

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Secara tata letak geografis Indonesia adalah negara kepulauan, yang sebagian besar wilayahnya berupa laut. Laut Indonesia menyimpan kekayaan yang melimpah. Total produksi perikanan di Indonesia setiap tahunnya meningkat sebesar 15 %, baik berupa perikanan tangkap maupun perikanan budidaya. Namun total produksi perikanan budidaya jauh lebih banyak dibandingkan dengan perikanan tangkap. Tahun 2017 total produksi perikanan mencapai 23,26 juta ton, dengan total produksi tangkap sebanyak 6,04 juta ton dan perikanan budidaya sebanyak 17,22 juta ton (Kementrian Kelautan dan Perikanan, 2018).

Sektor perikanan selalu memiliki pertumbuhan PDB di atas PDB Nasional dan PDB sektor pertanian. Sampai dengan triwulan III 2017 pertumbuhan mencapai 6,79% dengan nilai PDB sektor perikanan sebesar Rp 169.513,10 (Kementrian Kelautan dan Perikanan, 2018). Hal ini menunjukkan bahwa peranan sektor perikanan sangatlah penting bagi Indonesia. Oleh karena itu perlu adanya peningkatan pembangunan untuk sektor perikanan baik berupa sarana maupun prasarana.

Pulau Madura merupakan salah satu pulau yang berada di wilayah Jawa Timur, yang dikenal dengan potensi ikan dan juga garam. Madura terletak tidak jauh dari Pulau Jawa hanya dipisahkan oleh Selat Madura, dan berbatasan langsung dengan Laut Jawa. Mata pencaharian penduduk Pulau Madura terutama di daerah pesisir sebagian besar sebagai nelayan. Para nelayan menangkap ikan langsung ke laut. Salah satu dari nelayan tersebut adalah nelayan dari desa Banyuwangkah. Desa Banyuwangkah terletak di pesisir Utara Pulau Madura dan merupakan salah satu desa penghasil ikan. Hasil tangkapan laut yang dihasilkan sangat beragam mulai dari berbagai jenis ikan hingga kerang-kerangan.

Hasil tangkapan laut tersebut dipasarkan di TPI (Tempat Pelelangan Ikan) Banyuwangkah. Bila musim ikan melimpah para nelayan menjual ikan dengan harga yang sangat murah, karena pada dasarnya ikan segar tidak bisa disimpan terlalu lama. Harga yang murah tidak sebanding dengan modal dan tenaga yang dikeluarkan. Oleh karena itu perlu adanya upaya agar hasil tangkapan ikan para nelayan bisa tahan atau awet dalam jangka waktu tertentu. Menurut Sari dalam

Situmeang (2017), pengolahan pasca penangkapan yang dapat dilakukan adalah pengawetan ikan agar produk perikanan dapat bertahan lebih lama. Selain mempertahankan kualitas produk perikanan, pengolahan ikan dilakukan untuk menambah nilai ekonomis ikan sehingga meningkatkan harga jual ikan. Salah satu cara pengawetan produk perikanan yaitu ikan asin, ikan beku, pengalengan ikan, ikan kering ikan asap, dan lain-lain. Pengolahan ikan menjadi ikan asin merupakan peluang bisnis yang besar bagi para nelayan karena dapat menjadi pemasukan tambahan, dan tetap dapat mempertahankan kandungan gizi yang dimiliki ikan tersebut. Seperti di Desa Banyusangkah para nelayan mengasinkan ikan secara tradisional dengan garam tanpa tambahan pengawet.

Pengolahan ikan asin di Banyusangkah termasuk dalam skala industri rumah tangga. Produk ikan asin yang dihasilkan ada dua jenis ikan yaitu ikan dug dug dan ikan kaben. Rata-rata para pengrajin mampu memproduksi 50-100 kg/hari dan kurang lebih produksi ikan asin setiap tahunnya mencapai 9.026 kg dengan harga jual rata-rata Rp 31.059 per kilogram. Target pasar ikan asin khas Banyusangkah baru di pasar yang ada di Bangkalan diantaranya yaitu pasar Dukok, Asam Jajar dan Kombangan. Sedangkan untuk segmentasi pasar ikan asin khas Banyusangkah yaitu usia remaja dan dewasa baik perempuan maupun laki-laki yang menyukai ikan asin. Produk ikan asin khas Banyusangkah diposisikan sebagai produk ikan asin yang murah dan enak.

Selama ini pemasaran ikan asin khas Banyusangkah dipasarkan secara tradisional artinya tidak dikemas dalam kemasan yang layak dan baik. Ikan asin dijual dengan bungkus kantong plastik bening sehingga belum mampu bersaing dengan produk serupa dari daerah lain. Oleh karena itu untuk mempertahankan posisi produk dipasaran perlu dilakukan pengembangan strategi pemasaran. Strategi pemasaran yang tepat adalah dengan membuat desain kemasan ikan asin yang lebih menarik dan inovatif. Kemasan yang baru diharapkan mampu meningkatkan nilai jual dan juga mampu bersaing di pasar modern (supermarket) atau pasar-pasar modern di wilayah Surabaya. Pembaharuan kemasan ini membuat segmen pasar menjadi kalangan menengah ke atas, karena adanya penambahan nilai produk dan dirasa mampu bersaing. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi penilaian konsumen terhadap desain kemasan ikan asin khas Banyusangkah yang dapat dijadikan referensi atau masukan kepada masyarakat Banyusangkah untuk produk ikan asinnya.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana kemasan ikan asin khas Banyusangkah yang diharapkan oleh konsumen?
2. Bagaimana penilaian konsumen terhadap atribut kemasan ikan asin khas Banyusangkah Madura?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis kemasan ikan asin khas Banyusangkah yang diharapkan oleh konsumen.
2. Mengetahui penilaian konsumen terhadap atribut kemasan ikan asin khas Banyusangkah Madura.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan memberikan sebuah informasi dan referensi bagi pihak-pihak sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan informasi dalam hal pengembangan desain kemasan serta perluasan merek sebagai langkah awal dalam meningkatkan promosi dari produk ikan asin yang dihasilkan.
2. Bagi penulis/akademisi, dengan adanya penelitian ini dapat bermanfaat dalam penerapan ilmu yang diperoleh selama kuliah serta dapat menjelaskan terkait preferensi konsumen dalam menilai desain kemasan produk ikan asin. Penelitian ini juga bermanfaat untuk memberikan informasi bagi peneliti/akademisi lainnya yang akan melakukan penelitian sejenis.
3. Bagi masyarakat pengrajin ikan asin, dengan adanya penelitian ini dapat menjadikan salah satu informasi pembuatan desain kemasan produk ikan asin serta cara pengemasan suatu produk ikan asin.