

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Madura merupakan wilayah pesisir yang dapat menghasilkan berbagai macam produk perikanan maupun hasil laut. Menurut catatan Dinas Perikanan dan Kelautan (2011), produksi hasil perikanan di Pulau Madura mencapai 169.769.267,05 ton/tahun. Besarnya potensi tersebut, banyak dimanfaatkan oleh ibu-ibu untuk membuat industri pengolahan hasil perikanan skala rumah tangga yang mengolah seperti: camilan lorjuk, rengginang Lorjuk, rengginang kepiting, petis ikan, terasi udang, abon ikan tuna, dan lain-lain.

Menurut Dinas perindustrian Perikanan dan Kelautan (2011), di empat kabupaten yang terdapat di Madura, jumlah industri yang mengolah hasil perikanan sebanyak 1.026 Unit dengan jumlah unit pemasaran 3.197 Unit. Secara umum kondisi industri tersebut tidak berbeda dengan industri kecil lain, yaitu: a) Pasar untuk produk sebagian besar hanya di seputar Pulau Madura, b) Produk-produk yang dihasilkan masih dikemas dalam bentuk yang sederhana, c) Kurangnya pembinaan terhadap industri kecil tersebut. Pada dasarnya produk-produk yang dihasilkan oleh industri pengolah hasil perikanan dan kelautan merupakan produk yang memiliki nilai gizi yang sangat tinggi, dan berpotensi untuk dapat dikembangkan. Terlebih setelah adanya Jembatan Suramadu dan peningkatan jumlah wisatawan ke Pulau Madura.

Dewasa ini banyak dihasilkan produk-produk yang serupa dengan produk-produk yang dihasilkan oleh industri pengolahan hasil perikanan di Pulau Madura. Dengan demikian produk olahan hasil perikanan memiliki banyak pesaing di pasaran untuk memperebutkan perhatian konsumen. Seharusnya usaha-usaha industri tersebut mulai memikirkan upaya yang bisa dilakukan supaya mereka tetap bisa bertahan dengan persaingan yang semakin ketat.

Universitas Trunojoyo Madura (UTM) merupakan salah satu perguruan Tinggi di Pulau Madura yang salah satu misinya adalah ikut berperan dalam memajukan kesejahteraan Masyarakat Madura. Dalam konteks tersebut program studi Agribisnis melakukan kegiatan kewirausahaan yang bertujuan untuk mengangkat produk-produk camilan khas Madura sebagai produk yang memiliki nilai jual yang lebih baik. Usaha yang dilakukan adalah membuat rumah kemas

Snack Khas Madura yang dikenal dengan sebutan R-Mama's. Rumah kemas ini telah menghasilkan produk-produk dengan kemasan yang berbeda dari aslinya. Seperti: produk Keripik Tette, Kacang Lorjuk, produk Lorjuk, produk Tery Crysphy, dan produk Kacang Otok. Kegiatan inti Rumah Kemas adalah menjadikan produk camilan khas Madura sebagai produk yang lebih unggul dengan cara memperbaiki kemasannya. Hal ini dilakukan karena Camilan Khas Madura masih dihasilkan dengan bentuk kemasan yang kurang menarik.

Kemasan (*Packaging*) merupakan tempat atau wadah dan pembungkus dari produk yang memiliki nilai komponen utama (pesona produk) yang dapat menarik mata konsumen (*eye catching*). Keunikan bentuk, warna dan desain yang indah serta mencantumkan informasi-informasi yang dibutuhkan oleh konsumen. Daya tarik kemasan terletak pada penampilan dan label seperti warna, bentuk, merek, teks, tata letak. (Susetyarsi, 2012). Selain produk memiliki pembungkus yang layak juga dapat menambah nilai ekonomis. Kemasan yang baik adalah kemasan yang dapat menyesuaikan bentuk dan isi dari produk (Rahmawati, 2013). Dengan begitu, maka timbullah suatu persepsi dalam benak konsumen sebelum melakukan pengambilan keputusan.

Proses penjualan produk R-Mama's masih terbatas pada kegiatan-kegiatan yang dilakukan di dalam kampus dan belum memasuki pasar dalam segmen luas. Untuk mempersiapkan diri memasuki pasar, maka R-Mama's membutuhkan informasi tentang persepsi konsumen terhadap kemasan produk yang dihasilkan. Informasi ini akan sangat membantu R-Mama's untuk mendesain produk-produk yang dihasilkan sesuai dengan kegiatan konsumen. Sehingga produk yang dihasilkan akan sesuai dengan harapan konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang diambil dari latar belakang di atas adalah:

1. Bagaimana persepsi konsumen terhadap kemasan produk R-Mama's?.
2. Atribut kemasan apa yang paling disukai oleh konsumen produk R-Mama's?.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap atribut kemasan produk R-Mama's dan atribut kemasan yang paling disukai oleh konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

Adanya penelitian ini diharapkan memberi manfaat positif yang dapat diambil adalah:

1. Bagi Pembaca

Dapat memberikan informasi sebagai acuan utama dalam memulai usaha yang baik.

2. Bagi Produsen R-Mama's

Sebagai sarana untuk melihat karakteristik konsumen dalam mengambil keputusan dalam memilih produk. Dengan begitu produsen akan mudah membuat step-step berikutnya.

3. Bagi Universitas Trunojoyo Madura

Mencetak Mahasiswa yang berwawasan *Intreprenneur*, kreatif, dan inovatif. Sehingga dapat membanggakan bagi Universitas Trunojoyo Madura (UTM) dan mengenal kampus UTM tidak hanya sebatas kampus yang memberikan ilmu Akademik melainkan juga Non Akademik melalui materi dan praktik