

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan yang mempunyai potensi perikanan laut yang besar. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia (2012), jumlah produksi perikanan tangkap perairan laut tahun 2011 mencapai 5.061.680 ton. Salah satu komoditas perikanan yang memiliki potensi besar di Indonesia adalah jenis ikan teri. Menurut Prihatna *et al* (2006), hasil tangkapan ikan teri per tahun di selat Madura sebesar 3.787.384,94 kg. Meskipun Indonesia memiliki potensi sumberdaya perikanan laut yang besar, tetapi pemanfaatannya masih belum optimal dan kurang merata. Tingkat pemanfaatan sumberdaya ikan teri di Pamekasan selama 1998-2004 belum mengalami pemanfaatan yang berlebih, hal ini dilihat dari hasil jumlah tangkap aktual setiap tahun dengan jumlah tangkapan maksimum yang hanya sekitar 95,13%, sehingga masih terdapat peluang pengembangan usaha sebesar 4,87%.

Ikan teri sejak lama sudah dikenal oleh masyarakat Indonesia sebagai lauk makanan sehari-hari karena mudah diperoleh di hampir seluruh kota di Indonesia dan dapat dimasak untuk berbagai menu. Ikan teri yang mempunyai nama ilmiah *Stolephorus indicus* dapat dikonsumsi mulai dari bagian kepala, daging sampai tulangnya. Ikan teri memiliki kandungan protein dan kalsium yang cukup tinggi sesuai dengan penelitian Nur (2012), kandungan kadar protein pada tepung ikan teri nasi sebesar 71,43% per 100 gram dan pada penelitian Akbar (2013), kandungan kalsium pada 100 gram ikan teri nasi mengandung 330.10 mg kalsium.

Salah satu perusahaan yang mengelola hasil laut adalah UKM Puspa Marina. Perusahaan yang berlokasi di Kecamatan Pademawu Kabupaten Pamekasan ini memiliki kuantitas produksi yang cukup besar. Jenis-jenis hasil laut yang diolah oleh UKM Puspa Marina diantaranya ikan teri dan rumput laut. UKM Puspa Marina memperoleh bahan baku dari masyarakat sekitar yang bekerja sebagai nelayan. Ada lebih dari satu produk yang diproduksi oleh UKM Puspa Marina diantaranya dodol rumput laut, Wongso, dan teri krispi. Salah satu produk yang sudah ada di pasaran milik Puspa Marina yaitu teri krispi. Produk teri

krispi Puspa Marina memiliki dua varian rasa yaitu teri krispi rasa original dan rasa balado.

Setiap perusahaan pasti akan berusaha keras untuk mampu mempertahankan kelangsungan dan pengembangan hidup perusahaan, mengembangkan usaha serta bersaing dengan perusahaan-perusahaan sejenisnya. Banyak perusahaan yang berusaha mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya serta saling bersaing untuk memberikan produk dan jasa yang terbaik kepada konsumen mereka. Persaingan ini juga terjadi pada ruang lingkup perusahaan yang bergerak dibidang hasil laut. Seiring dengan berjalannya waktu muncul pesaing-pesaing baru yang juga memproduksi produk serupa seperti yang ada di pasaran saat ini yaitu teri kering, teri asin, dan juga teri krispi yang serupa. Pesaing-pesaing ini muncul baik dari dalam kota maupun luar kota. Mengatasi masalah tersebut setiap perusahaan harus mengembangkan strategi pemasarannya agar mampu bersaing. Menganalisis sikap konsumen merupakan salah satu prinsip utama yang mendukung pengembangan strategi pemasaran suatu perusahaan.

Dalam penelitian ini akan diukur atribut-atribut mana yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli dan mengonsumsi teri krispi milik UKM Puspa Marina dengan menggunakan analisis sikap Multiatribut *Fishbein*. Model sikap Multiatribut *Fishbein* digunakan untuk mengidentifikasi bagaimana konsumen merangkai kepercayaan mereka terhadap atribut suatu produk, sehingga membentuk sikap tentang berbagai objek. Model ini menitikberatkan pada kepercayaan konsumen terhadap atribut suatu produk, dengan kata lain konsumen pada umumnya memiliki sikap menyenangkan suatu produk yang diyakininya memiliki tingkat atribut tertentu yang positif dan juga sebaliknya maka perlu diukur atribut mana yang diyakini berpengaruh dalam keputusan konsumen dalam pembelian teri krispi Puspa Marina.

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Sejalan dengan latar belakang dan permasalahan yang telah dirumuskan di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana karakteristik umum konsumen teri krispi UKM Puspa Marina?
2. Bagaimana tingkat nilai kepercayaan atribut teri krispi UKM Puspa Marina yang berpengaruh terhadap pembelian konsumen?
3. Bagaimana nilai sikap keseluruhan konsumen terhadap pembelian teri krispi UKM Puspa Marina?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Memperoleh karakteristik umum konsumen teri krispi UKM Puspa Marina.
2. Memperoleh tingkat nilai kepercayaan atribut produk teri krispi UKM Puspa Marina yang dapat mempengaruhi pembelian konsumen.
3. Memperoleh nilai sikap keseluruhan konsumen terhadap pembelian teri krispi UKM Puspa Marina.

1.4. Manfaat Penelitian

Dengan dicapainya tujuan penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Dapat memberikan masukan bagi UKM Puspa Marina dalam rangka merumuskan dan mengembangkan strategi pemasaran, khususnya di bidang perilaku konsumen, yakni sikap konsumen.
2. Dapat memberikan kontribusi bagi peneliti di bidang ilmu pemasaran dan dapat menambah pengalaman dalam mempraktekkan segala bentuk teori pemasaran, khususnya di bidang perilaku konsumen, yaitu teori sikap multiatribut Fishbein.