

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sub sektor perikanan merupakan salah satu subsektor pertanian yang berperan dalam menyediakan kebutuhan pangan bagi masyarakat Indonesia. Produk-produk yang dihasilkan sektor perikanan juga memberikan manfaat dalam pemenuhan gizi masyarakat, khususnya pemenuhan gizi protein hewani (Satria, 2004)

Sejalan dengan peningkatan pendapatan masyarakat, penambahan penduduk, perbaikan pendidikan serta modernisasi sistem komunikasi dan transportasi, maka hal ini akan mempercepat terjadinya perubahan-perubahan dalam susunan menu anggota masyarakat. Terpenuhinya kebutuhan akan karbohidrat mendorong masyarakat lebih berorientasi kepada menu yang lebih tinggi nilainya, yaitu protein hewani. Kebutuhan manusia terhadap protein hewani yang selalu meningkat berkaitan dengan kebutuhan manusia pada gizi (Soedjana, 1997).

Ikan merupakan salah satu sumber makanan yang sangat dibutuhkan oleh manusia karena banyak mengandung protein hewani. Jenis ikan yang sering dikonsumsi beranekaragam jenisnya. Menurut Junianto (2003), jenis ikan yang dipasarkan dapat digolongkan ke dalam dua kelompok, yaitu ikan atau hasil perikanan dalam keadaan segar atau sering disebut ikan segar dan dalam bentuk olahannya. Ikan segar dapat berupa ikan laut maupun ikan air tawar. Beberapa jenis ikan segar yang sekarang ini ada dipasaran adalah ikan bandeng, kakap, gurame, nila, lele, mujaer, dan berbagai jenis ikan lainnya yang masih dalam bentuk segar.

Menurut Aliyas, Samliok Ndobe dan Zakirah Raihani Ya'la (2016) Ikan nila merupakan salah satu jenis ikan air tawar yang populer di kalangan masyarakat. Oleh karena kepopulerannya itu membuat ikan nila memiliki prospek usaha yang cukup menjanjikan. Apabila ditinjau dari segi pertumbuhan, ikan nila merupakan jenis ikan yang memiliki laju pertumbuhan yang cepat dan dapat mencapai bobot tubuh yang jauh lebih besar dengan tingkat produktivitas yang cukup tinggi. Faktor lain yang memegang peranan penting atas prospek ikan nila adalah rasa dagingnya yang khas, warna dagingnya yang putih bersih

dan tidak berduri dengan kandungan gizi yang cukup tinggi, sehingga sering dijadikan sebagai sumber protein yang murah dan mudah didapat, serta memiliki harga jual yang terjangkau oleh masyarakat.

Padakembang merupakan salah satu sentral perikanan air tawar yang ada di kabupaten Tasikmalaya yang memiliki potensi dalam perdagangan ikan air tawar ditandai dengan adanya Pasar ikan bersih Padakembang. Salah satu ikan yang banyak diminati konsumen adalah ikan nila. Ditandai dengan banyaknya produksi ikan nila di kecamatan Padakembang Seperti yang tercantum pada data produksi dari dinas pertanian tahun 2020 yang menyatakan bahwa ikan nila menempati posisi terbanyak yaitu sekitar 24897,32 ton, kemudian disusul oleh ikan nilem sebanyak 18510,41 ton, dilanjut ikan mas sebanyak 11552,32 ton, kemudian ikan gurame sebanyak 2986,36 ton dan terakhir ikan lele sebanyak 1495,00 ton (Dinas Pertanian, 2020)

Data tersebut menunjukkan bahwa produksi ikan nila menduduki peringkat pertama, hal ini menunjukkan bahwa ikan nila memiliki takaran yang besar dalam pemenuhan kebutuhan ikan nila, baik untuk dikonsumsi maupun untuk dijual kembali.

Banyaknya pelaku usaha yang menjual ikan nila maka berdampak pada persaingan antar pelaku usaha, sehingga pelaku usaha berusaha mempertahankan dan meningkatkan jumlah konsumen. Adapun konsumen yang tidak mengerti dan tidak tahu mengenai atribut ikan nila, maka banyak yang asal membeli dan tidak mempertimbangkan kualitas yang ada pada ikan nila. Untuk itu penelitian ini diharapkan akan membantu konsumen agar mengetahui kualitas yang ada pada ikan nila di Pasar Ikan Bersih Padakembang, juga mempertahankan konsumen, pelaku usaha harus memahami apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen serta mampu memberikan kepuasan terhadap konsumen dan menumbuhkan rasa percaya kepada konsumen.

Menurut Mowen dan Minor *dalam* Nurul Widyawati (2008) menjelaskan bahwa kepercayaan konsumen adalah semua pengetahuan yang dimiliki konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya. Kesesuaian antara kepercayaan konsumen memicu untuk melakukan pembelian terhadap ikan nila karena adanya kepuasan konsumen.

Sebelum melakukan pembelian, konsumen akan terlebih dahulu mempertimbangkan apa saja yang terdapat pada ikan nila. Maka dibutuhkannya evaluasi tingkat kepentingan konsumen yang merupakan konsumen menganggap bahwa atribut tersebut penting untuk ada pada ikan nila. Sehingga tidak akan terjadinya ketidadsesuaian antara yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen dengan kepercayaan konsumen yang akan memicu konsumen tidak lagi melakukan pembelian. Tidak hanya mempertahankan konsumen pelaku usaha juga harus mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi sikap konsumen dalam memutuskan untuk membeli ikan nila.

Sikap konsumen merupakan ungkapan perasaan konsumen pada suatu objek, apakah objek tersebut disukai atau tidak disukai, yang menjadi faktor penting dalam mengambil keputusan pembelian. Sikap konsumen juga menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari objek tersebut.

Sikap konsumen yang mampu memenuhi kepercayaan konsumen untuk memenuhi apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen. Setelah kebutuhan dan keinginan konsumen terpenuhi maka akan menimbulkan kepuasan pada konsumen. Berdasarkan teori Robinette dalam Suwarni dan S. Mayasari (2009) menyatakan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, yaitu perhatian, pelaku usaha dapat melihat dan mengatasi segala kebutuhan, harapan, maupun permasalahan yang dihadapi pelanggan. Dengan pernyataan diatas pelanggan akan merasa puas dengan pelaku usaha dan akan terus melakukan transaksi ulang dan pada akhirnya pelanggan menjadi pelanggan yang loyal terhadap pelaku usaha.

Menurut Ujang Sumarwan (2011), penelitian mengenai sikap konsumen sangat berperan dalam membantu pelaku usaha untuk mengetahui hal-hal apa saja yang diinginkan konsumen. Konsumen memiliki keinginan akan suatu produk sesuai dengan pengetahuan yang dimilikinya, sehingga diharapkan produk tersebut dapat memberikan manfaat bagi konsumen. Jika produk yang dikonsumsi sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen, maka konsumen akan melakukan pembelian sehingga dapat memberikan keuntungan bagi produsen atau pemasar.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasi masalah pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana tingkat kepercayaan konsumen pada atribut ikan nila di Pasar Bersih Ikan Padakembang ?
2. Bagaimana evaluasi tingkat kepentingan konsumen terhadap atribut ikan nila di Pasar Ikan Bersih Padakembang ?
3. Bagaimana sikap konsumen dalam membeli ikan nila di Pasar Ikan Bersih Padakembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui tingkat kepercayaan konsumen pada atribut ikan nila di Pasar Ikan Bersih Padakembang
2. Mengetahui evaluasi tingkat kepentingan konsumen terhadap ikan nila di Pasar Ikan Bersih Padakembang
3. Mengetahui sikap konsumen dalam membeli ikan nila di Pasar Ikan Bersih Padakembang

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi :

1. Peneliti, untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan tentang Sikap konsumen.
2. Pedagang, untuk memberikan informasi mengenai sikap konsumen agar dapat mempertimbangkan dalam penyusunan strategi pemasaran.
3. Pemerintah, dapat dipakai sebagai informasi dalam menentukan kebijakan yang tepat untuk meningkatkan sektor perikanan dan perdagangan.
4. Peneliti lainnya, sebagai sumber informasi dan referensi berkaitan dengan sikap konsumen.