

Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kegiatan Ekspor Ikan Hias Air Laut Di PT Indotama Putra Wahana, Bekasi, Jawa Barat

Fitri Wahyuni^{1*}, Rahmayati HM², Sumarni³

¹⁻³ Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan

Alamat: Jalan Poros Makassar - Parepare KM.83, Mandalle, Pangkep, Kabupaten Pangkajene Dan Kepulauan, Sulawesi Selatan 90761

*Penulis Korespondensi: fitriwhyuni095@gmail.com

Abstract. For a live commodity like marine ornamental fish, export success hinges chiefly on two things: setting the right price and keeping product quality consistent, since such commodities call for special handling and precise pricing to stay competitive on the global market. This research set out to gauge how far price and product quality shape the export activity that PT Indotama Putra Wahana in Bekasi, West Java carries out. A quantitative method was applied, drawing on all 33 company employees as respondents through a saturated-sampling technique. Data came from observation, documentation, and a questionnaire, then were run through SPSS version 26. Findings show price exerting a positive, significant effect on export activity ($t\text{-value} = 6.857 > t\text{-table } 2.042$, $\text{sig.} = 0.000$), and product quality doing the same ($t\text{-value} = 5.666 > t\text{-table } 2.042$, $\text{sig.} = 0.000$). Tested jointly, the two variables still shape export activity positively and significantly ($F\text{-value} = 45.992 > F\text{-table } 3.32$, $\text{sig.} = 0.000$), together explaining 75.4% of its variation. The takeaway: staying price-competitive while keeping product quality consistent are the two most decisive levers behind successful exports of live commodities such as marine ornamental fish.

Keywords: Price, Product Quality, Export Activities, Marine Ornamental Fish

Abstrak. Sukses tidaknya kegiatan ekspor komoditas hidup seperti ikan hias air laut banyak ditentukan oleh dua hal pokok: seberapa tepat harga ditetapkan dan seberapa terjaga mutu produknya, mengingat komoditas semacam ini menuntut penanganan istimewa serta harga yang pas agar tetap kompetitif di pasar global. Penelitian ini digagas untuk mengukur seberapa jauh harga dan kualitas produk membentuk kegiatan ekspor ikan hias air laut yang dijalankan PT Indotama Putra Wahana di Bekasi, Jawa Barat. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan seluruh 33 karyawan perusahaan menjadi responden lewat teknik sampel jenuh. Data digali melalui observasi, dokumentasi, dan kuesioner, lalu diproses dengan SPSS versi 26. Hasilnya, harga terbukti memberi pengaruh positif dan signifikan pada kegiatan ekspor ($t \text{ hitung} = 6,857 > t \text{ tabel} = 2,042$, $\text{Sig} = 0,000$), demikian pula kualitas produk ($t \text{ hitung} = 5,666 > t \text{ tabel} = 2,042$, $\text{Sig} = 0,000$). Ketika diuji bersama-sama, kedua variabel tetap memperlihatkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kegiatan ekspor ($F \text{ hitung} = 45,992 > F \text{ tabel} = 3,32$, $\text{Sig} = 0,000$), dengan sumbangan sebesar 75,4% terhadap variasi kegiatan ekspor. Simpulannya, daya saing harga dan konsistensi mutu produk adalah dua penentu paling menentukan di balik keberhasilan ekspor komoditas hidup seperti ikan hias air laut.

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, Kegiatan Ekspor, Ikan Hias Air Laut

1. LATAR BELAKANG

Arah pertumbuhan ekonomi suatu negara sangat dipengaruhi oleh dinamika perdagangan internasional, mengingat kegiatan ekspor dan impor berdampak langsung terhadap pembangunan ekonomi, khususnya terhadap Produk Domestik Bruto (Khurrotunnisa, 2024). Dengan panjang garis pantai mencapai kurang lebih 95.181 km dan luas perairan laut yang menempati sekitar 70% dari keseluruhan wilayah nasional, posisi Indonesia sangat strategis sebagai penghubung jalur pelayaran dan perdagangan

dunia (Ikhsan *et al.*, 2021). Salah satu produk perikanan andalan Indonesia di kancan global adalah ikan hias. Berdasarkan catatan Kementerian Kelautan dan Perikanan pada 2024, nilai ekspor ikan hias nasional menembus angka USD 39,06 juta dengan penguasaan pasar dunia sebesar 11,1%, sehingga Indonesia menempati posisi eksportir ikan hias kedua terbesar di dunia, tepat di bawah Jepang (Rifaldi, 2025).

Keberhasilan ekspor komoditas hidup seperti ikan hias air laut sangat ditentukan oleh dua faktor utama, yaitu harga dan kualitas produk. Penetapan harga yang tepat sangat memengaruhi penerimaan barang oleh pembeli di berbagai negara, mengingat perbedaan daya beli, nilai tukar, kebijakan perdagangan, dan biaya produksi menjadi pertimbangan utama dalam menentukan harga yang bersaing di pasar ekspor. Selain harga, kualitas produk turut menentukan daya tarik dan loyalitas pembeli; pada komoditas ikan hias, kualitas tercermin dari kondisi fisik ikan yang sehat, tidak stres, mampu beradaptasi setelah pengiriman, serta sesuai dengan spesifikasi yang diminta pembeli (Kurniawan dan Tukidi, 2020).

Sebagai pelaku usaha di sektor ikan hias, baik komoditas air laut maupun air tawar, PT Indotama Putra Wahana menjalankan tiga lini kegiatan sekaligus: ekspor, impor, dan penjualan domestik. Cakupan pemasarannya lintas benua, mulai dari kawasan Asia, Amerika, Eropa, Afrika, hingga Australia. Sifat komoditasnya yang hidup dan bernilai ekonomi tinggi membuat kelangsungan bisnis perusahaan ini sangat bergantung pada dua hal: stabilitas harga di pasar global dan kemampuan menjaga kondisi ikan tetap prima sepanjang proses penanganan hingga pengiriman ke tangan pembeli. Sejauh ini, penelitian yang secara khusus mengukur pengaruh harga dan kualitas produk baik sendiri-sendiri maupun serentak terhadap kegiatan ekspor di PT Indotama Putra Wahana masih terbilang minim. Atas dasar itulah, penelitian ini digagas untuk mengungkap pengaruh harga terhadap kegiatan ekspor, pengaruh kualitas produk terhadap kegiatan ekspor, serta pengaruh gabungan harga dan kualitas produk terhadap kegiatan ekspor ikan hias air laut di PT Indotama Putra Wahana.

2. KAJIAN TEORITIS

Harga

Konsep harga menempati kedudukan sentral dalam ilmu ekonomi sebab menyingkap kerumitan proses penentuan nilai jual barang atau jasa di suatu pasar, yang

pada gilirannya berpengaruh luas terhadap pola alokasi sumber daya, besaran pendapatan dan laba yang diraih, hingga corak persaingan antarpelaku usaha (Saptadi, 2024). Menurut Kotler sebagaimana dikutip Alam *et al.*, (2021), harga dapat dipahami sebagai nominal uang yang dikenakan atas suatu produk atau jasa; dapat pula diartikan sebagai pengorbanan nilai yang harus ditanggung konsumen untuk memperoleh manfaat dari kepemilikan atau penggunaan produk maupun jasa tersebut. Pendapat senada disampaikan Kotler dan Armstrong sebagaimana dikutip Anjasmoro *et al.*, (2024), yang memaknai harga sebagai besaran uang yang ditanggung pembeli, atau totalitas nilai yang harus dikorbankan pelanggan untuk dapat menikmati manfaat dari suatu produk atau jasa.

Kotler dan Armstrong dalam Anjasmoro *et al.*, (2024) menguraikan empat indikator pembentuk harga: tingkat keterjangkauannya bagi konsumen, kesesuaian antara harga dengan kualitas produk yang ditawarkan, kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan, dan kesesuaian harga dengan kemampuan daya beli konsumen.

Kualitas Produk

Secara umum, kualitas menggambarkan kondisi suatu produk, baik berupa barang maupun jasa, yang tampak dari sisi kinerja, fitur, daya tahan, hingga nilai estetikanya dan mampu memenuhi, bahkan melebihi, apa yang diharapkan konsumen. Prawirosentono, sebagaimana dikutip Arianti *et al.*, (2020), mengartikan kualitas produk sebagai keadaan fisik, fungsi, serta karakteristik suatu produk yang sejalan dengan pengorbanan konsumen dan mampu memenuhi kebutuhan mereka. Sementara itu, Harsanto (2013) dalam Arianti *et al.*, (2020) memandang kualitas sebagai kondisi ketika harapan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan perusahaan tidak hanya terpenuhi, tetapi juga terlampaui. Pandangan yang sejalan diungkapkan Yanto (2017) dalam Marpaung *et al.*, (2021), yang mendefinisikan kualitas produk sebagai upaya perusahaan dalam memenuhi, atau bahkan melampaui, ekspektasi konsumen melalui produk yang standarnya telah ditetapkan dengan jelas.

Penelitian ini mengacu pada empat dimensi kualitas produk sebagai berikut. Pertama, kinerja, yakni karakteristik operasional inti serta tampilan aktual dari produk. Kedua, kesesuaian spesifikasi, yaitu tingkat kepatuhan karakteristik desain dan operasional produk terhadap standar yang berlaku. Ketiga, daya tahan, yakni rentang usia pakai produk dalam kondisi penggunaan normal. Keempat, estetika, yaitu unsur keindahan yang tampak dari warna, bentuk, serta tampilan yang menarik minat

konsumen. Khusus pada komoditas ikan hias air laut, keempat dimensi ini tercermin melalui kondisi fisik ikan yang sehat dan bebas stres, kesesuaiannya dengan spesifikasi yang diminta pembeli, ketahanannya sepanjang proses distribusi, serta tampilan fisik yang menarik (Kurniawan dan Tukidi, 2020).

Kegiatan Ekspor

Secara sederhana, ekspor merupakan bentuk perdagangan yang melibatkan pengiriman barang dari dalam negeri menuju luar negeri sesuai ketentuan yang berlaku, mencakup segala jenis barang dan jasa yang diperdagangkan antarnegara dalam kurun waktu tertentu (Kusuma *et al.*, 2021). Todaro dan Stephen, sebagaimana dikutip Rahmayati *et al.*, (2024), mendefinisikan ekspor sebagai kegiatan memasarkan barang dan jasa hasil produksi suatu negara kepada pembeli di negara lain. Aktivitas inilah yang membentuk pola perdagangan internasional dan memegang peran vital bagi perekonomian modern karena membuka akses pasar yang lebih luas bagi pelaku usaha. Lebih jauh, ekspor juga dianggap sebagai salah satu penopang pembangunan (*export-led development*) dalam konteks perdagangan antarnegara, yang berkontribusi besar terhadap kemajuan suatu bangsa (Kusuma *et al.*, 2021).

Peningkatan ekspor akan menambah cadangan devisa, meningkatkan pendapatan negara, mengurangi pengangguran, dan secara keseluruhan meningkatkan kesejahteraan nasional, sejalan dengan sistem ekonomi terbuka yang dianut Indonesia, di mana interaksi ekonomi internasional memainkan peran penting dalam pembangunan negara (Priyono, 2019). Adapun tujuan dan manfaat ekspor bagi suatu negara meliputi pengelolaan biaya produksi melalui pemanfaatan kelebihan kapasitas produk, perluasan bisnis domestik melalui rangsangan permintaan internasional, peningkatan pendapatan devisa negara, serta penciptaan lapangan kerja baru yang turut menekan angka pengangguran (Simatupang *et al.*, 2023).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dirancang dengan pendekatan kuantitatif, dengan populasi mencakup keseluruhan 33 karyawan PT Indotama Putra Wahana yang seluruhnya dijadikan responden melalui teknik sampel jenuh (*sensus*). Pemilihan karyawan sebagai responden didasarkan pada keterlibatan langsung mereka dalam proses bisnis ekspor perusahaan mulai dari penetapan harga, pengendalian mutu ikan hias, hingga pengiriman ke negara

tujuan sehingga persepsi mereka, khususnya yang berpengalaman di lini pemasaran, *quality control*, dan operasional ekspor, dinilai mampu merepresentasikan kondisi nyata penerapan harga dan kualitas produk di perusahaan; pertimbangan ini semakin kuat mengingat keterbatasan akses langsung terhadap pembeli internasional (importir) menjadikan persepsi karyawan sebagai sumber data primer yang paling representatif untuk penelitian ini. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner digital berbasis *google form* yang disebarakan lewat tautan pada aplikasi WhatsApp guna mempercepat dan menyederhanakan proses pengumpulan jawaban responden. Selanjutnya, seluruh data diolah menggunakan program SPSS versi 26 melalui serangkaian tahapan analisis, meliputi uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, hingga uji hipotesis.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Instrumen

1. Validitas

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Harga (X ₁)	X1.1	0.871	0.344	Valid
	X1.2	0.944	0.344	
	X1.3	0.930	0.344	
	X1.4	0.910	0.344	
	X1.5	0.921	0.344	
	X1.6	0.861	0.344	
Kualitas Produk (X ₂)	X2.1	0.814	0.344	Valid
	X2.2	0.923	0.344	
	X2.3	0.835	0.344	
	X2.4	0.850	0.344	
	X2.5	0.898	0.344	
	X2.6	0.920	0.344	
Ekspor (Y)	Y1	0.914	0.344	Valid
	Y2	0.912	0.344	
	Y3	0.927	0.344	
	Y4	0.948	0.344	
	Y5	0.809	0.344	
	Y6	0.889	0.344	

Sumber: Olah data dari SPSS 26, (2026)

Merujuk hasil perhitungan pada tabel di atas, seluruh item terbukti memiliki r hitung yang melebihi r tabel, sehingga semua pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid.

2. Reliabilitas

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Item	Keterangan
Harga	0.956	6	Reliabel
Kualitas Produk	0.938	6	Reliabel
Ekspor	0.953	6	Reliabel

Sumber: Olah data dari SPSS 26, (2026)

Hasil pengujian memperlihatkan *Cronbach's Alpha* berturut-turut, yaitu Harga (0,956), Kualitas Produk (0,938), dan Ekspor (0,953). Ketiga angka tersebut berada jauh di atas ambang minimal 0,70, sehingga instrumen pada seluruh variabel penelitian ini tergolong reliabel.

Uji Asumsi Klasik

1. Normalitas

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

	Shapiro-Wilk Statistic	df	Sig.
Unstandardized Residual	.973	33	.578

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Sumber: Olah data dari SPSS 26, (2026)

Uji Shapiro-Wilk menghasilkan signifikansi 0,578 ($> 0,05$). Demikian, data residual dinyatakan berdistribusi normal dan telah memenuhi syarat untuk analisis regresi.

2. Linearitas

Tabel 4 Hasil Uji Linearitas

Variabel	Sig. Deviation from Linearity
Ekspor*Harga	0,562
Ekspor*Kualitas Produk	0,528

Sumber: Olah data dari SPSS 26, (2026)

Hasil *Sig. Deviation from Linearity* sebesar 0,562 dan 0,528 melampaui ambang 0,05, dengan itu hubungan antarvariabel dinyatakan linear.

3. Multikolinearitas

Tabel 5 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a			
Model		Collinearity Statistic Tolerance	VIF
1	Harga	.980	1.021
	Kualitas Produk	.980	1.021

a. Dependent Variable: Ekspor

Sumber: Olah data dari SPSS 26, (2026)

Hasil pengujian menunjukkan Tolerance Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) sama-sama 0,980 melebihi 0,10 sementara VIF keduanya 1,021, di bawah 10. Dengan demikian, model regresi penelitian ini bebas dari gejala multikolinearitas antara Harga dan Kualitas Produk.

4. Heteroskedastisitas

Tabel 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	2.066	1.652		1.251
	Harga	-.056	.047	-.211	-1.178
	Kualitas Produk	.034	.051	.121	.673

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Olah data dari SPSS 26, (2026)

Melalui uji *Glejser*, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,248 untuk Harga (X1) dan 0,506 untuk Kualitas Produk (X2). Karena keduanya berada di atas 0,05, model regresi penelitian ini dapat dinyatakan terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 7 Hasil Uji Regresi Berganda

Variabel	Koefisien B	Standar Error
Konstanta	-3.772	3.104
Harga (X₁)	0,610	0,089
Kualitas Produk (X₂)	0,546	0,096

Sumber: Olah data dari SPSS 26, (2026)

Persamaan regresi yang terbentuk:

$$Y = -3.772 + 0,610X_1 + 0,546X_2 + e$$

Penjelasannya sebagai berikut:

1. Konstanta -3,772 berarti apabila Harga dan Kualitas Produk sama-sama bernilai nol, nilai Ekspor diperkirakan -3,772 mengindikasikan tanpa kontribusi Harga maupun Kualitas Produk, Ekspor akan menurun sebesar 3,772.
2. Koefisien Harga sebesar 0,610 (positif) berarti setiap kenaikan satu satuan Harga berpotensi menaikkan Ekspor sebesar 0,610 satuan, dengan variabel lain dianggap tetap menandakan Harga berpengaruh positif terhadap Ekspor.
3. Koefisien Kualitas Produk sebesar 0,546 (positif) menandakan tiap kenaikan satu satuan Kualitas Produk dapat menaikkan Ekspor sebesar 0,546 satuan, dengan variabel lain tetap menandakan Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Ekspor.

2. Uji t (Parsial)

Tabel 8 Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
			Std. Error	Beta	t
Model		B			Sig.
1	(Constant)	-3.772	3.104		-1.215 .234
	Harga	.610	.089	.627	6.857 .000
	Kualitas Produk	.546	.096	.518	5.666 .000

a. Dependent Variable: Ekspor

Sumber: Olah data dari SPSS 26, (2026)

1. Harga mencatat nilai sig. 0,000 < 0,05 dengan t hitung 6,857 > t tabel 2,042, menandakan harga berpengaruh positif terhadap ekspor, sehingga H01 ditolak dan H1 diterima.
2. Kualitas produk mencatat nilai sig. 0,000 < 0,05 dengan t hitung 5,666 > t tabel 2,042, menandakan kualitas produk berpengaruh positif terhadap ekspor, sehingga H02 ditolak dan H2 diterima.

3. Uji F (Simultan)

Tabel 9 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	337.867	2	168.933	45.992	.000 ^b
	Residual	110.194	30	3.673		
	Total	448.061	32			

a. Dependent Variable: Ekspor

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga

Sumber: Olah data dari SPSS 26, (2026)

Pengujian secara simultan menghasilkan nilai signifikansi 0,000 (di bawah 0,05) dengan F hitung 45,992, melampaui F tabel 3,32. Hasil ini membuktikan bahwa Harga dan Kualitas Produk secara bersama memiliki pengaruh positif terhadap Kegiatan Ekspor, sehingga H03 ditolak dan H3 diterima.

4. Koefisien Determinasi

Tabel 10 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.868 ^a	.754	.738	1.917

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

Sumber: Olah data dari SPSS 26, (2026)

Angka R-Square sebesar 0,754 mengungkapkan bahwa 75,4% variasi pada kegiatan ekspor dapat dijelaskan oleh kombinasi Harga dan Kualitas Produk, sementara porsi sisanya, yakni 24,6%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar cakupan penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Harga Terhadap Kegiatan Ekspor

Hasil pengujian juga menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kegiatan ekspor ikan hias air laut. Nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 di bawah 0,05, dipadukan dengan t hitung sebesar 5,666 yang melebihi t tabel sebesar 2,042, mengarah pada penolakan H02 dan diterimanya H2. Dengan kata lain, semakin baik kualitas produk yang dijaga perusahaan, semakin besar pula pengaruh positifnya terhadap kegiatan ekspor.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Anjasmoro *et al.*, (2024), yang juga menempatkan harga sebagai variabel paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian ikan hias. Dominasi tersebut juga tampak dalam penelitian ini apabila nilai t hitung kedua variabel dibandingkan: harga mencatat angka 6,857, lebih tinggi daripada kualitas produk yang sebesar 5,666, sehingga harga dapat dipandang sebagai faktor yang relatif lebih menentukan dalam mendorong kegiatan ekspor. Kesejalaran serupa turut ditemukan pada penelitian Ramadhan dan Hastono (2024) maupun Ferdiasyah *et al.*, (2025); keduanya sama-sama melaporkan pengaruh positif dan signifikan dari harga terhadap variabel dependen pada industri ikan hias, baik dalam konteks penjualan ritel domestik maupun ekspor ke luar negeri.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kegiatan Ekspor

Hasil pengujian juga menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kegiatan ekspor ikan hias air laut. Nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 di bawah 0,05 dipadukan dengan t hitung sebesar 5,666 yang melebihi t tabel sebesar 2,042, mengarah pada penolakan H_0 dan diterimanya H_2 . Dengan kata lain, semakin baik kualitas produk yang dijaga perusahaan, semakin besar pula pengaruh positifnya terhadap kegiatan ekspor.

Hasil ini memperkuat apa yang telah dilaporkan Anjasmoro *et al.*, (2024) maupun Ramadhan dan Hastono (2024), yang keduanya menyimpulkan kualitas produk berpengaruh signifikan pada industri ikan hias. Namun demikian, temuan ini justru berbeda arah dengan penelitian Ferdiasyah *et al.*, (2025), yang mendapati kualitas produk tidak memberi pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ikan hias di Gubuk Aquatic Kertosono. Perbedaan hasil ini diduga bersumber dari perbedaan objek maupun konteks penelitian: penelitian Ferdiasyah *et al.*, (2025) berfokus pada pasar hobi domestik, di mana preferensi pembeli cenderung bersifat subjektif dan lebih dipengaruhi oleh harga, sedangkan penelitian ini menyoroti ekspor ikan hias air laut yang harus memenuhi standar karantina, kesehatan, serta regulasi internasional yang ketat sehingga kualitas produk menjadi persyaratan mutlak yang tidak dapat digantikan oleh faktor harga saja.

Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Secara Simultan Terhadap Kegiatan Ekspor

Pengujian secara simultan memperlihatkan bahwa Harga dan Kualitas Produk, ketika digabungkan, sama-sama memberikan pengaruh signifikan terhadap kegiatan

ekspor. Ini dibuktikan lewat nilai signifikansi 0,000 yang berada di bawah 0,05, disertai F hitung sebesar 45,992 yang jauh melampaui F tabel sebesar 3,32 sehingga H03 ditolak dan H3 diterima. Temuan ini menegaskan satu hal penting: keberhasilan ekspor komoditas seperti ikan hias air laut tidak dapat digantungkan pada satu aspek saja, melainkan menuntut kombinasi antara strategi penetapan harga yang kompetitif dan konsistensi menjaga mutu produk.

Kesejalaran hasil ini juga terlihat pada penelitian Anjasmoro *et al.*, (2024) serta Ramadhan dan Hastono (2024), yang sama-sama membuktikan pengaruh simultan harga dan kualitas produk secara signifikan melalui uji F. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,754 menandakan bahwa 75,4% variasi kegiatan ekspor mampu dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, sementara 24,6% sisanya dipengaruhi faktor-faktor di luar model ini, seperti regulasi ekspor, fluktuasi nilai tukar, dan dinamika pasar internasional.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Harga maupun Kualitas Produk masing-masing terbukti berpengaruh signifikan terhadap kegiatan ekspor ikan hias air laut di PT Indotama Putra Wahana — ditunjukkan oleh t hitung sebesar 6,857 untuk Harga dan 5,666 untuk Kualitas Produk, yang keduanya melampaui t tabel 2,042 pada taraf signifikansi 0,000. Ketika diuji secara bersamaan, kedua variabel tersebut tetap terbukti berpengaruh signifikan, tercermin dari F hitung 45,992 yang melebihi F tabel 3,32, dengan sumbangan sebesar 75,4% terhadap variasi kegiatan ekspor. Simpulan yang dapat ditarik: daya saing harga yang terus dijaga bersama konsistensi mutu produk menjadi kunci utama bagi perusahaan untuk memperluas kegiatan ekspornya.

Saran

PT Indotama Putra Wahana disarankan mempertahankan harga yang kompetitif dan meningkatkan kualitas produk, terutama kesehatan ikan, ketahanan selama pengiriman, kesesuaian spesifikasi, dan tampilan produk guna menjaga kepercayaan pembeli internasional. Peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan variabel lain, seperti kualitas pelayanan, promosi, ketepatan waktu pengiriman, dan kebijakan perdagangan internasional yang berpotensi memengaruhi kegiatan ekspor.

DAFTAR REFERENSI

- Alam, S. P., Rosjadi, F., & Setyaningrum, I. (2021). Analisis Pengaruh Produksi, Harga Internasional, Dan Nilai Tukar Terhadap Volume Ekspor Minyak Sawit Indonesia. 9(2).
- Anjasmoro, M., Hadi, M., Maskan, M., Putra, I. L., & Maulana, N. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ikan Hias Predator Di Aquatic Predator Malang. Jurnal Media Akademik (Jma), 2(10).
- Arianti, M. S., Rahmawati, E., & Prihatiningrum, R. R. Y. (2020). Analisis Pengendalian Kualitas Produk Dengan Menggunakan Statistical Quality Control (Sqc) Pada Usaha Amplang Karya Bahari Di Samarinda. Jurnal Bisnis Dan Pembangunan, 9(2), 1-13.
- Ferdiasyah, R. A., Soeprajitno, E. D., & Sardanto, R. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Hias Di Gubuk Aquatic Kertosono. Prosiding Simposium Nasional Manajemen dan Bisnis, 4, 861-868.
- Ikhsan, M., Dwiyanada, M. A., Hasan, W., & Simangunsong, Y. C. E. (2021). Peranan Sektor Perikanan Dan Kelautan Bagi Masyarakat Dan Penerimaan Pajaknya Di Kota Sibolga. 3(1), 171–181.
- Khurrotunnisa, H. (2024). Pengaruh ekspor impor komoditas pangan utama dan liberalisasi perdagangan internasional terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia dalam perspektif ekonomi Islam tahun 1990-2022 [Skripsi, UIN Raden Intan Lampung].
- Kurniawan, D., & Tukidi. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Hias Air Tawar Pada Toko Rahmat Aquarium, Pondok Aren Tangerang Selatan. 4(2).
- Kusuma, L. T., Zafrullah, A., & Budiarto, B. (2021). Perdagangan Internasional Ekspor Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia 2015 - 2019. 9(2).
- Marpaung, F. K., Simarmata, M. W. A., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada PT. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. 7, 49–64.
- Priyono, A. (2019). Pengaruh Pdb, Nilai Tukar, Inflasi Terhadap Ekspor Karet Indonesia Periode 2007-2013. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, 8(4), 1–15.
- Rahmayati, H. M., Sumarni, S., & Qaidah, A. (2024). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Pelanggan pada Ekspor Karang Hias di PT Agung Aquatic Marine, Denpasar Bali. Manfish: Jurnal Ilmiah Perikanan dan Peternakan, 2(2), 252-263.
- Ramadhan, H. F., & Hastono, H. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Aquafish Tetra Di Kota Depok. Journal of Research and Publication Innovation, 2(4), 3718-3729.
- Rifaldi, M. D. (2025). Strategi pemasaran ekspor ikan hias pada CV Cahaya Baru dalam menghadapi pasar global [Skripsi, Universitas Satya Negara Indonesia].
- Saptadi, N. T. S. (2024). Manajemen Pemasaran: Teori Harga (Juli, 2024). Penerbit Aksara Sastra Media (10 Juli).
- Simatupang, N., Siregar, N., Harahap, N. F., & Suhairi, S. (2023). Manajemen Ekspor Dan Impor Global. 12, 2480–2484.