BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia mempunyai berbagai macam masyarakat dengan latar belakang dan keinginan yang berbeda. Indonesia juga mempunyai sumberdaya alam yang dapat digunakan untuk memenuhi keinginan tersebut. Dengan sumber daya alam inilah Indonesia mempunyai banyak warisan leluhur, baik warisan budaya maupun warisan kulinernya. Di setiap daerah atau propinsi di Indonesia pasti memiliki warisan budaya serta makanannya. Tidak terkecuali di Propinsi Riau.

Propinsi yang di kenal sebagai Negeri Melayu ini menyimpan banyak keunikan, salah satunya kekayaan cita rasa dalam kuliner khas tanah melayu yang beraneka ragam. Dengan memanfaatkan sumber daya alam yang ada, Riau mampu menciptakan beberapa makanan khas yang menjadi ikon untuk propinsi ini. Beberapa makanan kuliner yang ada di Riau berupaAsam Pedas Ikan Patin, Lemang, Minuman Laksamana Mengamuk, bolu komojo, lepat bugi, ikan salai,Anyang Paku, Sambal Tempoyak, abon ikan dan lain–lain sebagainya. Yang jadi perhatian penulis saat ini adalah abon ikan dengan jenis ikan gabus yang diproduksi oleh kelompok Bangkit Com.

Pada dasarnya masyarakat lebih menyukai produk pangan yang siap dikonsumsi dan bergizi tinggi. Abon dapat dijadikan pilihan sebagai makanan yang siap dikonsumsi karena abon bisa disajikan sebagai lauk, bahan isi utama dalam pangan tradisional atau hanya sebagai taburan dalam berbagai produk

pangan atau menu makanan. Abon sebagai salah satu bentuk produk olahan kering sudah dikenal masyarakat luas karena harganya cukup terjangkau dan rasanya lezat.

Abon tergolong produk olahan daging yang awet, Dari segi teknologi, pembuatan relative mudah dan murah. Abon sudah lama digemari masyarakat Indonesia, sehingga pembuatan abon mempunyai prospek yang baik untuk dikembangkan sebagai industri kecil atau industri rumah tangga. Meskipun demikian, semua jenis daging termasuk daging ikan dapat digunakan untuk bahan baku abon.

Pada awalnya abon digunakan pada perayaan hari besar seperti idul fitri, pesta pernikahan, kelahiran dan sebagainya. Akan tetapi, saat ini abon telah dipasarkan meluas, terutama ditempat pariwisata dengan kemasan yang menarik. Abon tersebut banyak dijadikan buah tangan oleh para wisatawan, terutama wisatawan domestik.

Abon menjadi ciri khas pada daerah wisatawan sehingga permintaannya akan tetap ada. Selain itu, rasa Abon ikan yang khas dan enak menjadikannya tetap diminati. Tentu saja kondisi tersebut memberikan peluang pengembangan bisnis Abon ikan. Bila mutu Abon yang dihasilkan baik, enak rasanya, dan kemasannya menarik, masih terbuka juga peluang untuk pasar antar pulau dan pasar luar negeri.

Ikan gabus adalah sejenis ikan buas yang hidup di air tawar dan rawa paling sering ditemukan di pasar. Mudah ditemukan di perairan umum seperti danau, rawa, sungai, juga bisa hidup di perairan payau di Pulau Jawa, Sumatera,

Kalimantan, dan Sulawesi. Ikan gabus yang di manfaatkan sebagai bahan baku untuk membuat Abon ikan pun tidak sulit didapatkan. Dengan bahan baku yang tersedia dan memenuhi kebutuhan produksi, perusahaan dapat mengelolanya sebagai oleh-oleh khas riau.

Sejalan dengan kemajuan perkembangan Ekonomi dalam bidang industri dan Jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, setiap perusahaan mempunyai permasalahan yang berbeda dalam mengelola dan menjalankan usahanya terutama dalam menjalankan produk yang dihasilkan. Salah satu permasalahan yang dihadapi perusahaan adalah masalah penjualan dan penyaluran hasil produksikepada yang membutuhkan, sehingga produk yang dihasilkan dapat memuaskan.

Pada dasarnya setiap perusahaan yang memproduksi atau menghasilkan suatu barang atau jasa diperlukan kegiatan pemasaran atau strategi pemasaran. Karena strategi pemasaran merupakan alat yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan dalam program pemasaran yang digunakan untuk pasar sasaran tersebut. Tampak jelas bahwa pemasaran merupakan bagian penting dan mutlak yang harus dilakukan oleh setiap perusahaan guna untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh perusahaan itu sendiri.

Jenis produk yang diproduksi dan dipasarkan oleh kelompok Bangkitcom ini antara lain abon ikan gabus, abon ikan patin, madu , ikan salai, dan ikan asin. Namun pada penelitian ini peneliti hanya mengambil satu jenis produk yang

diproduksi dan dipasarkan yaitu abon ikan gabus. Dari Tabel 1 yaitu data volume penjualan produk abon ikan gabus dimana pembelian dilakukan oleh konsumen melalui pemesanan atau yang datang lansung pada kelompok Bangkit Com di langgam kabupaten pelalawan yaitu :

Tabel I.1: Tingkat Penjualan Abon Ikan Gabus yang Diproduksi Oleh Kelompok Bangkit Com

Penjualan	**Tahun**				
	2008	**2009**	**2010**	**2011**	**2012**
Abon ikan gabus per kotak/ (100 gr)	960	1560	1320	1800	1680

Sumber : kelompok usaha bangkit com

Dari Tabel 1 dapat dilihat bahwa penjualan abon ikan gabus mengalami peningkatan dan penurunan penjualan yang berubah setiap tahunnya atau berfluktuasi dari tahun ketahun. Hal ini menyebabkan kerugian bagi peusahaan karena terjadi penumpukan barang yang tidak terjual. Maka penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan.

Dari hasil wawancara dengan karyawan Bangkit com, maka penulis mendapatkan data penting tentang metode pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Salah satu metode promosi yang dilakukan adalah dengan menggunakan brosur dan melalui media radio. Selain mendapat data tentang saluran promosi yang dilakukan oleh perusahaan, melalui wawancara ini juga didapatkan bahwa distribusi yang dilakukan adalah dengan lansung menyalurkan produk ikan abon ke supermarket atau swalayan yang ada di daerah Riau.

Persoalan lainnya yang didapatkan dari wawancara dengan pemilik usaha bangkit com ini adalah mengenai harga dan produk yang dihasilkan. Khusus pada

penelitian ini, produk yang ingin diteliti adalah mengenai abon ikan gabus. Abon ikan merupakan produk yang masih baru dikalangan masyarakat Riau. Produk abon ikan gabus yang dihasilkan hanya memiliki satu varian saja dan hanya memiliki kuantitas 100 gram/kemasan saja. Dan untuk mengenai masalah harga sudah dibandrol dengan harga Rp. 25.000/kemasan 100 gram. Pada permasalahan harga ini produsen hanya menjual produknya dalam satu harga dan satu kemasan saja, jadi tidak ada alternatif pemilihan kemasan produk lainnya.

Berdasarkan pada permasalahan yang ada tersebut, maka penulis tertarik untuk mengetahui tentang pengaruh dari marketing mix (produk, harga, promosi, dan distribusi) terhadap perubahan volume penjualan yang ada pada usaha Bangkit Com tersebut.

Oleh karena itu penelitian ini berjudul: **"Faktor-faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan Abon Ikan Gabus pada Kelompok Bangkit Com di Langgam Kabupaten Pelalawan".**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian yang dikemukakan dilatar belakang masalah diatas, maka masalah penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

"Faktor-faktor apakah yang mempengaruhi peningkatan dan penurunan (berfluktuasi) setiap tahun pada penjualan abon ikan gabus pada Kelompok Bangkit Com di Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan?"

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

1) Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan abon ikan gabus pada Kelompok Bangkit Com di Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan.
2) Untuk mengetahui kebijakan apa yang diambil oleh kelompok Bangkit com di Langgam dalam meningkatkan penjualan Abon ikan gabus.
3) Untuk Mengetahui hasil dari penelititian yang dilakukan pada Bangkit com di Langgam dalam meningkatkan penjualan Abon ikan Gabus

2. Manfaat Penelitian

1) Bagi penulis, penelitian ini bermanfaat untuk memperdalam pengetahuan dan menambah wawasan berfikir bagi penulis.
2) Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam menjalankan operasi perusahaan.
3) Bagi pihak lain yang berkepentingan hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan dapat dijadikan bahan informasi dan referensi untuk melakukan penelitian berikutnya.

1.4 Sistematika Penulisan

Untuk mendapat gambaran singkat mengenai bagian-bagian yang telah dibahas dalam proposal ini, maka penulis mengungkapkan penguraiannya sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian.Serta sistematika penelitian.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang teori-teori yang digunakan dalam penelitian tersebut.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dipaparkan mengenai lokasi penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini penulis mengurangi secara singkat berdirinya perusahaan dan struktur organisasi perusahaan.

BAB V: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai masalah yang dihadapi perusahaan dalam menentukan strategi penjualan.

BAB VI: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab penutup yang berisikan kesimpulan dan saran-saran sehubungan dengan hasil penelitian.