

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pangan merupakan kebutuhan manusia yang paling pokok untuk memenuhi kebutuhan energi 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.

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. Jenis ikan sebagai sumber protein antara lain yaitu mujair, tawes, bandeng, tenggiri, karper, lele, kembung, meniran, dan termasuk didalamnya adalah ikan nila.

Ikan nila merupakan salah satu jenis ikan komersial, yaitu jenis ikan yang layak untuk diusahakan atau dengan kata lain menguntungkan. Ikan nila disukai konsumen karena rasanya enak, gurih, dagingnya lunak dan tebal.

Berdasarkan Dinas Pertanian dan Perikanan Kota Tasikmalaya, diketahui bahwa pola konsumsi masyarakat Kota Tasikmalaya terhadap ikan cukup tinggi. Hal ini ditunjukkan oleh data konsumsi perkapita pertahun untuk konsumsi ikan Kota Tasikmalaya adalah sebesar 20,51 kg pada tahun 2015, dan pada tahun 2016 meningkat menjadi 21,05 kg. Peningkatan konsumsi tersebut menunjukkan gambaran umum tentang pola konsumsi masyarakat Kota Tasikmalaya yang meningkat terhadap konsumsi ikan, termasuk didalamnya ikan nila.

Konsumsi ikan yang meningkat menyebabkan permintaan ikan nila pun meningkat. Permintaan ikan nila yang meningkat mendorong produsen untuk meningkatkan produksi, agar dapat memenuhi kebutuhan dan permintaan konsumen ikan nila di Kota Tasikmalaya. Peningkatan produksi ikan nila dapat dilihat dari potensi perikanan di Kota Tasikmalaya yang ditunjukkan oleh Tabel 1.

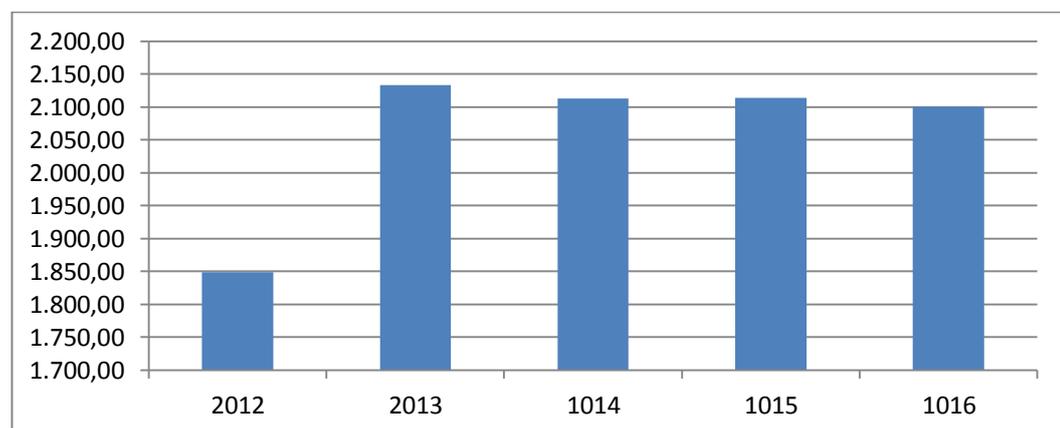
Tabel 1. Produksi Perikanan Budidaya menurut Jenis Ikan pada Tahun 2012 – 2016 di Kota Tasikmalaya (dalam satuan ton)

Jenis Budidaya	2012	2013	2014	2015	2016
Ikan Nila	1.848,75	2.133,72	2.113,10	2.113,44	2.100,49
Ikan Mas	1.452,89	1.848,38	1.955,44	1.954,97	1.979,07
Ikan Nilem	1.450,59	1.295,87	1.227,06	1.227,07	1.227,23
Ikan Gurame	1.008,79	1.061,17	830,39	839,12	835,59
Ikan Lele	904,26	1.153,31	1.404,10	1.407,19	1.411,91
Ikan Tambakan	657,87	642,48	506,42	506,13	512,32
Ikan Tawes	638,98	910,35	1.018,50	1.018,51	1.023,05
Ikan Mujair	390,41	774,49	729,70	730,36	702,61
Ikan Galah	16,86	14,92	14,78	3,03	0,00
Ikan Lainnya	323,12	139,53	176,09	175,94	183,78

Sumber :Dinas Pertanian dan Perikanan Kota Tasikmalaya 2012 – 2016

Tabel 1 menunjukkan bahwa produksi untuk ikan nila menempati posisi tertinggi diantara produksi jenis ikan lainnya yang dibudidayakan di Kota Tasikmalaya. Sayangnya, banyaknya permintaan terhadap ikan nila tidak diimbangi dengan kemampuan produksi ikan nila di Kota Tasikmalaya, sehingga

untuk memenuhi permintaan tersebut Kota Tasikmalaya harus impor dari luar daerah. Dibuktikan dengan Gambar 1. Produksi budidaya ikan nila sebagai berikut:



Gambar 1. Produksi Perikanan Budidaya menurut Jenis Ikan pada Tahun 2012 – 2016 di Kota Tasikmalaya (dalam satuan ton)

Sumber :Dinas Pertanian dan Perikanan Kota Tasikmalaya 2012 – 2016

Tahun 2013 – 2016 produksi ikan nila di Kota Tasikmalaya mengalami penurunan, hal ini menyebabkan kurangnya pasokan ikan di pasar Kota Tasikmalaya, sehingga untuk memenuhi kebutuhan ikan nila disuplay dari luar Kota Tasikmalaya.

Selain produk, di dalam pasar terdapat pemasar (penjual) dan calon pembeli (konsumen) yang melakukan kegiatan belanja untuk memenuhi kebutuhannya. Bauran pemasaran dapat digunakan pemasar untuk mendapatkan informasi mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk. Sehingga pemasar mempunyai strategi yang kuat dalam mempengaruhi reaksi konsumen dan dapat mengoptimalkan penjualan ikan nila dengan memadukan faktor bauran pemasaran tersebut. Bauran pemasaran yang dimaksud adalah faktor produk, faktor harga, faktor tempat dan faktor promosi.

Kota Tasikmalaya merupakan salah satu kota yang mulai berkembang di Jawa Barat, dengan karakteristik masyarakat yang konsumtif. Kultur budaya masyarakat Kota Tasikmalaya yang mulai kearah perkotaan, menjadikannya sebagai salah satu target pemasaran yang strategis dalam bidang apapun. Namun kebiasaan konsumen di Kota Tasikmalaya dalam membeli ikan nila dilakukan di pasar tradisional

Produsen dan pemasar diharapkan dapat menyediakan ikan nila yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dan dapat memasarkannya dengan strategi pemasaran yang baik untuk mengantisipasi persaingan yang ketat di pasar. Perubahan cara pemasaran yang semula berorientasi pada produk menjadi berorientasi pada konsumen, menuntut produsen dan pemasar ikan nila untuk memahami perilaku konsumen sebaik mungkin, sehingga dapat digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan konsumen dan menyusun strategi penyediaan ikan nila yang lebih baik dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi masalah pada penelitian ini adalah :

- 1) Bagaimana perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan membeli ikan nila?
- 2) Faktor – faktor dan variabel dominan apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen ikan nila?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

- 1) Perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan membeli ikan nila.
- 2) Faktor – faktor dan variabel dominan yang mempengaruhi perilaku konsumen ikan nila.

1.4. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi :

- 1) Peneliti, untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan tentang perilaku konsumen ikan nila.
- 2) Pemasar ikan nila, untuk memberikan wawasan yang berkaitan dengan perilaku konsumen ikan nila dan sebagai dasar pertimbangan untuk menyusun strategi pemasaran ikan nila.
- 3) Pemerintah, dapat dipakai sebagai informasi dalam menentukan kebijakan yang tepat untuk meningkatkan sektor perikanan, dan perdagangan.
- 4) Peneliti lainnya, menjadi sumber informasi dan referensi berkaitan dengan perilaku konsumen.