

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang semakin maju menuntut banyak perusahaan dalam meningkatkan kemampuannya. Kemampuan dalam mengatur kegiatan operasionalnya baik dalam penerapan teknologi yang terus berkembang maupun personil yang terkait dalam kegiatan usaha yang dilakukan. Seperti halnya yang diterapkan dalam proses pengolahan terasi. Terasi merupakan komoditas hasil pengolahan udang yang sangat dikenal, terutama di Indonesia khususnya kabupaten Bangkalan dan biasa digunakan campuran makanan atau lauk pauk yang khas. Terasi juga digunakan sebagai kebutuhan sehari-hari yang digunakan sebagai bahan dan penambah rasa enak pada makanan. Terasi di Desa Macajah terkenal sebagai terasi no.1 di pulau Madura.

Indonesia memiliki potensi besar dalam peningkatan pemanfaatan usaha pada sektor perikanan. Sektor perikanan merupakan salah satu bagian dari rencana pembangunan nasional yang dilaksanakan secara kontinyu dan bertahap. Pembangunan perikanan bukan hanya pada usaha peningkatan produksi perikanan, namun juga terhadap pendapatan, peningkatan taraf hidup para nelayan. Maka diperlukan upaya untuk mengembangkan usaha perikanan dengan memperhatikan analisis finansial dalam sektor perikanan (Musthofa dan Roisatul 2018). Salah satu daerah yang memiliki potensi untuk mewujudkan upaya tersebut yaitu kabupaten Bangkalan.

Kabupaten Bangkalan tepatnya di desa Macajah, dikenal sebagai tempat pengolahan terasi. Terasi memiliki nilai ekonomis tinggi, pengolahan terasi sudah banyak dilakukan oleh masyarakat di kawasan pesisir sebagai kegiatan sampingan dalam peningkatan pendapatan ekonomi keluarga dan juga turut berpartisipasi dalam upaya pembangunan nasional dalam sektor perikanan. Kondisi tersebut memungkinkan sektor kelautan dan perikanan dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara terhadap salah satu pengolah terasi didapatkan data bahwa jumlah permintaan terasi dari tahun ke tahun semakin meningkat. Rata-rata penjualan terasi di kabupaten Bangkalan berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik industri terasi Macajah diperoleh data 5 tahun terakhir adalah sebagai berikut.

Tabel 1.1 Penjualan Terasi Tahun 2015-2019

Tahun	Jumlah Penjualan (ton)
2015	19,08
2016	21,29
2017	21,17
2018	22,1
2019	23,76

Dengan semakin banyaknya produk terasi yang ada di pasaran berarti memberikan keleluasaan bagi konsumen untuk memilih merek yang sesuai dengan keinginannya. Dalam persaingan dunia usaha semakin ketat, setiap perusahaan berlomba-lomba untuk merebut pangsa pasar yang besar untuk produk yang dihasilkannya. Oleh karena itu, perlu bagi perusahaan untuk menganalisis perilaku konsumen terasi untuk mengetahui alasan pembeliannya. Sehingga dengan banyaknya merek terasi yang ada di pasaran akan mendorong perusahaan bersaing mendapatkan calon konsumen melalui berbagai strategi yang tepat, misalnya mengubah kemasan, warna, aroma, promosi, dan harga. Lebih jauh lagi produsen dalam mendistribusikan produknya ke pasar konsumen berusaha agar produknya dapat diterima sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen.

Untuk dapat berkembang atau untuk sekadar mempertahankan keberadaan produk dalam segmen pasar yang dimasukinya, perusahaan harus menghasilkan produk yang lebih baik dalam segi mutu, mempunyai harga yang lebih murah, dan promosi yang lebih efektif dibanding para pesaing agar produk tersebut tetap dipilih oleh konsumen. Keanekaragaman konsumen dalam membeli suatu produk dipengaruhi oleh berbagai faktor baik yang berasal dari diri konsumen maupun luar konsumen. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen diantaranya adalah faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologis. Dari uraian tersebut di atas maka judul penelitian ini adalah analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen terhadap pembelian terasi macajah.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen terhadap pembelian produk terasi Macajah?

2. Faktor manakah yang paling dominan terhadap keputusan konsumen untuk membeli terasi Macajah?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah

1. Mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen terhadap pembelian produk terasi Macajah.
2. Mengetahui faktor manakah yang paling dominan terhadap keputusan konsumen untuk membeli terasi Macajah.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Selain sebagai syarat menyelesaikan pendidikan, juga dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan bidang ilmu manajemen pemasaran dan melatih penulis untuk dapat menerapkan teori-teori yang diperoleh dari perkuliahan.

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian selanjutnya.