

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia memiliki luas perairan laut kurang lebih 5,6 juta km² dengan garis pantai sepanjang 81.000 km, dengan potensi sumberdaya terutama perikanan laut yang cukup besar dari segi kuantitas maupun kualitasnya. Indonesia memiliki peluang dalam pengelolaan dan pemanfaatan kekayaan sumberdaya perairan laut. Tetapi pada kenyataannya terlihat bahwa kepentingan pembangunan ekonomi di Indonesia lebih memanfaatkan sumberdaya daratan daripada potensi sumberdaya perairan laut (Anonymous, 2007). Potensi sumberdaya perikanan yang dimiliki oleh Indonesia tersebut dan produksi yang dihasilkannya menunjukkan bahwa perikanan memiliki potensi yang baik untuk berkontribusi didalam pemenuhan gizi masyarakat, khususnya protein hewani disamping kontribusinya dalam pertumbuhan perekonomian Indonesia.

Ikan laut merupakan salah satu hasil sumberdaya perikanan laut, ikan sebagai komoditi utama dalam sektor perikanan dan merupakan salah satu bahan pangan yang kaya protein. Namun ikan merupakan komoditi yang cepat mengalami pembusukan (*perishable food*). Pembusukan ikan disebabkan oleh enzim, baik dari ikan itu sendiri maupun pengaruh mikroba dan proses ketengikan (*rancidity*). Kadar air yang tinggi pada ikan segar mempercepat proses perkembangbiakan mikroorganisme pembusuk yang terdapat di dalamnya. Ikan segar yang daya tahannya tidak lama, menjadi kendala dalam usaha memperluas pemasaran hasil perikanan. Sehingga sering mengakibatkan kerugian besar pada saat ikan produksinya melimpah. Oleh karena itu, masyarakat berusaha melakukan proses pengolahan pascapanen ikan guna meminimalkan kendala tersebut, Terdapat bermacam-macam cara pengolahan pascapanen ikan, mulai dari cara tradisional sampai modern (Anonymous, 2008).

Salah satu produk olahan ikan adalah Abon Ikan. Abon Ikan adalah sejenis makanan awetan yang bahan bakunya dari ikan laut yang diolah dengan cara perebusan dan penggorengan kemudian diberi bumbu. Abon Ikan yang dihasilkan mempunyai bentuk lembut, rasa enak, bau khas, dan mempunyai daya tahan atau keawetan yang relatif lama (Ristek, 2001). Pembuatan abon menjadi alternatif

pengolahan ikan dalam rangka mengantisipasi melimpahnya tangkapan ikan di masa panen dan penganekaragaman produk perikanan. Proses pembuatan Abon Ikan relatif mudah dan peralatan yang dibutuhkan pun relatif sederhana sehingga usaha pengolahan Abon Ikan ini banyak dilakukan dalam skala usaha kecil, salah satunya adalah UD Pranspul.

Faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam pengembangan usaha salah satunya adalah bidang pemasaran, berdasarkan konsep manajemen pemasaran bagi manajemen pemasaran memahami perilaku pembeli merupakan tugas yang sangat penting. Preferensi dan perilaku konsumen dalam memilih suatu produk dipengaruhi beberapa faktor seperti faktor individu, pengaruh lingkungan, dan strategi pemasaran yang diterapkan oleh produsen. Atribut produk menjadi salah satu yang dipertimbangan oleh konsumen dalam mengambil keputusan pembelian pada suatu produk, atribut-atribut produk seperti merk, kemasan, pelayanan, harga dan lain-lain merupakan atribut suatu produk yang belum tentu disukai atau tidak oleh konsumen, hal ini karena konsumen memiliki karakteristik dan keinginan yang berbeda-beda. Namun bidang pemasaran khususnya perilaku konsumen kadang kurang diperhatikan oleh perusahaan, hal ini dapat berakibat pada kelangsungan hidup suatu perusahaan.

UD Pranspul merupakan perusahaan yang memproduksi sekaligus memasarkan produk Abon Ikan, perusahaan ini termasuk dalam perusahaan skala rumah tangga (*home industry*). Untuk mengetahui karakteristik dan sejauh mana kecenderungan konsumen terhadap produk Abon Ikan perlu dilakukan penelitian tentang preferensi konsumen terhadap atribut produk Abon Ikan UD Pranspul. Penelitian ini diharapkan dapat membantu produsen dalam peningkatan pemenuhan kebutuhan masyarakat terkait dengan atribut produk Abon Ikan, sehingga produk dapat dibeli dan dikonsumsi oleh semua kalangan masyarakat.

1.2. Batasan Masalah

Penelitian ini mengidentifikasi karakteristik konsumen, pengambilan keputusan membeli yang dilakukan konsumen dan menganalisis preferensi konsumen terhadap atribut produk, penelitian dilakukan di tiga tempat pemasaran Abon Ikan UD Pranspul di kabupaten Bangkalan. Atribut produk yang diteliti antara lain kemasan, harga, ukuran, jaminan, rasa, dan pelayanan.

1.3. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana karakteristik dan pengambilan keputusan konsumen yang melakukan pembelian produk Abon Ikan UD Pranspul ?
- b. Bagaimana preferensi konsumen terhadap atribut produk Abon Ikan UD Pranspul ?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Mengidentifikasi karakteristik dan pengambilan keputusan konsumen yang melakukan pembelian produk Abon Ikan UD Pranspul
- b. Menganalisis preferensi konsumen terhadap atribut produk Abon Ikan UD Pranspul

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengembangkan produknya serta untuk merumuskan strategi pemasaran agar dapat meningkatkan daya saing produknya yang pada akhirnya bertujuan untuk meningkatkan angka penjualan produknya.