

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Keputusan pembelian merupakan suatu aktivitas tersendiri yang berhubungan langsung dengan keputusan pembelian suatu produk yang ditawarkan oleh penjual dan keputusan konsumen terjadi ketika produk telah memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Keputusan pembelian merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen berupa tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut. Keputusan pembelian merupakan suatu proses yang telah dimulai dari sebelum keputusan itu diambil hingga setelah keputusan pembelian itu telah dilakukan (Tjiptono, 2020)

Dalam pengambilan keputusan terdapat faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian ikan. Faktor-faktor tersebut yaitu, faktor bauran pemasaran, dan faktor ekonomi. Faktor bauran pemasaran terdiri dari *place*, *price*, dan *promotion*. Faktor ekonomi yakni *income*. Place berperan sebagai media bertemuanya penjual dan pembeli. Dalam dunia pemasaran Lokasi memiliki posisi penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Keputusan lokasi sangat penting karena berkaitan dengan kenyamanan konsumen. Price berperan aktif dalam mempengaruhi keputusan membeli konsumen. Setiap konsumen memiliki prioritas kebutuhan yang berbeda-beda terhadap suatu barang atau jasa berdasarkan harga, kegunaan, manfaat, dan kekuatan ekonomi yang dimiliki. Menurut Kotler & Keller (2009), Secara Psikologis, konsumen cenderung mempunyai batasan terhadap sebuah harga baik itu batas bawah harga maupun batas harga tertinggi, oleh karena itu, Fahmi (2016), pendapat yang paling penting dalam pembahasan harga adalah para produsen yang memiliki tanggung jawab dalam menerapkan kebijakan harga yang sesuai. Promotion merupakan kegiatan mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Promotion diperlukan untuk menggiring opini konsumen terhadap suatu barang atau jasa dari yang tidak tertarik menjadi tertarik. Income memegang peranan penting karena pendapatan seseorang dapat mempengaruhi keputusan pembeliannya. Pendapatan

yang lebih tinggi membuat keputusan pembelian lebih mudah bagi konsumen. Selain itu, pendapatan yang lebih tinggi menyebabkan konsumsi yang lebih tinggi.

Ikan merupakan salah satu sumber protein yang mudah dicerna oleh tubuh manusia, dengan nilai gizi yang sebanding dengan daging. Ikan sebagai sumber makanan karena mengandung protein hewani. Kesadaran masyarakat akan konsumsi ikan meningkat seiring dengan berjalannya waktu. Untuk memenuhi kebutuhan gizi tersebut kebanyakan masyarakat memilih ikan sebagai menu dimakanannya. Hal ini merupakan pertanda baik untuk masyarakat karena mereka telah peduli dengan apa yang mereka konsumsi (Ufat et al., 2018).

Dalam hal untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam membeli ikan. Biasanya konsumen lebih memilih pasar tradisional untuk membeli ikan. Pasar tradisional adalah sebuah mekanisme yang dapat mempertemukan pihak penjual dan pembeli secara langsung dimana barang-barang yang diperjual belikan biasanya tergantung permintaan konsumen. Pasar tradisional mempunyai kekurangan seperti kumuh dan kotor. Namun masih banyak konsumen yang melakukan pembelian di pasar tradisional. Hal ini karena berbagai alasan seperti harga yang terjangkau, adanya proses tawar menawar, keberagaman produk, area penjualan yang luas serta kondisi barang masih segar tanpa pendingin di lemari es (Kasdi, 2016).

Pasar Batuphat merupakan salah satu pasar yang berada di kecamatan muara satu dan merupakan salah satu pusat pembelanjaan masyarakat yang berada di daerah tersebut maupun sekitarnya, Pasar ini menyediakan berbagai jenis produk yang ditawarkan salah satunya ikan segar. Pasar Batuphat tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen, tetapi juga memperkuat ikatan sosial di masyarakat serta mempertahankan budaya lokal dan mendukung ekonomi berbassis komunitas.

Tabel1. Tabel Penjualan Ikan di Pasar Batuphat

No	Jenis Ikan	Jumlah Jual (Kg)				
		Mei	Juni	Juli	Agustus	September
1	Dencis	54.000	56.400	48.900	32.550	61.200
2	Tongkol	54.000	56.400	39.600	62.700	61.200
3	Gembung	48.000	48.000	45.000	55.350	50.400
4	Mata Lebar	28.800	26.400	32.400	31.350	28.800
5	Bandeng	23.100	21.900	34.200	26.850	23.700
6	Tuna	23.100	21.900	28.800	24.000	23.700

Sumber: Data primer (Diolah) 2024

Pasar Krueng Guekueh merupakan pasar yang berada di kecamatan dewantara dan merupakan salah satu pusat pembelanjaan masyarakat yang berada di daerah tersebut, Pasar ini menyediakan berbagai jenis produk yang ditawarkan dimana masyarakat dapat berbelanja sebagai kebutuhan sehari-hari, termasuk membeli ikan. Di pasar tersebut terdapat 14 jumlah pedagang ikan yang tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen tetapi juga memperkuat ikatan sosial di masyarakat serta mendukung ekonomi berbabis komunitas.

Tabel 2. Tabel Penjualan Ikan di Pasar Krueng Geukueh

No	Jenis Ikan	Jumlah Jual (Kg)				
		Mei	Juni	Juli	Agustus	September
1	Dencis	21.000	21.000	32.700	19.800	15.300
2	Tongkol	21.000	27.000	38.100	22.800	22.800
3	Gembung	17.400	15.000	31.500	18.000	13.500
4	Mata Lebar	5.400	10.200	7.800	10.800	12.600
5	Bandeng	9.600	15.600	12.300	15.000	10.500
6	Tuna	6.600	10.200	6.000	11.100	3.150

Sumber: Data primer (Diolah) 2024

Berdasarkan tabel diatas data Pasar Batuphat Timur menarik perhatian karena tingkat pembelian ikan di pasar ini tergolong tinggi jika dibandingkan dengan pasar lainnya di wilayah sekitarnya, seperti Pasar Krueng Geukueh. Berdasarkan data penjualan lima bulan terakhir, volume penjualan ikan di Pasar Batuphat menunjukkan tren yang signifikan. Hal ini menimbulkan pertanyaan mendasar apa saja faktor yang mempengaruhi tingginya keputusan pembelian ikan oleh konsumen di Pasar Batuphat Timur? Permasalahan ini menjadi dasar pemikiran penulis dalam memilih judul skripsi “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Ikan di Pasar Batuphat Timur Kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe.” Penelitian ini dilakukan karena penulis melihat adanya kesenjangan yang menarik antara pilihan konsumen terhadap pasar tradisional meskipun infrastruktur pasar masih sederhana, dan tidak semewah pasar modern. Hal tersebut menunjukkan bahwa ada pertimbangan-pertimbangan lain yang lebih kuat yang memengaruhi keputusan pembelian ikan oleh konsumen. Selain itu, belum banyak penelitian yang secara spesifik mengulas faktor-faktor dominan yang memengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian ikan di pasar tradisional dengan pendekatan kuantitatif dan sistematis.

1.2 Rumusan Masalah

Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian ikan di Pasar Batuphat Kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian ikan di Pasar Batuphat Kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti selanjutnya, sebagai bahan referensi untuk penelitian lanjutan yang berkaitan dengan keputusan pembelian ikan di Pasar.
2. Bagi Konsumen, sebagai bahan pertimbangan dan informasi bagi masyarakat dalam melakukan pembelian ikan di Pasar.

3. Bagi Pedagang, Diharapkan sebagai bahan pertimbangan mengenai faktor apa saja yang menjadi prioritas konsumen pada saat melakukan Keputusan pembelian ikan di Pasar.