

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN
MEMBELI PRODUK OLAHAN PERIKANAN DI KOTA TASIKMALAYA
(STUDI KASUS DI PASAR TRADISIONAL CIKURUBUK,
KEC. MANGKUBUMI)**

Ammar Aiman, Asep Agus Handaka, dan Walim Lili
Universitas Padjadjaran
Email : ammaraiman14@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis atribut produk olahan perikanan yang menjadi preferensi konsumen dan menganalisis atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusan membeli produk olahan perikanan di Pasar Tradisional Cikurubuk. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus dengan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Data dikumpulkan menggunakan teknik wawancara langsung terhadap responden yang berada di lokasi pasar dengan menggunakan kuisioner. Atribut – atribut yang diamati pada penelitian ini adalah warna kemasan, jenis kemasan, warna produk, rasa dan harga. Kuisioner yang akan diajukan diuji terlebih dahulu menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Karakteristik responden dan perilaku konsumen dianalisis secara deskriptif, sedangkan preferensi produk olahan perikanan, seperti pindang ikan tongkol, bakso ikan dan otak – otak ikan, serta atribut – atribut dalam produk olahan ikan yang dipertimbangkan konsumen dalam pengambilan keputusan membeli produk olahan perikanan dianalisis dengan menggunakan metode *chi square*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk olahan perikanan yang menjadi preferensi konsumen di Pasar Tradisional Cikurubuk adalah bakso ikan. Hal yang paling dipertimbangkan responden dalam memilih produk pindang ikan tongkol, bakso ikan, dan otak – otak ikan secara berturut-turut dari yang paling dipertimbangkan sampai dengan yang kurang dipertimbangkan adalah sama, yakni: rasa, harga, warna produk, jenis kemasan, dan warna kemasan. Sedangkan atribut yang paling dipertimbangkan ditunjukkan dengan hasil perhitungan analisis *chi square*. Atribut produk pindang ikan tongkol yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian diantaranya: warna kemasan coklat, jenis kemasannya anyaman bambu, warna produknya alami, rasa original dan dengan harga yang berkisar Rp. 5.000 – Rp. 10.000 per 250 gram. Atribut produk bakso ikan yang dipertimbangkan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian diantaranya: warna kemasannya putih, jenis kemasannya plastik, warna produknya alami, rasa original dan dengan harga yang berkisar Rp. 5.000 per 250 gram. Atribut produk otak – otak ikan yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian diantaranya: warna kemasannya warna bening, jenis kemasannya plastik, warna produknya alami, rasa original dan dengan harga yang berkisar Rp. 5.000 – Rp. 10.000 per 250 gram.

Kata kunci : *Atribut, Konsumen, Olahan, Preferensi*

Abstract

This Research aims to analyze the attributes of the processed fishery products that became consumer preferences and analyze the attributes most considered by the consumers on the decisions to buy processed fish products at Cikurubuk traditional market. The method of this research is case study. Data were collected by interview the respondents directly at traditional market with the questionnaires. The attributes observed are the color of packaging, packaging type, the color of product, taste and price. Before conducting the research, questionnaires will be tested first by validity and reliability test. Respondent characteristics and consumer behavior are analyzed by descriptive. Whereas processed fish product preferences such as boiled tuna, fish meatballs and fish *otak – otak*, as well as the attributes of the processed fishery products that considered by consumers to have the decision to buy processed fish products were analyzed by using *chi square*. The results showed that the processed fishery products which become consumer preferences at the Cikurubuk traditional market is fish meatballs. The thing which consider in choosing boiled tuna, fish meatballs and fish *otak – otak* in a row from the most consideration to the less considered are same, namely: taste, price, color of products, types of packaging, and packaging color. While most considered attributes shown by the calculation of *chi square*. Boiled tuna product attributes that consumers the purchase consider include: packaging color is brown, types of packaging are woven bamboo, the color of natural product, the original taste and with price ranging from Rp 5.000 – Rp 10.000 per 250 grams. Fish meatballs product attributes that consumers the purchase consider include: packaging color is white, types of packaging are plastic, the color of natural product, the original taste and with price ranging from Rp 5.000 per 250 grams. Fish *otak - otak* product attributes that consumers the purchase consider include: packaging color is translucent colors, types of packaging are plastic, the color of natural product, the original taste and with price ranging from Rp 5.000 – Rp 10.000 per 250 grams.

Keywords: *Attributes, Consumer, Preferences, Processed*

PENDAHULUAN

Pembangunan di sektor perikanan bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan nelayan dan petani ikan yang akan bertujuan untuk mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur. Di Indonesia, menurut UU RI No. 45/2009, dimana perikanan adalah semua kegiatan yang berhubungan dengan pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya ikan dan lingkungannya mulai dari pra produksi, produksi, pengolahan sampai dengan pemasaran yang dilaksanakan dalam suatu bisnis perikanan.

Kegiatan bisnis perikanan termasuk ke dalam pembangunan perikanan sangat erat kaitannya dengan konsumen. Perilaku konsumen pada dasarnya merupakan keputusan yang diambil oleh konsumen dengan menggunakan sumber-sumber yang tersedia yaitu waktu, uang, dan upaya, untuk ditukar dengan barang untuk dikonsumsi. Secara sederhana perilaku konsumen meliputi keputusan tentang apa yang dibeli oleh konsumen, mengapa, dimana, kapan, dan seberapa sering ia membeli. Perilaku konsumen juga dapat didefinisikan sebagai proses yang dilalui oleh seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan bertindak pasca konsumsi produk. (Suwarman, 2003 dalam Wijayanti, 2011).

Preferensi konsumen adalah pemilihan suka atau tidak sukanya seseorang terhadap produk (barang atau jasa) yang dikonsumsi. Preferensi menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai produk pilihan yang ada (Wijayanti, 2011). Pemahaman preferensi konsumen bertujuan untuk meneruskan strategi pemasaran yang secara berkelanjutan agar barang atau jasa yang dijual atau dipasarkan tetap diminati oleh konsumen.

Menurut website resmi Kota Tasikmalaya, Kota Tasikmalaya berada persis di tengah-tengah jantung bumi Priangan Timur dan Selatan, diapit oleh Ciamis, Sumedang, dan Garut. Dengan Posisi Kota Tasikmalaya yang sangat strategis tersebut menjadikan kota ini sebagai Pusat MICE (meetings, incentives, conferences and exhibitions) terbesar di Jawa Barat setelah Kota Bandung dan Kota Bogor. Banyak para pelaku tujuan bisnis, wisata, industri, pendidikan, dan lain-lain menjadikan Kota Tasikmalaya sebagai tempat yang tepat

untuk memulai aktivitasnya dan dijadikan base camp dari seluruh penjuru Pulau Jawa yang hendak ke Bumi Priangan. Kota Tasikmalaya memiliki tujuh pasar tradisional yang dibina langsung oleh Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Perindustrian dan Perdagangan Kota Tasikmalaya. Menurut data dari Dinas KUMKM pasar Cikurubuk yang berada di Kecamatan Mangkubumi adalah Pasar yang terbesar di Kota Tasikmalaya dengan luas pasar sebesar 43.120 m² dan jumlah kios sebanyak 2.772 kios.

METODE PENELITIAN

Penelitian Analisis Preferensi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Membeli Produk Olahan Perikanan di Kota Tasikmalaya (Studi Kasus di Pasar Cikurubuk, Kecamatan Mangkubumi) dilaksanakan pada bulan Februari 2016 sampai dengan bulan Juni 2016. Pra Penelitian dilakukan pada bulan Februari 2016 dan Penelitian Utama pada April – Mei 2016. Tempat pelaksanaan penelitian di Pasar Cikurubuk, Kecamatan Mangkubumi, Kota Tasikmalaya, Provinsi Jawa Barat. Penentuan lokasi dilakukan dengan sengaja di beberapa titik lokasi pasar.

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Teknik pelaksanaan dari penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau responden (tidak melalui perantara), yaitu konsumen yang dibagi menjadi beberapa segmen, seperti remaja, dewasa dan lansia. Teknik pengumpulan data primer dilakukan melalui wawancara dan pengisian kuisioner oleh responden.

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh dari laporan hasil penelitian suatu instansi dan bahan-bahan pustaka. Instansi yang terkait dalam penelitian ini yaitu perpustakaan, Dinas Perikanan dan Kelautan Provinsi Jawa Barat, Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Tasikmalaya, serta sumber instansi lainnya. Metode pengolahan data yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan tabulasi dengan bantuan perangkat lunak (*software*) Microsoft Office Excel 2016 dan IBM SPSS *Statistics* 23. Data

yang diperoleh baik berupa data primer maupun sekunder disusun, disederhanakan, dan disajikan dalam bentuk tabulasi data. Kemudian data dianalisis sesuai dengan tujuan dari penelitian ini.

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Metode deskriptif kuantitatif dilakukan dengan analisis *chi square* dan analisis menggunakan skala pengukuran sikap. Analisis *chi square* untuk mengetahui hasil dari analisis preferensi produk olahan ikan. Skala pengukuran sikap berguna untuk mengetahui skala (scale) berupa angka atau kategori sebagai respons terhadap indikator-indikator dari variabel yang diukur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan di Pasar Cikurubuk yang terletak di Kecamatan Mangkubumi dengan luas wilayah Kecamatan adalah 24,53 km² dan memiliki kelurahan berjumlah 8 kelurahan. , Pasar Cikurubuk merupakan pasar tradisional terbesar, terluas dan terlengkap se-Priangan Timur, dengan luas 43.120 m², jumlah kios 2.772 kios. Pasar ini dikunjungi selain oleh warga Kota Tasikmalaya juga oleh warga penduduk Kabupaten/Kota lain seperti warga Kabupaten Tasikmalaya, Garut, Ciamis dan Kota Banjar.

Karakteristik Responden

Jumlah responden yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 103 orang yang bersedia diwawancarai. Namun, 3 orang tidak masuk kriteria karena tidak mengonsumsi ikan. Sehingga, responden yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang telah memenuhi kriteria dan syarat dari *purposive sampling*.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden yang bersedia diwawancarai berjumlah 103, dengan jumlah responden laki – laki berjumlah 51 orang dan responden perempuan 52 orang. Responden yang tidak mengonsumsi ikan berjumlah 3 orang terdiri dari 2 orang responden perempuan dan 1 orang responden laki – laki. Sehingga, responden yang terkumpul berjumlah 50 orang laki – laki dan 50 orang perempuan.

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Berdasarkan hasil penelitian, interval umur 15 – 25 tahun berjumlah paling banyak, yaitu 54 orang dari 100 orang responden.

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan hasil penelitian ibu rumah tangga sebanyak 22 orang, pelajar sebanyak 30 orang, wiraswasta sebanyak 23 orang, PNS sebanyak 6 orang, tidak bekerja atau belum bekerja sebanyak 4 orang, pegawai swasta sebanyak 16 orang, dan lainnya sebanyak 2 orang yang berprofesi sebagai bidan.

Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Jumlah responden yang didapatkan tingkat SD berjumlah 3 orang, tingkat SMP berjumlah 24 orang, tingkat SMA berjumlah 50 orang dan ini merupakan responden terbanyak, tidak terdapat tingkat DI di koresponden ini, tingkat DIII berjumlah 7 orang, tingkat S1 berjumlah 18 orang, dan terakhir tingkat S2 berjumlah 1 orang.

Semakin tinggi latar belakang pendidikan responden, semakin tinggi pula pengetahuan yang dia miliki. Termasuk memperhatikan preferensi apa yang mereka konsumsi. Apakah dari segi gizi yang tinggi, faktor kesehatan, protein, vitamin, dan mineral termasuk pemilihan produk olahan ikan dalam menu yang akan dikonsumsi.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan

Berdasarkan hasil penelitian, jumlah paling banyak adalah 4 orang anggota keluarga sebanyak 37 pemilih dan anggota keluarga yang berjumlah 5 orang sebanyak 34 pemilih. Semakin banyak anggota keluarga dalam satu rumah tangga maka akan semakin besar jumlah produk olahan perikanan yang dibeli oleh keluarga tersebut. Selain itu, kemungkinan membeli juga didasari karena anggota keluarga menyukai produk olahan perikanan tersebut.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga

Pendapatan merupakan imbalan yang diterima oleh seseorang dari pekerjaan yang dilakukannya untuk mencari nafkah, termasuk

dalam hal ini membeli produk olahan perikanan. Berdasarkan hasil penelitian, frekuensi penghasilan terbanyak terdapat di Pasar Cikurubuk pada rentang Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000 sebanyak 35 orang. Selanjutnya Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000 sebanyak 30 orang.

Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen terhadap pembelian produk olahan perikanan adalah suatu tindakan langsung terlibat, mencari, mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk olahan perikanan. Responden yang diambil menjadi bahan penelitian dimana perilaku konsumen diteliti dan dianalisis untuk mempelajari oleh pemasar produk olahan ikan karena para pemasar berkewajiban untuk memahami responden, bagaimana selera responden tersebut, dan bagaimana responden mengambil keputusan untuk membeli produk olahan ikan. Mempelajari perilaku konsumen sangat penting karena memahami responden akan menuntun pemasar pada kebijakan pemasaran yang tepat dan efisien.

Frekuensi Konsumen yang Mengonsumsi Ikan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 103 responden, sebanyak 100 orang mengonsumsi produk olahan perikanan dan 2 orang tidak mengonsumsi karena alergi dan 1 orang tidak menyukai rasanya.

Frekuensi Mengonsumsi Produk Olahan Perikanan

Berdasarkan hasil penelitian ini, dari jumlah 100 orang responden yang mengonsumsi sebanyak >4 kali dalam sebulan sebanyak 43 orang dalam sebulan. Peringkat kedua sebanyak 3 kali dalam sebulan sebanyak

28 orang, peringkat selanjutnya sebanyak 2 kali dalam sebulan sebanyak 15 orang dan terakhir 1 kali dalam sebulan sebanyak 14 orang. Hal ini menunjukkan daya beli masyarakat di Pasar Cikurubuk untuk produk olahan perikanan cukup tinggi.

Tempat Biasa Membeli Produk Olahan Perikanan

Berdasarkan hasil penelitian ini, sebanyak 54 dari 100 responden memilih untuk berbelanja olahan perikanan untuk konsumsi di pasar tradisional, sedangkan sebanyak 21 responden memilih untuk berbelanja di supermarket. Sedangkan tempat lainnya ada yang di warung dan pasar ikan untuk lelang, sedangkan minimarket hanya 5 responden.

Jenis Ikan untuk Produk Olahan yang Disukai

Jenis ikan yang responden lebih senangi untuk dijadikan bahan olahan perikanan di Pasar Cikurubuk banyak macamnya. Namun, sebagian besar lebih menyukai ikan kakap dan ikan lele karena rasanya yang enak.

Preferensi Konsumen

Preferensi konsumen terhadap produk olahan perikanan merupakan pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap produk olahan perikanan yang dikonsumsi. Pilihan tersebut berbeda-beda antara responden satu dengan responden yang lain. Preferensi responden terhadap produk olahan ikan di Pasar Cikurubuk dapat dianalisis menggunakan analisis Chi Square. Preferensi responden dalam membeli produk olahan perikanan di Pasar Cikurubuk dapat diketahui dari responden yang memilih atribut-atribut dari produk olahan ikan yang diteliti dimana atribut tersebut adalah warna kemasan, jenis kemasan, warna produk, rasa, harga.

Tabel 1. Preferensi Konsumen Produk Olahan Ikan

No	Produk Olahan Ikan	χ^2	Dk	5%	Keterangan
1	Pindang Ikan Tongkol	133,2	4	9,488	Berbeda Nyata
2	Baso Ikan	173,5	4	9,488	Berbeda Nyata
3	Otak – Otak Ikan	157,2	4	9,488	Berbeda Nyata

Masing-masing produk olahan ikan yang diamati berbeda secara nyata dengan taraf signifikansi 5% yang berarti tingkat kepercayaan sebesar 95% hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima sebab χ^2 hitung lebih besar dari χ^2 tabel, sehingga terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap produk olahan ikan oleh responden di Pasar Cikurubuk, Kota Tasikmalaya.

Tingkat Kesukaan Pilihan Konsumen Terhadap Tiap Produk

Tingkat kesukaan konsumen menggunakan Rating Scale menunjukkan paling besar terdapat pada baso ikan menunjukkan angka 79,8%. Sedangkan otak – otak ikan menunjukkan angka 76,6% dan yang terakhir pindang ikan tongkol menunjukkan

angka 75,2% di Pasar Cikurubuk, Kota Tasikmalaya.

Preferensi Konsumen dan Atribut Pindang Ikan Tongkol

Tingkat Persetujuan Terhadap Atribut Produk Pindang Ikan Tongkol

Pindang Ikan Tongkol di Pasar Cikurubuk adalah salah satu yang terbanyak dipilih oleh konsumen. Peneliti menggunakan 6 atribut untuk tingkat persetujuan atribut pada pindang ikan tongkol, yaitu warna kemasan, jenis kemasan, warna produk, rasa, harga, dan label yang berisi merek, BPOM, logo halal, dan tanggal kadaluwarsa untuk menentukan atribut yang disukai oleh konsumen.

Tabel 2. Tingkat Persetujuan Terhadap Atribut Pindang Ikan Tongkol

Warna Kemasan	Warna Produk	Jenis Kemasan	Rasa	Harga	Label
66,8%	82,4%	67%	86,8%	84,4%	91%

Faktor pada atribut label merupakan yang paling disetujui oleh konsumen di pasar Cikurubuk ini. hal ini guna memberikan kenyamanan bagi konsumen juga. Atribut rasa adalah atribut yang mereka setujui ketika membeli produk pindang ikan tongkol ini.

Uji Validitas dan Reabilitas

Hasil Uji Validitas adalah uji validitas konstruksi, atau dengan kata lain menggunakan pendapat ahli. Para ahli diminta pendapatnya mengenai instrumen yang telah disusun. Setelah menggunakan pendapat ahli maka dilakukan uji coba instrumen (Sugiyono 2014).

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Pindang Ikan Tongkol

Parameter	t_{hitung}	t_{tabel}	Keterangan
Warna Kemasan	8,977	1,661	VALID
Jenis Kemasan	5,895	1,661	VALID
Warna Produk	8,432	1,661	VALID
Rasa	10,062	1,661	VALID
Harga	12,359	1,661	VALID

Menurut Nunnally dalam Sihombing (2016), apabila t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} maka akan dinyatakan valid. Sebagian lain, menyatakan t_{hitung} lebih besar dari 0,3. Namun, peneliti mengambil pendapat menggunakan t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} dengan jumlah $n = 100$ maka t_{tabel} adalah 1,661. Sehingga seluruh item diatas untuk data preferensi konsumen terhadap produk ikan tongkol dapat dinyatakan valid.

Hasil uji reliabilitas yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan rumus *Conbroach Alpha* dengan hasil 0,688. Menurut teori *Conbroach Alpha* penelitian dinyatakan *reliable* apabila hasil dari nilai *Conbroach Alpha* lebih besar daripada 0,6. Sehingga, data data preferensi konsumen terhadap produk ikan tongkol dapat dikatakan reliabel.

Analisis Chi Square terhadap Pindang Ikan Tongkol

Preferensi responden terhadap produk ikan tongkol merupakan penilaian konsumen

yang dijadikan pertimbangan saat membeli produk pindang ikan tongkol yang dapat dilihat melalui warna kemasan, warna produk, jenis kemasan, rasa, dan harga.

Tabel 4. Hasil Chi Square Preferensi Terhadap Pindang Ikan Tongkol

No	Produk Olahan Ikan	χ^2	dk	5%	Keterangan
1	Warna Kemasan	29,120	3	7,815	Berbeda Nyata
2	Jenis Kemasan	60,900	4	9,488	Berbeda Nyata
3	Warna Produk	37,040	3	7,815	Berbeda Nyata
4	Rasa	87,700	4	9,488	Berbeda Nyata
5	Harga	6,860	2	5,991	Berbeda Nyata

Tabel diatas menunjukkan bahwa terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap produk pindang ikan tongkol berdasarkan atribut. Masing-masing atribut pada produk pindang ikan tongkol yang diamati berbeda secara nyata dengan taraf signifikansi 5% berarti tingkat kepercayaan sebesar 95% yang berarti hipotesis nol (H0) ditolak dan hipotesis alternatif (Ha) diterima sebab χ^2 hitung lebih besar dari χ^2 tabel, sehingga terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut yang terdapat pada produk pindang ikan tongkol oleh responden di Pasar Cikurubuk, Tasikmalaya.

Atribut Paling Dipertimbangkan untuk Produk Pindang Ikan Tongkol

Dalam proses memilih, membeli, dan mengonsumsi produk olahan perikanan khususnya pindang ikan tongkol, ada beberapa pertimbangan konsumen dalam memilih suatu produk. Peneliti membagi atribut produk tersebut ke dalam 5 kategori yaitu, warna kemasan, jenis kemasan, warna produk, rasa, dan harga.

Hasil dari Chi Square (χ^2) pada tabel 13. adalah 133,20 untuk atribut yang paling dipertimbangkan dalam proses pembelian pindang ikan tongkol. Kemudian, nilai dari Chi Square (χ^2)_{tabel} pada dk 4 adalah 9,488. Hal ini menyatakan bahwa nilai Chi Square (χ^2) lebih besar dari pada nilai Chi Square (χ^2)_{tabel}. Sehingga dapat disimpulkan bahwa peluang untuk memilih atribut – atribut berpengaruh terhadap tingkat pengambilan keputusan membeli dalam artian peluang memilih atribut tidak sama atau berbeda nyata. Frekuensi paling mempengaruhi adalah dari segi rasa

produk pindang ikan tongkol tersebut. Terlihat atribut rasa berjumlah 59 responden yang memilih rasa. Diikuti dengan pertimbangan harga sebanyak 34 responden yang memilih.

Warna kemasan merupakan salah satu atribut yang sangat berpengaruh, karena sebelum memilih pindang ikan tongkol ataupun produk olahan ikan lainnya, hal yang paling pertama dapat dilihat secara langsung adalah warna kemasannya. Oleh karena itu, warna kemasan memiliki daya tarik dalam proses pembelian suatu produk. Warna kemasan yang paling banyak dipilih responden untuk produk pindang ikan tongkol adalah coklat.

Jenis kemasan pada pindang ikan tongkol di Pasar Cikurubuk, Tasikmalaya termasuk menjadi salah satu atribut yang dipertimbangkan dalam penelitian ini. Karena biasanya kemasan yang baik juga menunjukkan kualitas produk tersebut. Karena warna coklat lebih dominan disukai oleh responden, dalam hal ini, jenis kemasan yang paling banyak dipilih responden di Pasar Cikurubuk, Tasikmalaya untuk produk pindang ikan adalah anyaman bambu sesuai dengan warna kemasan yang disukai responden.

Warna produk pada pindang ikan tongkol di Pasar Cikurubuk, Tasikmalaya termasuk menjadi salah satu atribut yang dipertimbangkan dalam penelitian ini. Karena biasanya warna produk yang baik juga menunjukkan kualitas produk tersebut, layak atau tidak ketika dikonsumsi. Dalam hal ini, warna produk pindang ikan tongkol yang alami lebih disukai oleh responden di Pasar Cikurubuk, Tasikmalaya. Karena warna produk yang alami bisa sebagai indikator

bahwa produk tersebut apakah masih layak dikonsumsi atau tidak.

Rasa pada pindang ikan tongkol di Pasar Cikurubuk, Tasikmalaya termasuk menjadi salah satu atribut yang dipertimbangkan dalam penelitian ini. Karena rasa yang enak akan menjadi poin penting dalam suatu produk. Hal ini juga dibuktikan pada proses pertimbangan konsumen ketika membeli produk pindang ikan tongkol di Pasar Cikurubuk, Tasikmalaya. Rasa yang paling disukai oleh konsumen di Pasar Cikurubuk, Tasikmalaya adalah rasa yang original dengan jumlah responden yang memilih 54 dari 100 orang yang memilih.

Harga pada pindang ikan tongkol di Pasar Cikurubuk, Tasikmalaya termasuk menjadi salah satu atribut yang dipertimbangkan dalam penelitian ini. Karena

harga juga bisa menjadi poin penting dalam suatu produk. Harga yang paling banyak diminati adalah kisaran harga Rp 5.000 – 10.000 per 250 gram dengan jumlah pemilih 40 orang dari 100 responden.

Preferensi Konsumen dan Atribut Baso Ikan

Tingkat Persetujuan Terhadap Atribut Produk Baso Ikan

Baso Ikan di Pasar Cikurubuk adalah salah satu yang terbanyak dipilih oleh konsumen. Peneliti menggunakan 6 atribut untuk baso ikan, yaitu warna kemasan, jenis kemasan, warna produk, rasa, harga, dan label yang berisi merek, BPOM, logo halal, dan tanggal kadaluwarsa untuk menentukan atribut yang disukai oleh konsumen.

Tabel 5. Tingkat Persetujuan Konsumen Terhadap Baso Ikan

Warna Kemasan	Warna Produk	Jenis Kemasan	Rasa	Harga	Label
60,6%	82,2%	60%	85,6%	85,4%	90,6%

Faktor pada atribut label merupakan yang paling disetujui oleh konsumen di pasar Cikurubuk ini. hal ini guna memberikan kenyamanan bagi konsumen juga. Atribut rasa adalah atribut yang mereka setujui ketika membeli produk baso ikan ini.

Uji Validitas dan Reabilitas

Hasil Uji Validitas adalah uji validitas konstruksi, atau dengan kata lain menggunakan pendapat ahl. Para ahli diminta pendapat nya mengenai instrumen yang telah disusun. Setelah menggunakan pendapat ahli maka dilakukan uji coba instrumen (Sugiyono 2014).

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Baso Ikan

Parameter	t_{hitung}	t_{tabel}	Keterangan
Warna Kemasan	10,091	1,661	VALID
Jenis Kemasan	4,643	1,661	VALID
Warna Produk	8,381	1,661	VALID
Rasa	16,584	1,661	VALID
Harga	15,875	1,661	VALID

Menurut Nunnally dalam Sihombing (2016), apabila t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} maka akan dinyatakan valid. Sebagian lain, menyatakan t_{hitung} lebih besar dar 0,3. Namun, peneliti mengambil pendapat menggunakan t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} dengan jumlah $n = 100$ maka t_{tabel} adalah 1,661. Sehingga seluruh item diatas untuk data preferensi konsumen terhadap produk ikan tongkol dapat dinyatakan valid.

Hasil uji reliabilitas yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan rumus *Conbroach Alpha* dengan hasil 0,742. Menurut teori *Conbroach Alpha* penelitian dinyatakan *reliable* apabila hasil dari nilai *Conbroach Alpha* lebih besar daripada 0,6. Sehingga, data preferensi konsumen terhadap produk ikan tongkol dapat dikatakan reliabel.

Analisis Chi Square terhadap Baso Ikan

Preferensi responden terhadap produk baso ikan merupakan penilaian konsumen yang dijadikan pertimbangan saat membeli produk

pandang ikan tongkol yang dapat dilihat melalui warna kemasan, warna produk, jenis kemasan, rasa, dan harga.

Tabel 7. Hasil Chi Square Preferensi Terhadap Baso Ikan

No	Produk Olahan Ikan	χ^2	dk	5%	Keterangan
1	Warna Kemasan	81,520	3	7,815	Berbeda Nyata
2	Jenis Kemasan	189,30	4	9.488	Berbeda Nyata
3	Warna Produk	51,920	3	7.815	Berbeda Nyata
4	Rasa	65,300	4	9.488	Berbeda Nyata
5	Harga	11,060	2	5.991	Berbeda Nyata

Tabel diatas menunjukkan bahwa terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap produk baso ikan berdasarkan atribut. Masing-masing atribut pada produk baso ikan yang diamati berbeda secara nyata dengan taraf signifikansi 5% berarti tingkat kepercayaan sebesar 95% yang berarti hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima sebab χ^2_{hitung} lebih besar dari χ^2_{tabel} , sehingga terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut yang terdapat pada produk baso ikan oleh responden di Pasar Cikurubuk, Tasikmalaya.

Atribut Paling Dipertimbangkan untuk Produk Baso Ikan

Dalam proses memilih, membeli, dan mengonsumsi produk olahan perikanan khususnya pandang ikan tongkol, ada beberapa pertimbangan konsumen dalam memilih suatu produk. Peneliti membagi atribut produk tersebut ke dalam 5 kategori yaitu, warna kemasan, jenis kemasan, warna produk, rasa, dan harga.

Warna kemasan pada baso ikan di Pasar Cikurubuk, Tasikmalaya termasuk menjadi salah satu atribut yang dipertimbangkan dalam penelitian ini. Karena sebelum memilih baso ikan ataupun produk olahan ikan lainnya, hal yang paling pertama dapat dilihat secara langsung adalah warna kemasannya. Warna kemasan yang paling banyak dipilih responden untuk produk baso ikan adalah warna putih.

Jenis kemasan pada baso ikan di Pasar Cikurubuk, Tasikmalaya termasuk menjadi salah satu atribut yang dipertimbangkan dalam penelitian ini. Karena biasanya kemasan yang

baik juga menunjukkan kualitas produk tersebut. Dalam hal ini, jenis kemasan yang paling banyak dipilih responden di Pasar Cikurubuk, Tasikmalaya untuk produk baso ikan adalah berjenis plastik. Hal ini dapat dilihat dari jumlah responden yang memilih sebanyak 74 dari 100 orang responden terhadap jenis plastik.

Warna produk pada pandang ikan tongkol di Pasar Cikurubuk, Tasikmalaya termasuk menjadi salah satu atribut yang dipertimbangkan dalam penelitian ini. Karena biasanya warna produk yang baik juga menunjukkan kualitas produk tersebut, layak atau tidak ketika dikonsumsi. Dalam hal ini, warna produk baso ikan yang alami lebih disukai oleh responden di Pasar Cikurubuk, Tasikmalaya. Karena warna produk yang alami bisa sebagai indikator bahwa produk tersebut apakah masih layak dikonsumsi atau tidak.

Rasa pada baso ikan di Pasar Cikurubuk, Tasikmalaya termasuk menjadi salah satu atribut yang dipertimbangkan dalam penelitian ini. Karena rasa yang enak akan menjadi poin penting dalam suatu produk. Rasa yang paling disukai oleh konsumen di Pasar Cikurubuk, Tasikmalaya adalah rasa yang original dengan jumlah responden yang memilih 45 dari 100 orang yang memilih.

Harga pada baso ikan di Pasar Cikurubuk, Tasikmalaya termasuk menjadi salah satu atribut yang dipertimbangkan dalam penelitian ini. Karena harga juga bisa menjadi poin penting dalam suatu produk. Hal ini juga dibuktikan pada proses pertimbangan konsumen ketika membeli produk baso ikan di Pasar Cikurubuk, Tasikmalaya. Harga yang paling banyak diminati adalah kisaran harga

Rp 5.000 per 250 gram dengan jumlah pemilih 46 orang dari 100 responden.

Preferensi Konsumen dan Atribut Otak – Otak Ikan
Tingkat Persetujuan Terhadap Atribut Produk Otak – Otak Ikan

Otak – otak ikan di Pasar Cikurubuk adalah salah satu yang terbanyak dipilih oleh konsumen. Peneliti menggunakan 6 atribut untuk otak – otak ikan, yaitu warna kemasan, jenis kemasan, warna produk, rasa, harga, dan label yang berisi merek, BPOM, logo halal, dan tanggal kadaluwarsa untuk menentukan atribut yang disukai oleh konsumen.

Tabel 8. Tingkat Persetujuan Konsumen Terhadap Otak – Otak Ikan

Warna Kemasan	Warna Produk	Jenis Kemasan	Rasa	Harga	Label
66,8%	82,4%	59,8%	86,8%	84,8%	93,4%

Uji Validitas dan Reabilitas

Hasil Uji Validitas adalah uji validitas konstruksi, atau dengan kata lain menggunakan pendapat ahli. Para ahli diminta pendapat nya

mengenai instrumen yang telah disusun. Setelah menggunakan pendapat ahli maka dilakukan uji coba instrumen (Sugiyono 2014).

Tabel 9. Hasil Uji Validitas Otak - Otak Ikan

Parameter	r_{xy}	r_{tabel}	
Warna Kemasan	5,778	1,661	VALID
Jenis Kemasan	7,489	1,661	VALID
Warna Produk	9,782	1,661	VALID
Rasa	10,996	1,661	VALID
Harga	8,562	1,661	VALID

Menurut Nunnally dalam Sihombing (2016), apabila t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} maka akan dinyatakan valid. Sebagian lain, menyatakan t_{hitung} lebih besar dari 0,3. Namun, peneliti mengambil pendapat menggunakan t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} dengan jumlah $n = 100$ maka t_{tabel} adalah 1,661. Sehingga seluruh item diatas untuk data preferensi konsumen terhadap produk ikan tongkol dapat dinyatakan valid.

Hasil uji reliabilitas yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan rumus *Conbroach Alpha* dengan hasil 0,639. Menurut teori *Conbroach Alpha* penelitian dinyatakan

reliable apabila hasil dari nilai *Conbroach Alpha* lebih besar daripada 0,6. Sehingga, data data preferensi konsumen terhadap produk ikan tongkol dapat dikatakan reliabel.

Analisis Chi Square terhadap Otak – Otak Ikan

Preferensi responden terhadap produk otak – otak ikan merupakan penilaian konsumen yang dijadikan pertimbangan saat membeli produk pindang ikan tongkol yang dapat dilihat melalui warna kemasan, warna produk, jenis kemasan, rasa, dan harga.

Tabel 10. Hasil Chi Square Preferensi Terhadap Otak - Otak Ikan

No	Produk Olahan Ikan	χ^2	dk	5%	Keterangan
1	Warna Kemasan	80,16	3	7,815	Berbeda Nyata
2	Jenis Kemasan	204,1	4	9,488	Berbeda Nyata
3	Warna Produk	118,16	3	7,815	Berbeda Nyata
4	Rasa	56,6	4	9,488	Berbeda Nyata
5	Harga	12,02	2	5,991	Berbeda Nyata

Tabel diatas menunjukkan bahwa terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap produk otak - otak ikan berdasarkan atribut. Masing-masing atribut pada produk otak – otak ikan yang diamati berbeda secara nyata dengan taraf signifikansi 5% berarti tingkat kepercayaan sebesar 95% yang berarti hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima sebab χ^2_{hitung} lebih besar dari χ^2_{tabel} , sehingga terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut yang terdapat pada produk otak – otak ikan oleh responden di Pasar Cikurubuk, Tasikmalaya.

Atribut Paling Dipertimbangkan untuk Produk Otak – Otak Ikan

Dalam proses memilih, membeli, dan mengonsumsi produk olahan perikanan khususnya pindang ikan tongkol, ada beberapa pertimbangan konsumen dalam memilih suatu produk. Peneliti membagi atribut produk tersebut ke dalam 5 kategori yaitu, warna kemasan, jenis kemasan, warna produk, rasa, dan harga.

Warna kemasan pada otak - otak ikan di Pasar Cikurubuk, Tasikmalaya termasuk menjadi salah satu atribut yang dipertimbangkan dalam penelitian ini. Karena sebelum memilih otak - otak ikan ataupun produk olahan ikan lainnya, hal yang paling pertama dapat dilihat secara langsung adalah warna kemasannya. Oleh karena itu, warna kemasan memiliki daya tarik tersendiri dalam proses pembelian suatu produk. Warna kemasan yang paling banyak dipilih responden untuk produk otak - otak ikan adalah warna bening.

Jenis kemasan pada baso ikan di Pasar Cikurubuk, Tasikmalaya termasuk menjadi salah satu atribut yang dipertimbangkan dalam penelitian ini. Karena biasanya kemasan yang baik juga menunjukkan kualitas produk tersebut. Dalam hal ini, jenis kemasan yang paling banyak dipilih responden di Pasar Cikurubuk, Tasikmalaya untuk produk otak - otak ikan adalah berjenis plastik. Hal ini dapat dilihat dari jumlah responden yang memilih sebanyak 76 dari 100 orang responden terhadap jenis plastik. Plastik juga merupakan bahan yang sangat praktis dan memang pada umumnya produk otak – otak ikan digunakan.

Warna produk pada otak – otak ikan di Pasar Cikurubuk, Tasikmalaya termasuk menjadi salah satu atribut yang

dipertimbangkan dalam penelitian ini. Karena biasanya warna produk yang baik juga menunjukkan kualitas produk tersebut, layak atau tidak ketika dikonsumsi. Dalam hal ini, warna produk otak - otak ikan yang alami lebih disukai oleh responden di Pasar Cikurubuk, Tasikmalaya. Karena warna produk yang alami bisa sebagai indikator bahwa produk tersebut apakah masih layak dikonsumsi atau tidak.

Rasa pada baso ikan di Pasar Cikurubuk, Tasikmalaya termasuk menjadi salah satu atribut yang dipertimbangkan dalam penelitian ini. Karena rasa yang enak akan menjadi poin penting dalam suatu produk. Rasa yang paling disukai oleh konsumen di Pasar Cikurubuk, Tasikmalaya adalah rasa yang original dengan jumlah responden yang memilih 41 dari 100 orang yang memilih.

Harga pada otak – otak ikan di Pasar Cikurubuk, Tasikmalaya termasuk menjadi salah satu atribut yang dipertimbangkan dalam penelitian ini. Karena harga juga bisa menjadi poin penting dalam suatu produk. Harga yang paling banyak diminati adalah kisaran harga Rp 5.000 – 10.000 per 250 gram dengan jumlah pemilih 42 orang dari 100 responden.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Diantara pindang ikan tongkol, baso ikan dan otak - otak ikan, produk olahan ikan yang menjadi preferensi konsumen di Pasar Cikurubuk adalah baso ikan.
2. Hal yang paling dipertimbangkan dalam memilih pindang ikan tongkol, baso ikan, dan otak – otak ikan adalah sama. Secara berturut-turut dari yang paling dipertimbangkan sampai dengan yang kurang dipertimbangkan adalah: rasa, harga, warna produk, jenis kemasan, warna kemasan.
3. Atribut produk olahan perikanan yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam mengambil keputusan membeli produk olahan perikanan di Pasar Cikurubuk adalah:
 - Atribut produk pindang ikan tongkol yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam warna kemasan adalah warna

lainnya yaitu warna coklat, jenis kemasannya adalah anyaman bambu, warna produknya alami, rasa original dan dengan harga yang berkisar Rp. 5.000 – Rp. 10.000

- Atribut produk baso ikan yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam warna kemasan adalah warna putih, jenis kemasannya adalah plastik, warna produknya alami, rasa original dan dengan harga yang berkisar Rp. 5.000
- Atribut produk otak – otak ikan yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam warna kemasan adalah warna bening, jenis kemasannya adalah plastik, warna produknya alami, rasa original dan dengan harga yang berkisar Rp. 5.000 – Rp. 10.000

Saran

1. Penjual di Pasar Cikurubuk diharapkan dapat menyediakan produk olahan ikan yang sesuai dengan preferensi konsumen yaitu baso ikan dengan atribut warna kemasan warna putih, jenis kemasannya adalah plastik,

warna produknya alami, rasa original dan dengan harga yang berkisar Rp. 5.000

2. Bagi penjual produk olahan perikanan, agar mampu menyediakan produk sesuai selera dan preferensi konsumen. Dari ketiga produk yang disukai, semua warna produk yang disukai adalah warna alami. Oleh karena itu, penjual harus mengusahakan produknya se-alami mungkin dan belum mengalami proses pengawetan.

DAFTAR PUSTAKA

- Pemerintah Kota Tasikmalaya. 2016. *Website Resmi Pemerintah Kota Tasikmalaya* www.tasikmalayakota.go.id/tasik.
- Sihombing, R. *Dode Statistic Solution*. (www.lesprivate-statistik.com). Diakses tanggal 03 Maret 2016
- Wijayanti, M. 2011. *Analisis Preferensi Konsumen Dalam Membeli Daging Sapi Di Pasar Tradisional Kabupaten Karanganyar*. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.