

I. PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Kabupaten Sampang merupakan salah satu Kabupaten di Pulau Madura yang memiliki potensi perikanan cukup besar. Data produksi perikanan pada tahun 2008 menunjukkan angka 25.214,20 ton/tahun untuk perikanan tangkap dan 4.274,44 ton/tahun untuk perikanan budidaya. Tahun 2009, mengalami perkembangan yang signifikan yaitu perikanan tangkap didapat angka sebesar 26.676,70 ton/tahun dan untuk perikanan budidaya 5.447 ton/tahun (Dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Sampang 2010) *dalam* Bintoro (2011).

Data BPS (2009) *dalam* Bintoro (2011) menunjukkan bahwa kepadatan tertinggi berada di beberapa Kecamatan pesisir dimana penduduknya mayoritas bermata pencaharian nelayan sebanyak 71%. Dengan potensi perikanan yang melimpah dan beraneka ragam, sebagian besar hasil usaha perikanan masyarakat Kabupaten Sampang dijual dalam bentuk pemasaran ikan basah dan olahan. Ikan basah (segar) hanya mendapat perlakuan pendinginan sedangkan bentuk olahan lainnya biasanya masih bersifat sederhana/tradisional meskipun ada sebagian kecil usaha kecil menengah melakukan beberapa pengolahan yang lebih moderen misalnya pengeringan, pemindangan, pengasapan, abon ikan, krupuk ikan, pengasinan, tepung ikan, petis ikan dan lain sebagainya.

Salah satu produk olahan yang banyak digemari masyarakat yaitu petis ikan. Petis ikan adalah produk yang berwarna hitam dengan aroma khas dan bertekstur lunak yang dapat memberi rasa sedap pada masakan. UD Hj Diya Food yang berlokasi di Kabupaten Sampang Madura merupakan salah satu dari beberapa industri rumah tangga yang bergerak di bidang pangan (produksi petis).

Banyaknya *home industry* di daerah Sampang, suatu perusahaan atau industri dituntut untuk melakukan beberapa cara agar produknya lebih unggul dibandingkan para pesaing, diantaranya adalah memberikan pelayanan bermutu yang memenuhi harapan konsumen. Tingkat kepentingan konsumen dibentuk berdasarkan pengalaman atas produk atau jasa yang dinikmati. Konsumen akan membandingkan

produk atau jasa yang diharapkan dengan produk atau jasa yang diterima. Apabila produk atau jasa yang dinikmati lebih rendah daripada yang diharapkan, maka konsumen akan kehilangan minat untuk menggunakan produk atau jasa tersebut. Akibatnya, konsumen akan mencari penyedia produk atau jasa lain yang sejenis.

Produk yang ideal dimata konsumen adalah harganya murah dan mengandung atribut lainnya yang superior dimata konsumen. Disisi lain kemajuan ekonomi yang pesat telah melahirkan tuntutan-tuntutan baru konsumen, dengan kualitas barang yang baik (produk). Oleh sebab itu setiap produsen semakin dituntut menciptakan persepsi yang baik mengenai produk yang ditawarkan (harga dan kualitas), karena kriteria-kriteria tersebut merupakan alat yang digunakan konsumen dalam mengevaluasi dan menetapkan keputusan dalam pembeliannya.

Preferensi dapat terbentuk melalui suatu pola pikir konsumen yang didasarkan oleh beberapa alasan yang mana terdapat pengalaman yang diperoleh sebelumnya. Saat ini preferensi konsumen menjadi lebih kritis dalam memiliki barang dan jasa yang ditawarkan pasar baik dari segi merek, mutu, dan harga serta pelayanan yang diberikan. Untuk itu perusahaan atau industri dapat menyesuaikan produk-produknya dengan preferensi konsumen agar perusahaan atau industri dapat terus meningkatkan penjualan dan dapat mempertahankan pelanggannya bahkan mungkin pelanggan baru.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik mengambil judul penelitian Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Petis Ikan Tuna Di Kabupaten Sampang (studi kasus pada petis ikan tuna UD Hj. Diya Food di Kabupaten Sampang).

1.2. RUMUSAN MASALAH

1. Faktor apa saja yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam pembelian produk petis ikan tuna?
2. Bagaimana sikap dan preferensi konsumen terhadap atribut produk petis ikan tuna?
3. Bagaimana kepuasan konsumen terhadap atribut produk petis ikan tuna serta implikasinya terhadap bauran pemasaran?

1.3. BATASAN MASALAH

Batasan untuk penelitian ini yaitu:

1. Penelitian ini dilakukan di daerah Ketapang, Kedungdung, Tanjung, Sampang Kota, dan Aeng Sareh.

1.4. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian yang dilaksanakan ini yaitu:

1. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen pada produk petis ikan tuna.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis kepuasan konsumen terhadap atribut produk petis ikan tuna menggunakan *Index Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI)
3. Untuk mengetahui strategi bauran pemasaran sebagai implikasi dari perilaku konsumen petis ikan tuna.

1.5. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah

1. Sebagai masukan untuk analisis lebih lanjut dari hasil survey tersebut, sehingga perusahaan mampu menghasilkan produk dengan mutu produk yang dihasilkan lebih terjaga dan bermutu.
2. Sebagai bahan tambahan pengalaman, informasi, wawasan baru mengenai perilaku konsumen dan bahan rujukan bagi pembaca untuk penelitian lebih lanjut pada bidang yang berkaitan dengan perilaku konsumen.