

PREFERENSI KONSUMEN DAN PENGARUHNYA TERHADAP PERMINTAAN IKAN ASIN BELEDANG (*Trichiurus lepturus*) DI KOTA BENGKULU

¹ Mesi Aread Putri, ²Edi Efrita , ²Edy Marwan , ²Maheran Mulyadi

¹ Alumni Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Perternakan UMB

² Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian dan Peternakan UMB

ABSTRAK

Konsumen dalam membeli suatu produk tergantung dengan preferensi terhadap produk tersebut selain itu jumlah produk yang di beli tergantung pada harga, pendapatan, tanggungan keluarga dan tujuan konsumen membeli atribut-atribut yang menentukan preferensi dalam membeli ikan asin beledang dan faktor yang mempengaruhi permintaan ikan asin beledang di Kota Bengkulu .Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Tempat penelitian ini di lakukan di Kota Bengkulu preferensi konsumen dianalisis dengan metode *Thurstones low of comparatife judgement*,sedangkan data mengenai pengaruh jumlah pembelian ikan asin beledang Kota Bengkulu di analisis menggunakan metode regresi liner berganda. Penelitian ini menggunakan atribut yang menjadi pertimbangan utama konsumen dalam melakukan pembelian ikan asin beledang di Kota Bengkulu adalah rasa. Secara bersama-sama variabel rasa, warna, aroma, tekstur, harga, pendapatan, tanggungan keluarga dan tujuan membeli mempengaruhi permintaan ikan teri Bengkulu. Secara parsial variabel tujuan membeli yang berpengaruh sangat nyata terhadap permintaan ikan asin beledang di Kota Bengkulu.

Kata Kunci : Beledang, Ikan, Permintaan dan Preferensi

PENDAHULUAN

Kota Bengkulu memiliki produksi dan nilai produksi perikanan yang terbesar di Provinsi Bengkulu. Hal ini disebabkan Kota Bengkulu memiliki prasarana penunjang seperti tempat pelelangan ikan dan Pelabuhan Samudera Pulau Baai sehingga banyak pengusaha yang berinvestasi di sektor perikanan di

Kota Bengkulu. Hasil utama perikanan laut di Kota Bengkulu adalah ikan tongkol yang mencapai 3.597.506 ton dan udang sebanyak 3.612.244 ton.

Ikan beledang merupakan salah satu ikan yang penting dalam perikanan tangkap laut di Kota Bengkulu. Potensi ikan beledang mencapai 30-40 ton per hari pada musimnya. Tahun 2013,

Pemerintah Provinsi Bengkulu mulai menjajaki ekspor ikan beledang ke China (Yasland, 2013). Pada tahun 2015, Koperasi Mutiara Laut Kota Bengkulu mulai mengekspor ikan beledang ke Jepang, Taiwan, China (Tiongkok) dan Korea Selatan. Ekspor ikan beledang mencapai 100 ton dengan pengiriman sekali dua hari melalui Kota Bandung, Jawa Barat (Hermansyah, 2016).

Upaya pengembangan suatu produk, dalam hal ini ikan asin beledang, perlu memperhatikan preferensi konsumen, karena konsumenlah yang akan memutuskan jenis, kualitas dan kuantitas produk yang akan dibeli, dinikmati, dan mencapai kepuasannya. Dengan mengkaji preferensi konsumen, dapat diketahui segala informasi yang berhubungan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut Ardini dkk. (2022) tujuan pemahaman tentang preferensi konsumen adalah untuk meneruskan strategi pemasaran yang secara berkelanjutan agar barang atau jasa yang dijual atau dipasarkan tetap diminati oleh konsumen.

Permintaan ikan asin juga cenderung meningkat, ini karena adanya

konsumsi lebih banyak untuk memenuhi kebutuhan anggota keluarga yang lebih banyak. tujuan pembelian juga dapat mempengaruhi permintaan ikan asin. Misalnya, jika ikan asin di beli untuk acara atau perayaan tertentu, permintaan mungkin meningkat selama periode tersebut.

Ikan Asin Beledang (Ikan Layur)

Ikan beladang merupakan salah satu jenis ikan laut yang mudah dikenal dari bentuk tubuhnya yang panjang dan ramping serta tidak Ikan beladang merupakan salah satu jenis ikan laut yang mudah dikenal dari bentuk tubuhnya yang panjang dan ramping serta tidak. Menurut Intyas (2020), ikan beledang merupakan ikan yang banyak didapatkan di perairan Indonesia. Ikan ini mempunyai nilai ekonomis yang penting dan banyak ditangkap nelayan untuk dijual segar maupun diolah untuk dikonsumsi. Ikan beledang umumnya diolah menjadi ikan kering, ikan asin, atau ikan krispi.

Perilaku Konsumen

Menurut Winardi (1991), Perilaku konsumen adalah perilaku yang terlibat dalam perencanaan, pembelian, dan pemakaian barang ekonomi atau jasa.

Menurut D. H. Basu Swastha dan T. Hani Handoko (1982), perilaku konsumen yang beragam, baik dalam usia, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, jenis pekerjaan termasuk selera bermanfaat bagi para pemasar untuk membedakan kelompok konsumen yang berbeda dan mengembangkan produk serta jasa yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen itu sendiri.

Thurstones Law Of Comparative Judgement

The law of comparative judgement merupakan salah satu hukum psiko-fisik yang pertama kali dikembangkan oleh Louis L. Thurstone pada tahun 1927. Psikofisik adalah ilmu yang mempelajari hubungan kuantitatif antara benda-benda atau kajian fisik disebut sebagai stimuli atau atribut yang berfungsi sebagai perangsang responden dari pengamat. Prinsip dasar metode thurstones the law of comparative judgement ini adalah metode perbandingan berpasangan pair comparisons pada seluruh kemungkinan pasangan atribut.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei. Menurut Muhammad Nasir (1988), metode survei adalah penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh faktor-faktor dari gejala-gejala yang ada, yaitu mencari keterangan-keterangan secara faktual.

Lokasi Penelitian

Lokasi Di Kota Bengkulu merupakan salah satu sentra penjualan ikan Asin Beledang di Kota Bengkulu, dan lokasi yang cukup strategis yaitu terletak dipinggir-pinggir lalu lintas masyarakat Kota Bengkulu.

Teknik Pengumpulan Data

Data yang diperlukan adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden melalui teknik wawancara dengan menggunakan kuisioner, seperti data pendapatan, preferensi dan jumlah ikan beledang Bengkulu yang dibeli. Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini adalah data pendukung sesuai dengan teori Sugiyono, (2015), yang menyatakan bahwa data sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih

lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau pihak lain.

Teknik Penarikan Sampel

Metode penarikan sampel yang adalah *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2005), bahwa *accidental sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan,

Metode Analisis Data

Untuk mengetahui faktor preferensi yang paling menentukan konsumen di kota Bengkulu dalam pembelian ikan asin beledang Bengkulu apakah rasa, warna, aroma dan tekstur yang di lakukan pembobotan dengan metode *Thustones low of comperatif judgement*.

Deskripsi Daerah Penelitian

Kota Bengkulu memiliki luas wilayah 151,70 km² yang terletak di pesisir barat pulau Sumatera dan berada di antara 3°45'- 3°59' lintang selatan serta 102°14'-102°22' Bujur timur. Kota Bengkulu terletak antara 3045'-30 59' Lintang Selatan dan antara 102014'-1020 22' Bujur Timur. Kota Bengkulu memiliki relief permukaan tanah bergelombang terdiri dari daratan pantai dan daerah berbukit serta terdapat

beberapa cekungan sungai kecil. Kota Bengkulu berbatas dengan Kabupaten Bengkulu Tengah sebelah utara, Kabupaten Seluma sebelah selatan, Samudera Hindia sebelah barat dan sebelah Timur Kabupaten Bengkulu Tengah.

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

responden yang membeli ikan asin beledang di Kota Bengkulu ialah dominan kelompok umur 22-30 tahun dengan persentase 37,5 % dimana ada 36 orang. Selanjutnya kelompok usia 31-39 tahun dengan persentase 27,08 sebanyak 26 orang, di kelompok umur 40-48 tahun dengan persentase 17,71% terdapat 17 orang selanjutnya di kelompok umur 49-57 tahun sebesar 10,42% dengan jumlah 10 orang, pada kelompok umur 58- 66 tahun persentase sebesar 4,17 % dengan jumlah 4 orang, kelompok umur diatas 75 tahun dengan persentase 2,08% sebanyak 2 orang dan kelompok umur dengan persentase terkecil ialah 67-75 tahun sebesar 1,04 % dengan jumlah 1 orang.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga

Jumlah terbanyak membeli ikan asin beledang di Kota Bengkulu ialah dengan jumlah anggota keluarga 3 orang sebanyak 34 orang dengan persentase 35,72% dan 4 Orang jumlah anggota keluarga sebanyak 32 orang dengan persentase 33,33%, sedangkan konsumen dengan jumlah anggota keluarga paling sedikit ialah 2 dan 6 orang sebanyak 2 orang dengan persentase 2,08%

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Responden terbanyak membeli ikan asin beledang di Kota Bengkulu ialah dengan pendapatan antara Rp2.100.000-Rp3.000.000, dan pendapatan antara Rp3.100.000-4.000.000, sedangkan pendapatan diatasnya hanya sedikit yang membeli ikan asin beledang.

Preferensi Konsumen Terhadap Ikan Asin Beledang

rasa ikan beledang yang paling menentukan atau disukai konsumen dalam membelinya berturut-turut adalah rasa, tekstur, warna dan aroma. Rasa terkait dengan selera konsumen, dimana

konsumen dalam pembelian suatu barang termasuk ikan asin beledang akan mempertimbangkan rasa dari ikan asin ini.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Ikan Asin Beledang di Kota Bengkulu

Menunjukkan bahwa variabel rasa, warna, aroma, tekstur, harga, pendapatan, tanggungan keluarga dan tujuan membeli, secara bersama-sama berpengaruh sangat nyata terhadap permintaan ikan asin beledang di Kota Bengkulu. Sedangkan secara parsial variabel tujuan membeli yang berpengaruh sangat nyata terhadap permintaan ikan asin beledang di Kota Bengkulu.

Kesimpulan

Berdasarkan Hasil penelitian yang telah dilakukan, kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah:

1. Atribut ikan asin beledang yang menjadi pertimbangan utama konsumen dalam melakukan pembelian ikan asin beledang di Kota Bengkulu adalah rasa.
2. Secara bersama-sama variabel rasa, warna, aroma, tekstur, harga,

pendapatan, tanggungan keluarga dan tujuan membeli mempengaruhi permintaan ikan asin beledang Bengkulu. Secara parsial variabel tujuan membeli yang berpengaruh sangat nyata terhadap permintaan ikan asin beledang di Kota Bengkulu.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan adalah

1. Kepada produsen ikan asin beledang diharapkan dapat menciptakan rasa yang khas pada ikan asin jenis ini, terutama ikan asin beledang dengan rasa asin yang bisa dilakukan dengan penggaraman. Selain itu produsen juga diharapkan mampu mempertahankan warna alami pada ikan sehingga ikan asin beledang nampak lebih segar, serta aroma amis pada ikan asin diminimalisir dengan pengolahan yang tepat dan tekstur disesuaikan dengan selera konsumen yaitu ikan asin beledang yang kokoh dan keras yang bisa dilakukan dengan pengeringan secara maksimal sehingga menarik konsumen untuk membeli ikan asin beledang.

2. Kepada pedagang diharapkan dapat mengikuti perkembangan harga yang sesuai dengan standar pasar ikan asin beledang ini, sehingga dalam melakukan pembelian konsumen akan tertarik karena harga yang terjangkau.
3. Tujuan pembelian baik oleh-oleh maupun untuk konsumsi masih sedikit sehingga untuk menarik konsumen diharapkan pedagang dapat membuat tampilan yang menarik misalnya membuat kemasan yang mudah dibawa untuk oleh-oleh maupun kemasan yang ekonomis sehingga habis dalam satu kali konsumsi.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Simamora . d. (2003 dan 2015). preferensi konsumen terhadap pembelian manisan (studi kasus manisan srilangkat di kecamatan stabad kabupaten nangkat provinsi sumatra utara . *jurnal UNIMAL* .
- Al. Rasyid Harun. 1995. Teknik Penarikan Sampel Dan

- Penyusunan Skala. Jurnal Mahasiswa UNPAD. Bandung.
- Ardini. (2022). pengaruh labelitas halal preferensi konsumen dan kualitas produk . *repository.uinsaizu.ac.id*, 121.
- BPS Provinsi Bengkulu (2023) strategi komunikasi petugaas pendataan Bps Kota Bengkulu angaktan tahun 2023 [http:// doi.org /10.36085/ jskom. V4.il.5669](http://doi.org/10.36085/jskom.V4.il.5669) Bengkulu Bps.go.id
- Dewi amelia(2015) hubungan pola asuh orang tua dengan motivasi melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi pada remaja di daerah pesisir Riau. *Jom*.791-979
- DKP. (2018). Pemetaan Daerah Penangkaran Ikan (*Fish Ground*) Nelayan Kota Bengkulu, Provinsi Bengkulu. Jurnal Enggano. Volume 5. Nomor 2. September 2020.
- Fuliyana dan Maria. (2022). Analisis Preferensi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tomoro Coffee Kota Bogor.
- Gujarati dan Damodar. (1993). *Ekonometrika Dasar*, Cetakan ketiga, Jakarta: Erlangga.
- Handoko (1983) manajemen pemasaran analisis prilaku konsume, yogyakarta: PBPE Universitas Gajah Mada
- Hermansyah (2016) korelasi pengaruh faktor efikasi diri terhadap motivasi berprestasi [http:// doi.org/10.33369/mapen .V1014.1277](http://doi.org/10.33369/mapen.V1014.1277)
- Intiyas. (2020). potensi product olahan hasil perikanan laut nelayan kenjeran surabaya. *repository.um-surabaya.ac.id*, 100.
- Imtiham (2020) analisis faktor faktor yang mempengaruhi permintaan ikan asin laut di kota Padang jurnal .UMSB.ac.id
- Iskandar, putri. d. (2014). analisis preferensi konsumen terhadap bauran pemasran product hasil laut di pasar ikan moderen sibilungan soreang Universitas teknologi digital . *prosiding firma*.
- Lemeshow. (1990). ANALISIS PHISICAL DISTANCING. Kepercayaan Keamanan Pada Minat Beli Menderasi Pembayaran. *Atomekoerniawan.hidayat@uta4 5jakarta.ac.id*

- Lipsan (1998) histofologi kulit ejournal. Unsrat.ac.id
- Nasir, M. (1988). Metode Menurut Al-Ghazali. Jakarta: PT. Raja Grafinda, 1996.
- Noor dan yusrusin (2020) efekstivitas umpan panjang ulur (Handline) pada penanfkan ikan layur (trichiurus.sp) di perairan teluk prigi trenggalek Universitas dr Soetomo
- Nurmalinda. (1999). aspek permintaan,penawaran dan tata niaga hotikultura di Indonesia . *Neliti.com*, 13.
- Putong. 2005. Teori Ekonomi Mikro. Mitra Wacana Media. Jakarta. 30 Halaman.
- Repman Kelautan (2022) ilmu dan teknologi kelautan tropis ejournal2.undip.ac.id
- Saanin. 1984. *Manfaat Ikan Segar (Stopleshorus Sp) Terhadap Pertumbuhan Tulang Dan Gigi*. Jurnal ODONTO. Vol 1. no. 2.
- Sandono Sukirno (1995) pengantar teori mikro ekonomi. Pt.Raja Grafindo.Yogyakarta
- Singarimbun, Masri Dan Sofian Efend. 1989. *Hukum Dan Studi Penelitian Emperis Penggunaan Metode Survey Sebagai Instrumen Penelitian Hukum Emperis*.Vol. 2. No. ISSN: 2621 – 2781
- Simamora. (2013). pengaruh preferensi pelanggan prilakunkonsumen dan bren image terhadap royaltas pelanggan(studi kaus pada pengguna sepeda motot honda cbr di kalbis institute, jakarta timur . *repositori ETEI*, 13.
- Sugiono 2015. Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan Kombinasi (Mixet Methods) Penerbit CV. Arfabeta: Bandung. 630 hlm.
- Sumiati (2022) pengaruh kualitas harga produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah di Kota Bengkulu Madura. <http://unram.ac.id>
- Umar, Husen. 2003. *Teknik Menganalisis Kelayakan rencana Bisnis Secara Komperhensip*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- UU RI No 45 2009 perikanan dalam pelaksanaannya jurnal unsrat ac.ad

- Van Haselt (1983) penambahan asap cair sebagai anti oksida ikan teri galer (*stolephorus indicus*) <http://www.ejournal.S1.UNDIP.ac.id/indek.Php/jpbhp>.
- Wahyuni (2017) analisis studi kelayakan bisnis dalam aspek produksi eprints.ums.ac.id
- Wardani, kotler. d. (2002 dan 2015). *anaalisis preferensi konsumen pada penggunaan waifi indihome di masa covid19 oleh masyarakat di kelurahan patrang di kec patrang kabupaten jember. digital library UINKHASjember*, 96.
- Winardi (1991) penawaran adalah product tertentu yang para penjual yang menyediakan menjualkan pada pasar. Universitas Mitra [www. Journal. Sti maiimi.ac.id](http://www.Journal.Sti.maiimi.ac.id)
- Yasland. (2013). Di duga depresi, napi narkoba di lapas lampung artikel [Https://www. Republik. Co.id](https://www.Republik.Co.id)