

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah salah satu negara dengan jumlah pulau terbanyak, dan sebagian besar wilayah Indonesia merupakan perairan. Dengan kondisi tersebut, Indonesia memiliki potensi keanekaragaman hayati dan potensi yang besar. Potensi sumber daya ikan adalah ketersediaan sumber daya ikan diseluruh wilayah perikanan Indonesia sesuai dengan daya dukung lingkungannya yang dimanfaatkan untuk kepentingan usaha penangkapan dan pembudidayaan ikan berwawasan kelestarian sumber daya ikan dan lingkungan (Ditjen Perikanan, 1999).

Perikanan adalah salah satu sub-sektor bisnis yang menguntungkan, memiliki prospek yang baik untuk dikembangkan karna potensi sumberdaya yang sangat besar dibandingkan negara lainnya. Perkembangan perikanan terutama pada nilai ekspor, meningkatkan nilai ekspor dan penerimaan negara melalui peningkatan dan penganekaragaman produksi, penerapan dan pengembangan teknologi, budidaya ikan didaerah paantai, air tawar, tambak, serta usaha penangkapan ikan dan budidaya di daerah lepas pantai (kcp.go.id)

Pada saat ini jenis jenis ikan hias tidak hanya terbatas pada jenis ikan hias pada masa 90-an, sudah banyak perubahan dari segi fisik maupun warna atau corak pada ikan hias, hal ini dimaksudkan agar semakin banyaknya peminat yang menginginkan untuk dibudidayakan secara luas. Dengan semakin maraknya jenis dan corak yang sudah dibudidayakan secara luas, maka pengusaha berusaha untuk mempengaruhi konsumen dengan promosi, dengan demikian maka mereka akan berlomba-lomba untuk membeli yang terbaik dalam produk yang dimiliki.

Usaha budidaya ikan hias memiliki prospek yang cukup baik untuk dikembangkan, hal ini disebabkan karna dalam budidaya ikan hias memiliki keunggulan-keunggulan antara lain mudah diserap dan diterapkan. Budidaya ikan hias dapat diterapkan pada skala rumah tangga atau usaha kecil yang tidak memiliki lahan yang luas, dapat dipanen dalam waktu singkat, dan perputaran modal yang cepat. Dengan demikian budidaya ikan hias dapat menarik tenaga kerja, dan memiliki peluang pasar yang menjanjikan.

Ditengah persaingan yang sangat ketat dikarenakan mudahnya membudidaya, pembudidaya ikan hias berlomba-lomba untuk menawarkan produk dengan kelebihanannya masing-masing pada konsumen. Perusahaan-perusahaan dengan produk serupa berupaya untuk menarik dan mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya untuk memperoleh pangsa pasar yang sebesar-besarnya sehingga dengan hal tersebut suatu produk diharapkan menjadi leader atau pemimpin pasar sekaligus menjadi *brand image* diantara produk-produk pesaing lainnya. Brand Image yang menjadi indikator keyakinan dan persepsi konsumen serta promosi penjualan sebagai program komunikasi pemasaran berperan penting dalam membangun nilai dari suatu merek. Citra merek yang positif akan memberikan suatu nilai tambah pada produk dan jasa sehingga dapat membentuk berbagai asset perusahaan. Selain itu, dengan melakukan

Banyak upaya yang dilakukan pembudidaya untuk menarik minat konsumen diantaranya dengan mempromosikan produknya ke tangan konsume baik dari iklan sosial media ataupun dari alat-alat promosi lainnya.

Terdapat suatu wadah usaha yang sudah berdiri sejak 8 Februari 2018 di salah satu daerah Kabupaten Bekasi tepatnya di Kecamatan Cibitung perumahan Regensi 1 beridirinya wadah usaha yang bergerak di bidang peternakan ikan hias. Ngay Betta farm yang menghadirkan beberapa jenis ikan dan menjadikan ikan tersebut sebagai *Brand Image* dari Ngay Betta Farm.

Ngay Betta Farm menghadirkan beberapa jenis ikan yaitu ikan cupang dan ikan gupi. Dalam menjalankan bisnis ini Ngay Betta Farm melakukan banyak inovasi baru yaitu menambahkan warna atau corak baru dalam spesies ikan cupang dan ikan gupi. Kegiatan usaha budidaya ikan hias ini dilakukan dimedia kolam terpal, kolam semen, akuarium, serta ember.

Ikan cupang (*Betta sp.*) adalah ikan air tawar yang habitat asalnya dari alam liar (alam), Ikan cupang sendiri berasal dari beberapa negara di Asia Tenggara salah satunya berasal dari Indonesia, Vietnam, Thailand, Singapura, Brunei Darussalam. Ikan cupang terbagi atas tiga golongan yaitu cupang hias, cupang alam, dan cupang adu.

Saat ini jenis ikan cupang yang sedang naik daun adalah jenis ikan cupang hias, yaitu jenis plakat, halfmoon, dan jenis gaint. Cirri khusus cupang plakat yaitu badan yang ramping

dengan ekor yang pendek, dengan berbagai macam corak. Cupang halfmoon memiliki badan yang sama seperti plakat namun dengan ekor yang lebar (setengah bulan). Dan cupang giant memiliki postur badan yang jumbo dengan ekor yang pendek, biasanya cupang giant dapat dinilai berdasarkan ukuran badannya atau biasa disebut BO (*Body Only*).

Ikan gupi (*Poecilia reticulata*) merupakan salah satu spesies ikan hias air tawar yang paling populer di dunia. Karena dengan udah ikan menyesuaikan diri dengan keadaan air. Suhu air yang paling cocok untuk ikan ini sekitar 27 °C.

Jenis-jenis ikan gupi pula banyak, dengan harga yang berbeda beda setiap jenisnya. Jenis ikan gupi salah satunya adalah Gupi Cobra, Gupi Metalik, Gupi Japan Blue, Gupi Mozaic, Gupi Grass, Gupi Leopard, Gupi German Platinum Crown Tail, Gupi Black Moscow, Gupi Albino Full Red, Gupi Dumbo ear, dan Gupi Big Ear..

Pemilihan ini tidak sekedar sortiran pada umumnya, ikan-ikan yang baik untuk dijadikan indukan adalah ikan ikan berdasarkan bentuk badan yang proporsional, bentuk ekor yang baik, tidak mengalami cacat fisik, mental yang baik, dan tentu saja warna yang kuat. Dengan ketentuan yang sudah dijelaskan tentu saja keturunannya belum tentu memiliki kualitas yang sama seperti indukannya, proses pengamatan perkembangan akan diamati pada umur 2-3bulan apabila proses ikan baik maka bisa dikatakan itu adalah ikan ikan yang berkualitas (grade A). Untuk mendapatkan ikan grade A tentu diakan disortir kembali berdasarkan bentuk ekor, bentuk badan yang proporsional, dan warna yang kuat. Untuk ikan grade B biasanya dapat dilihat pada umur 3-4bulan. Biasanya ikan grade B memiliki warna yang sedikit lebih pudar, sedangkan Grade C adalah ikan ikan yang tidak mutasi warna.

Persentase untuk mendapatkan ikan yang berkualitas tentu saja tidak besar, burayak ikan cupang berkisar 200-600ekor, namun yang berkualitas (grade A) hanya kurang dari 50ekor, dan sisanya bisa dimasukkan dalam kualitas berikutnya (grade B dan C). ikan yang berkualitas tentu saja memiliki harga yang cukup fantastis berkisar ratusan ribu hingga jutaan. Hal ini setara dengan kecilnya persentase mendapatkan ikan yang berkualitas. Tentu saja pemilik farm akan berusaha semaksimal mungkin untuk mendapatkan ikan yang memiliki yang baik dengan pakan yang baik pula.

Sedangkan pemilihan indukan ikan gupi yang baik adalah dapat dilihat dari bentuk badan yang proporsional, warna yang terang, tidak cacat, ataupun sakit. Perbandingan indukan ikan

gupi adalah 3 jantan 1 betina. Burayak ikan gupi tentu tidak sebanyak ikan cupang, buarayak gupi hanya berkisar 40-70 ekor ikan, namun persentase untuk mendapatkan burayak yang baik lebih besar dari ikan cupang. Dapat diperkirakan apabila jumlah burayak 50ekor, maka burayak yang bagus bisa dikisaran 20-35ekor dan sisanya ikan grade B atau bisa disebut ikan cendolan.

Sebelum terjadinya wabah Covid-19 penjualan Ngay Betta Farm bisa terlihat mendarat, dikarnakan lebih banyak dari mereka yang membeli ikan hias untuk sekedar hobi untuk menghiasi akuarium. Sebagian besar hanya pembeli partai kecil-menengah dan dapat diperkirakan dalam sebulan dapat menjual 500-1000 ekor ikan cupang dan 2000-3000ekor ikan gupi

Dalam masa saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, terlihat dari masa pandemi ini semakin banyaknya perusahaan menerapkan WFH (Work From Home). Banyaknya pemesanan secara kecil maupun besar untuk mencari hiburan tersendiri atau sebagai penghasilan tambahan. Jumlah pemesanan pun meningkat pesat, dapat diperkirakan dalam kurun waktu 1 bulan Ngay Betta Farm dapat menjual 2000-3000ekor ikan cupang, dan 3000-4000ekor ikan guppy.

Ngay Betta Farm meraih suatu pemikiran dari beberapa konsumen untuk memesan dan membeli jenis ikan sesuai dengan ciri khas tempat usaha dengan warna merah, orange, biru, serta sirip dayung yang lebar dan corak ikan yang bervariasi serta harga yang terbilang terjangkau. Terutama jenis Cupang Nemo, Cupang Koi, Cupang Dumbo ear Multi Colour, Gupi Dumbo Ear.

Ngay Betta Farm melakukan penjualan secara online dan offline. Penjualan online dengan memposting jenis jenis ikan yang tersedia pada farm dan siap untuk dipasarkan baik dengan foto maupun video pada media sosial Facebook dan Instagram, ikan yang diposting akan dilengkapi dengan nama jenis, umur, ukuran badan, dan kondisi ikan. Sedangkan penjualan offline, para calon konsumen akan langsung datang ke lokasi untuk memilih ikan yang sesuai dengan keinginannya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul “PENGARUH BRAND IMAGE

DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IKAN PADA NGAY BETTA FARM”

1.2 Rumusan Masalah

Untuk mempersempit pembahasan tulisan dan mencegah meluasnya topic pembahasan, saya akan memberikan batasan pembahasan aar lebih mudah dan cepat untuk memahaminya. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *Brand Image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Ngay Betta Farm?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Ngay Betta Farm?
3. Apakah *Brand Image* dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Ngay Betta Farm?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *Brand Image* terhadap keputusan pembelian
2. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap keputusan pembelian
3. Untuk mengetahui *Brand Image* dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka dengan ini diharapkan dapat memrikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana untuk menggunakan ilmu pengetahuan yang sudah dipelajari dan didapat pada perkuliahan, serta diharapkan mampu menambah dan memperluas wawasan bagi penulis
 - b. Bagi peneliti selanjutnya, dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk perkembangan di bidang penelitian khususnya terkait dengan brand image dan promosi terhadap keputusan pembelian
2. Manfaat Praktis
Peneliti berharap akan hasil penelitian yang dilakukan ini dapat digunakan dalam dunia praktis sebagai bahan referensi untuk membuat kebijakan yang berhubungan dengan pengaruh *Brand Image* dan promosi terhadap minat beli dari masyarakat, terutama untuk

Ngay Betta Farm dengan harapan dapat membuat tempat usaha ini mampu lebih baik ke depannya lagi.

1.5 Batasan Masalah

Penulis membatasi masalah yang ditelitinya pada lingkup pengaruh *Brand Image* dan promosi terhadap keputusan pembelian Ngay Betta Farm di Bekasi, Cibitung.

1.6 Sistematis Penulisan

Untuk memberikan keterangan yang lebih jelas terhadap penelitian yang dilakukan, maka disusunlan suatu sistematika penulisan yang didalamnya berisi informasi materi yang dibahas tiap-tiap bab.

