

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor perikanan Indonesia memiliki potensi yang sangat besar, terutama pada sektor pengolahan ikan. Ikan mengalami transformasi yang menyebabkan pembusukan dalam waktu delapan jam setelah ditangkap dan diangkat, menjadikannya sebagai bahan makanan yang mudah rusak (Sirait & Saputra, 2020). Salah satu cara dalam pengawetan ikan yaitu pengasapan dan pengeringan.

Istilah "ikan asap" mengacu pada ikan yang disiapkan dengan metode tradisional yang menggunakan pembakar terbuka dan dapat berbahaya karena asap yang dihasilkannya (Mariana et al., 2023). Tetapi, teknologi konvensional ini mampu membuka lapangan pekerjaan banyak orang karena pekerjaan yang mudah dan peralatan yang terjangkau.

Daging ikan menyerap berbagai komponen kimia dari asap kayu, bersamaan dengan penjemuran sebagian dan biasanya sebelum prosedur penyaltingan, disebut sebagai pengasapan (Alfitri et al., 2023). Prosedur yang dimulai dengan persiapan bahan baku dan dilanjutkan dengan pengeringan dan pengasapan, mengubah bahan baku serta warna, rasa, dan tekstur ikan. Proses pengeringan ini membutuhkan waktu yang lebih lama dan saat melakukan proses pengasapan sebaiknya suhu panas perlu dijaga pada saat proses pengasapan sehingga hasil olahan ini memiliki tekstur yang lebih baik daging terasa lembut dan aroma asap yang tercium berasal variasi bahan bakar kayu yang digunakan.

Desa Sekaran ialah salah satu desa di Kabupaten Lamongan yang berada pada wilayah dataran rendah dengan ketinggian 500 mdl diatas permukaan laut. Permukiman ini sangat penting secara strategis karena mudah diakses berkat lokasinya di jalan yang menghubungkan Kecamatan Maduran dengan pusat Kecamatan Sekaran, sebagian masyarakat desa ini mata pencahariannya petani. Selanjutnya, Desa Sekaran terletak dekat dengan garis pantai utara, yang telah mendorong banyak orang untuk memulai usaha yang memproses ikan ayam-ayam asap.

Ikan ayam-ayam asap Desa Sekaran memiliki cita rasa khas yang disukai oleh konsumen lokal maupun luar daerah. Namun, dalam era globalisasi yang semakin kompetitif, produk ikan ayam-ayam asap yang dihasilkan di desa ini menghadapi tantangan dalam hal pemasaran dan daya saing pasar yang luas.

Fenomena kurangnya inovasi dalam strategi pemasaran produk ikan ayam-ayam asap di Desa Sekaran ini menjadi salah satu kendala utama dalam peningkatan daya saing produk di pasar digital. Dalam era digital saat ini, persaingan pasar semakin kompleks, tidak hanya antar pelaku usaha lokal, namun juga dengan platform *e-commerce* berskala nasional maupun internasional. (FaktualNews.co, 2025) melaporkan bahwa pedagang di Pasar Baru Lamongan mengalami penurunan jumlah pengunjung karena kalah bersaing dengan penjualan online yang menawarkan harga lebih murah dan produk lebih bervariasi. Hal ini menunjukkan perlunya pelaku usaha lokal, termasuk penjual ikan ayam-ayam asap di Desa Sekaran, untuk meningkatkan strategi pemasaran guna mempertahankan dan meningkatkan minat beli konsumen. Penelitian ini penting dilakukan untuk mengkaji lebih dalam pengaruh marketing mix terhadap keputusan pembelian konsumen secara spesifik. Pemasaran produk perikanan seperti ikan ayam-ayam asap sangat bergantung pada strategi bauran *marketing mix*, yang mencakup elemen produk, harga, tempat, dan promosi. Salah satu dari beberapa faktor yang mempengaruhi bauran pemasaran adalah keputusan untuk membeli (Edukasia & Trihantoro, 2023).

Keputusan pembelian melibatkan pemilihan antara dua atau lebih kemungkinan (Nasution et al., 2019). *Marketing mix* beserta komponen-komponen utamanya merupakan salah satu strategi khas yang digunakan oleh pemilik bisnis untuk menarik minat pelanggan. Aspek produk berfokus pada kualitas dan inovasi produk yang ditawarkan, aspek harga berperan dalam menentukan daya tarik produk dari sisi ekonomis, aspek tempat mencakup kemudahan akses bagi konsumen dan aspek promosi bertujuan untuk meningkatkan kesadaran serta minat beli konsumen. Untuk menyesuaikan produk yang akan dipasarkan dengan preferensi konsumen, analisis terhadap bauran pemasaran menjadi hal yang sangat krusial (Poylema, 2022).

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara *marketing mix* (4p) terhadap keputusan pembelian ikan ayam-ayam asap di Desa Sekaran?
2. Apa variabel *marketing mix* (4p) yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian ikan ayam – ayam asap di Desa Sekaran?

1.3 Tujuan

1. Mengetahui pengaruh yang signifikan antara *marketing mix* (4p) terhadap keputusan pembelian ikan ayam- ayam asap di Desa Sekaran.
2. Mengetahui variabel strategi *marketing mix* (4p) yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian ikan ayam - ayam asap di Desa Sekaran.

1.4 Manfaat

1. Memberikan informasi untuk meningkatkan penjualan ikan ayam - ayam asap di Desa Sekaran
2. Membantu konsumen memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian sehingga dapat memilih produk yang baik.
3. Memberikan masukan bagi pemerintah daerah atau lembaga terkait mendukung pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) melalui kebijakan pemasaran yang tepat, khususnya di sektor perikanan.