

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pangan merupakan kebutuhan manusia yang paling pokok untuk memenuhi kebutuhan bagi pemeliharaan, pertumbuhan, kerja, dan pergantian jaringan tubuh yang rusak. Pangan juga dapat diartikan sebagai bahan sumber gizi, oleh karena itu perlu peningkatan terhadap sumber gizi. Salah satunya adalah bahan makanan yang mengandung protein. Protein merupakan salah satu zat gizi yang sangat diperlukan oleh manusia dalam pertumbuhan dan perkembangannya.

Protein berfungsi untuk perbaikan semua jaringan di dalam tubuh termasuk darah, enzim, hormon, kulit, rambut dan kuku. Berdasarkan sumbernya protein dibagi menjadi dua jenis, yaitu protein hewani (protein yang berasal dari hewan) dan protein nabati (protein yang berasal dari tumbuh – tumbuhan). WHO (World Health Organization) (1985) mengungkapkan bahwa protein yang berasal dari hewan mengandung asam amino dalam kadar yang cukup. Sedangkan protein yang berada dalam kandungan sayur – sayuran memiliki kadar yang terbatas. Protein hewani sendiri dapat diperoleh dari telur, daging ayam, daging sapi dan juga daging ikan tetapi yang cukup baik dari semua jenis daging tersebut adalah daging ikan mengingat selain mudah dicerna susunan proteinnya juga hampir sama dengan yang dibutuhkan tubuh manusia.

Ikan merupakan salah satu bahan pangan yang memiliki kandungan protein yang cukup tinggi. Protein yang terkandung dalam ikan dapat memenuhi dua pertiga kebutuhan protein manusia. Berdasarkan penelitian dan beberapa literatur diketahui tidak kurang dari 3.000 jenis ikan yang hidup di Indonesia. Dari 3.000 jenis tersebut sebanyak 2.700 jenis (90 %) hidup di perairan laut dan sisanya 300 jenis (10 %) hidup di perairan air tawar dan payau. Indonesia sangat berpeluang untuk menjadikan ikan sebagai sumber protein utama guna meningkatkan gizi masyarakat, karena memiliki potensi ikan melimpah.

Namun besarnya potensi tersebut tidak diikuti dengan tingkat konsumsi ikan dalam negeri yang tinggi juga. Menurut Rifky Effendy (2017), penyediaan ikan untuk konsumsi di Indonesia pada tahun 2017 mencapai 23 juta ton dengan tingkat konsumsi ikan 46.49 kg/kapita. Tingkat konsumsi ini masih di bawah tingkat

konsumsi ikan di beberapa negara, di antaranya Jepang (110 kg/kapita), Korea Selatan (85 kg/kapita), Amerika Serikat (80 kg/kapita), Singapura (80 kg/kapita), Hongkong (85 kg/ kapita), Malaysia (45 kg/kapita), dan Thailand (35 kg/kapita) (Chandra, 2017).

Menurut Kusharyanti (2007) rendahnya tingkat konsumsi ikan per kapita masyarakat Indonesia, disebabkan oleh dua hal yaitu lemahnya sisi ketersediaan (supply) dan rendahnya tingkat permintaan (demand). Pada sisi ketersediaan, rendahnya konsumsi ikan masyarakat Indonesia disebabkan oleh kurang meratanya suplai ikan bermutu, kurangnya sarana prasarana distribusi ikan yang baik dan higienis serta adanya produk substitusi ikan. Sementara pada sisi permintaan, adanya faktor dalam pembentukan budaya makan ikan yang masih rendah di Indonesia, di antaranya, pengetahuan gizi di kalangan masyarakat yang masih rendah, harga ikan dan produknya yang relatif lebih mahal daripada yang lainnya menyebabkan daya beli masyarakat yang rendah, serta rendahnya ragam jenis ikan dan produk diversifikasi olahan hasil perikanan serta penguasaan teknologi yang masih minim. Dalam hal ini sikap, perilaku, persepsi dan preferensi konsumen menjadi penting untuk diketahui.

Kabupaten Bandung memiliki potensi dan sumber daya yang sangat baik untuk meningkatkan konsumsi ikan. Hal tersebut didasarkan pada data jumlah penduduk yang ada di BPS Kabupaten Bandung dengan jumlah 3.775.279 jiwa dengan perbandingan 1.911.189 laki-laki dan 1.864.090 perempuan. Potensi ini masih belum dikembangkan secara optimal dalam upaya peningkatan konsumsi ikan. Kabupaten Bandung sebagai salah satu yang termasuk dalam kategori daerah dengan tingkat konsumsi ikan yang rendah, yakni 27 kg/kapita pada tahun 2019. (BPS Kabupaten Bandung 2019)

Salah satu faktor pendukung untuk meningkatkan angka konsumsi ikan di kabupaten Bandung adalah dengan didirikannya Pasar ikan modern Sabilulungan dilengkapi dengan koleksi ikan segar dan ikan hidup segar serta olahan dalam skala besar. Dilengkapi dengan berbagai fasilitas diantaranya, *cold storage*, drainase, sarana sanitasi, listrik, dan air bersih serta tersedianya es curah yang cukup. Selain itu juga dilengkapi dengan adanya warung ikan, ruang pendingin, perkantoran,

warung bahari, ruang serbaguna, dan *food court*, yang semuanya terintegrasi untuk menciptakan dan menangkap nilai perusahaan (Rabiatul Adwiyah, 2021).

Pedagang adalah salah satu pelaku ekonomi yang kegiatannya menjual barang yang dibutuhkan konsumen. Pedagang selalu berusaha dalam memasarkan suatu produk dengan mutu yang lebih baik kepada konsumennya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan khususnya ikan segar yang ada dipasar ikan tersebut, seiring dengan berjalannya waktu, konsumen semakin selektif dalam melakukan pembelian ikan segar, hal ini sebagai salah satu alasan pedagang dalam memaksimalkan cara untuk mendapatkan kepuasan pelanggan. Dalam memilih atribut berkaitan dengan kepentingan dan kesesuaian produk yang dianggap mampu mendapatkan kepuasan konsumen.

Pemahaman yang telah dimiliki konsumen terhadap atribut produk akan lebih memudahkan para pedagang untuk memberikan perhatian lebih terhadap atribut tersebut, pedagang harus mampu bersaing dalam memberikan kepuasan konsumen, harus didasari bahwa titik tolak pemasaran terletak pada kebutuhan dan keinginan para konsumen. Oleh karena itu keinginan konsumen yang menjadikan persaingan pedagang ikan segar saling berlomba lomba dalam mengutamakan kualitas produk untuk kepuasan konsumen. Berdasarkan survei yang telah dilakukan, pedagang ikan segar di pasar ikan modern sabilulungan mengeluhkan terkait dengan jumlah konsumen ikan segar yang semakin berkurang, oleh karena itu pedagang ingin mengetahui terkait sikap konsumen terhadap pembelian ikan segar.

Sikap konsumen merupakan salah satu faktor penting dalam pengambilan keputusan dalam pembelian terhadap suatu produk. Sikap konsumen muncul dipengaruhi oleh adanya kepercayaan konsumen dan evaluasi terhadap manfaat suatu produk. Tidak hanya produknya saja yang menjadi pertimbangan konsumen terhadap pembelian, namun juga atribut atau karakteristik yang melengkapi produk tersebut. Kesesuaian antara kepercayaan konsumen dengan yang diharapkan konsumen terhadap suatu produk, akan memicu suatu sikap dalam melakukan pembelian terhadap produk tersebut karena ada kepuasan dari konsumen. Begitu sebaliknya jika tidak ada kesesuaian antara yang diharapkan dengan kepercayaan

konsumen saat ini maka akan memicu konsumen untuk tidak melakukan pembelian lagi terhadap suatu produk. Dengan kata lain, sebelum melakukan pembelian konsumen akan mempertimbangkan atribut yang terdapat pada ikan segar. Sikap konsumen dapat menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap atribut dan manfaat yang diperoleh dari ikan segar. Sehingga, dengan mengetahui sikap konsumen terhadap ikan segar, produsen atau pemasar dapat menyediakan produk sesuai dengan keinginan konsumen.

Penelitian mengenai sikap konsumen sangat berperan dalam membantu pedagang ikan untuk mengetahui hal hal yang diinginkan oleh konsumennya. Penelitian ini dibuat untuk mengetahui sikap konsumen yang membeli ikan di Pasar Ikan Modern Sabilulungan. Sehingga pedagang dan pengelola dapat mengetahui sikap konsumen ikan dan memperhatikan apa yang menjadi kepercayaan dan kepentingan konsumen untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah konsumen.

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 segar di Pasar Ikan Modern Sabilulungan Kabupaten Bandung ?
2. Bagaimana tingkat kepentingan konsumen terhadap atribut ikan segar di Pasar Ikan Modern Sabilulungan Kabupaten Bandung ?
3. Bagaimana sikap konsumen dalam membeli ikan segar di Pasar Ikan Modern Sabilulungan Kabupaten Bandung ?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk :

1. Menganalisis tingkat kepercayaan konsumen pada atribut ikan segar di Pasar Ikan Modern Sabilulungan Kabupaten Bandung
2. Menganalisis tingkat kepentingan konsumen terhadap ikan segar di Pasar Ikan Modern Sabilulungan Kabupaten Bandung
3. Menganalisis sikap konsumen dalam membeli ikan segar di Pasar Ikan Modern Sabilulungan Kabupaten Bandung

1.4. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak, antara lain sebagai berikut :

1. Bagi penulis, hasil penelitian dapat dipakai sebagai bahan informasi bagi masyarakat dalam melakukan penjualan ataupun pembelian ikan segar.
2. Bagi perusahaan, Hasil penelitian dapat dipakai sebagai informasi dalam menentukan strategi penjualan, strategi produk, harga, promosi dan distribusi guna meningkatkan hasil penjualannya.
3. Bagi Pemerintah, Hasil penelitian dapat dipakai sebagai informasi dalam menentukan kebijakan yang tepat untuk meningkatkan sektor perikanan, sektor perdagangan, dan perlindungan terhadap konsumen.
4. Bagi Perguruan Tinggi, Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai bahan pelengkap informasi dan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya mengenai perilaku konsumen terhadap suatu produk tertentu.