesia. Ikan lele (*clarias gariepinus*) memiliki kulit tubuh yang licin karena adanya lapisan lendir (*mucus*), tidak bersisik, agak pipih dan memanjang serta memiliki misai di sekitar mulutnya. Morfologi ikan lele ditandai bagian kepala yang pipih ke bawah (*dorsoventral*), bagian tengah membulat dan bagian belakang pipih ke samping (*compressid*), dilindungi oleh lempengan kerdas tulang kepala. Siripnya terdiri atas lima jenis yaitu, Sirip dada (*Dorsal*), sirip punggung (*pectoral*), sirip perut (*ventral*), sirip dubur (*anal*), dan sirip ekor (*caudal*) (Rukmana dkk., 2017).

Ikan lele merupakan ikan yang cukup banyak diminati oleh masyarakat seperti di desa Sulewana. Di desa Sulewana termasuk desa yang cukup besar dan banyak orang yang berminat membeli ikan lele tersebut, ikan lele merupakan ikan yang menurut saya ikan yang sangat enak, yang memiliki kulit yang licin dan juga kumis yang menarik. Pengusaha ikan lele mengalami kesulitan untuk memasarkan ikan lele, diketahui dari hasil wawancara kepada pengelola budidaya ikan lele. Kendala-kendala yang dihadapi yaitu kurangnya modal dalam usaha serta lokasi yang tidak strategis sehingga jarang pembeli. Karena di desa Sulewana tersebut ada dua tempat pengusaha budidaya lele. Akan tetapi tempat penjualan lele tersebut terdapat harga yang maksimal dan juga tempat yang nyaman. Karena

seorang pengusaha ikan lele ini dia sangat bagus (rama) jadi banyak diminati konsumen dan dari cara melayani konsumen juga sangat baik. Penjualan lele ini di pasarkan di Sulewana setempat tanpa di promosi ke tempat lain, ikan lele juga pembelinya selain dari desa setempat ada juga dari desa lain, seperti Sangira dll.

Harga ikan lele tersebut berubah-ubah karena mengikuti setiap musimnya dan juga harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada usaha ikan lele tersebut. Usaha ikan lele di desa Sulewana sudah mulai mempromosikan harga yang terjangkau, dengan hal ini usaha ikan lele telah mengambil langkah strategi untuk mendorong dan meningkatkan daya beli konsumen, ini salah satu keputusan pembelian sesuai lokasi. Dan penelitian ini mengidentifikasi berdasarkan masalah dengan variabel pengaruh lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian, pada penelitian ini.

Keputusan pembelian merupakan sebuah proses di mana konsumen mengenal masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian Tjiptono(2012).

Lokasi dan harga salah satu hal yang penting menjadi pertimbangan konsumen untuk mengambil keputusan pembelian. Lokasi merupakan tempat melayani konsumen dapat pula di artikan sebagai tempat untuk memanjakan barang-barang dagangannya. Definisi lokasi tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonomi. Adapun pengertian harga satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang di tukarkan agar

memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa sehingga menimbulkan kepuasan konsumen Alma(2011).

Lokasi merupakan tempat yang menjadi pusat kegiatan usaha, baik teknis, administrasi, ataupun manajerial. Lokasi sangat menentukan keberhasilan bisnis. Sebab, dengan lokasi yang strategis pelaku usaha dapat memperbesar peluang demi mendapatkan konsumen. Lokasi juga menjadi suatu investasi jangka panjang bagi pengusaha. Menurut Heizer dan Render (2015), lokasi memiliki kekuasaan untuk membuat strategi bisnis perusahaan sehingga lokasi merupakan pendorong biaya dan pendapatan pada perusahaan, sehingga lokasi yang tepat akan menguntungkan bagi perusahaan, sebaliknya lokasi yang kurang tepat dapat menurunkan efektifitas perusahaan.

Penelitian dari Ghanimata (2012). Yang menyatakan bahwa keputusan pembelian di dasarkan lokasi berpengaruh positif dan signifikan, karena artinya dengan lokasi yang bagus keputusan pembelian pun meningkat dan keputusan pembelian sangat memperhatikan faktor lokasi, lokasi yang jauh dari keramaian menjadi konsumen nyaman untuk di tinggal, selain itu akses ke pusat kota yang dekat tidak memakan waktu bagi penghuni yang tidak memiliki waktu yang banyak. Lokasi merupakan tempat dimana perusahaan harus bermarkas melakukan oprasi, pemilihan lokasi yang strategis karna dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Lokasi merupakan letak pada daerah yang strategis senggga dapat memaksimumkan laba. Lokasi yang strategis dan akses ke lokasi yang terjangkau akan mengundang konsumen melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk.

Harga merupakan salah satu dari variabel bauran pemasaran yang sangat penting dalam manajemen pemasaran. Harga merupakan satu variabel bauran pemasaran yang paling fleksibel. Alma (2011), harga merupakan satuan monoter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarka agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa sehingga menimbulkan kepuasan konsumen.

Penelitian Weenas (2013) menyatakan bahwa keputusan pembelian didasarkan harga berpengaruh positif dan signifikan, karna harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk, sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk. Harga juga berpengaruh langsung pada keputusan pembelian, keputusan pembelian didasarkan pada bagian konsumen menganggap harga dan berapa harga aktual saat ini yang mereka pertimbangkan bukan harga yang di nyatakan pemasar.

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan penelitian di atas,maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian pada usaha ikan lele di desa Sulewana**”

1.2. Rumusan masalah

1.1.1 Apakah lokasi dan harga secara silmutan berpengaruh terhadap keputusan pembelian usaha ikan lele pada desa Sulewana

1.1.2 Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian usaha ikan lele pada desa sulewana

1.1.3 Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian usaha ikan lele pada desa sulewana

1.3. Tujuan Penelitian

1.2.1 Untuk mengetahui lokasi harga secara silmutan berpengaruh

Terhadap keputusan pembelian usaha ikan lele pada

Desa Sulewana

1.2.2 untuk mengetahui lokasi apakah berpengaruh terhadap keputusan pembelian usaha ikan lele pada desa Sulewana

1.2.3 untuk mengetahui harga apakah berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada usaha ikan lele di desa Sulewana

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini di harapkan mempunyai manfaat yaitu:

1.3.1 Bagi Perusahaan

Sebagai bahan referensi bagi perusahaan agar selalu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pembeli karna berpengaruh langsung terhadap kelangsungan usaha. Khususnya mengenai pengaruh lokasi, harga dan keputusan pembelian.

1.3.2 Bagi Unsimar

Menamba literatur perpustakaan di bidang pemasaran khususnya mengenai pengaruh lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian.

1.3.3 Bagi Peneliti

Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi (S1)

Pada prodi manajemen fakultas universitas sintuwu maroso poso.

