

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pangan merupakan komoditas penting dan strategis bagi bangsa Indonesia mengingat pangan adalah kebutuhan dasar manusia yang harus dipenuhi oleh pemerintah dan masyarakat secara bersama-sama seperti diamanatkan oleh Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang pangan. Dalam UU tersebut disebutkan Pemerintah menyelenggarakan pengaturan, pembinaan, pengendalian, dan pengawasan, sementara masyarakat menyelenggarakan proses produksi dan penyediaan, perdagangan, distribusi, serta berperan sebagai konsumen yang berhak memperoleh pangan yang cukup dalam jumlah dan mutu, aman, bergizi, beragam, merata, dan terjangkau oleh daya beli mereka (Anonim, 2008).

Sejalan dengan penambahan penduduk, peningkatan pendapatan masyarakat, 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).

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. Menurut Satria (2004), sektor perikanan merupakan sektor yang sangat penting, tidak saja sebagai sumber protein hewani tetapi juga secara ekonomi sebagai penyedia lapangan kerja dan sumber devisa negara.

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 (2007), 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 laut segar yang sekarang ini ada dipasaran adalah ikan bandeng, kakap, kerapu, tongkol dan berbagai jenis ikan laut lainnya yang masih dalam bentuk segar.

Ikan merupakan sumber protein yang bernilai tinggi dan mempunyai kadar kolesterol yang cukup rendah, dibandingkan sumber protein hewani lainnya. Selain itu ikan juga mudah didapatkan oleh seluruh lapisan masyarakat. Disamping itu harganya yang cukup terjangkau, Kota Madiun terletak jauh dari pantai. Oleh karena itu konsumen ikan laut segar penduduk kota MADIun didatangkan dari luar kota seperti Semarang, Jepara, Bojo Negro, Tuban dan kota lainnya.

Kota Madiun memiliki tiga (3) pasar utama yang menjual ikan laut segar yakni pasar Lumbungan, Kelurahan Banjarejo, Kecamatan Taman, Pasar Manguharjo, Kecamatan Manguharjo serta Pasar Mojorejo,

Kecamatan Taman. Ketiga pasar ini mengalami perbaikan infrastruktur fisik yang dilengkapi sarana dan prasarana penunjang. Berbagai cara telah dilakukan oleh pemerintah Kota Madiun menarik pedagang supaya mau mengisi sejumlah tempat yang masih kosong, sehingga dapat meningkatkan minat beli masyarakat terhadap ikan laut. Rendahnya minat beli ikan laut disebabkan, kota Madiun merupakan kota yang tidak memiliki garis pantai, sehingga tidak ada nelayan yang berasal dari kota ini. Kondisi ini menyebabkan pasokan ikan laut masih bergantung pada pasokan dari daerah lain seperti Semarang, Tegal, Jepara dan kota lainnya. Untuk meningkat minat beli ini maka perlu pihak pemerintah daerah meningkatkan infrastruktur pasar tradisional yang ada, sehingga akan dapat menarik pedagang atau pengecer untuk menjual ikan di pasar tersebut. (www.madiunpos.com)

Niat beli didefinisikan sebagai kemungkinan bahwa konsumen berencana atau berpikiran untuk membeli sebuah produk atau jasa di kemudian hari (Schiffman dan Kanuk, 2007). Peningkatan minat pembelian berarti peningkatan kemungkinan pembelian Shah,(2012). Dengan demikian niat beli sebagai rencana sadar individu dalam melakukan upaya untuk membeli suatu produk. Hasil penelitian Wee et.al (2014) menyatakan bahwa Niat beli ikan laut dipengaruhi oleh kesehatan, keamanan, persepsi ramah lingkungan dan persepsi kualitas produk.

Variabel pertama yaitu Kesehatan, variabel ini mempengaruhi variabel Persepsi terhadap Makanan Organik. Kesadaran Kesehatan merupakan kesadaran konsumen mengenai kesehatan mereka yang menyebabkan kehati-hatian dalam memilih makanan dan menghargai

faktor keamanan (Phong, 2010). Penelitian terdahulu mengenai Kesadaran Kesehatan menunjukkan adanya pengaruh terhadap perception toward organic food termasuk ikan laut. Produk organik memiliki lebih banyak vitamin, mineral, dan enzim yang baik bagi kesehatan tubuh, juga memiliki rasa yang lezat dan merupakan jalan yang sangat praktis untuk menghindari makanan yang mengandung rekayasa genetik dan zat-zat kimia lain yang tidak baik untuk kesehatan tubuh. Selain itu, dengan mengonsumsi produk organik secara berkala dapat membantu mengurangi resiko terkena penyakit kronis, seperti kanker, jantung, hipertensi, diabetes, kolesterol, dan lain-lain (Thio, 2008). Dalam penelitian Wee. Et.al (2014) menemukan bahwa kesehatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ikan. Sementara dalam penelitian Sienny Thio (2008) menyatakan bahwa Konsumen mempunyai persepsi yang tinggi terhadap atribut kesehatan dalam makanan organik.

Faktor keamanan merupakan faktor cukup penting ketika membeli produk makanan seperti ikan laut yang tergolong dalam makanan organik. Swanson dan Lewis (1993) menunjukkan bahwa konsumen makanan organik lebih perhatian terhadap residu pestisida, zat-zat kimia tambahan, dan zat pengawet dibandingkan dengan non konsumen makanan organik. Berdasarkan survei terbaru, 70% konsumen menyatakan bahwa membeli makanan organik untuk menghindari pestisida (Whole Food Market, 2005). Penelitian yang lain menjelaskan persepsi bahwa makanan yang tumbuh secara organik memiliki kandungan bahan kimia dan kontaminasi mikroba yang lebih sedikit dibandingkan dengan makanan yang diproduksi secara konvensional. Alasan utama konsumen untuk membeli makanan

organik adalah *food safety* dan perlindungan terhadap lingkungan. Hasil penelitian Wee.et.al (2014) menemukan bahwa keamanan memiliki pengaruh lebih besar terhadap niat beli dalam konteks produk makanan organik diikuti dengan kesehatan dan ramah lingkungan. Sementara penelitian Denise Rennie (2009) menyatakan bahwa perhatian pada keamanan pangan berpengaruh pada preferensi konsumen terhadap makanan organik.

Ikan laut merupakan produk perikanan yang ramah lingkungan. Follows dan Jobber (2000) menyatakan penting bagi konsumen yang peduli terhadap lingkungan untuk mengevaluasi akibat dari pembelian sebuah produk terhadap lingkungan. Kim dan Chung (2011) kepedulian konsumen terhadap lingkungan (*environmental concern*) mempengaruhi perilaku mereka terhadap pembelian produk organik (*perception toward buying organic product*). Perilaku positif terhadap lingkungan bermanfaat dalam membangun perilaku positif terhadap makanan organik seperti ikan laut. Konsumen yang memiliki kesadaran mengenai kondisi lingkungan diprediksi memiliki niat pembelian terhadap produk ikan laut dan berpengaruh terhadap pembelian nyata. Sedangkan menurut Gil (2001), Kesadaran Lingkungan merupakan variabel yang menunjukkan kesadaran konsumen mengenai kerusakan lingkungan akibat pembangunan yang tidak memperhatikan kelestarian lingkungan. Dalam penelitian Rezai et.al (2012) menyatakan bahwa Fenomena ini telah menarik para pemain industri makanan dan pemasar untuk lebih fokus pada aspek kesejahteraan keselamatan, kesehatan, ramah lingkungan dan hewan dari produk makanan. Sementara penelitian Sienny Thio (2008) menaruh perhatian

pada persepsi konsumen terhadap makanan organik di Surabaya ditinjau dari atribut kesehatan, kualitas, harga, ramah lingkungan, dan food safety.

Selain itu kualitas produk juga mempengaruhi niat masyarakat untuk membeli ikan laut. Kyriakopoulos et al. (1997) menunjukkan bahwa kualitas makanan lebih penting dibandingkan harga. Jurnal of Applied Nutrition (1993) sangat jelas memperlihatkan bahwa makanan organik lebih bernutrisi dibandingkan dengan makanan konvensional. Ikan laut lebih disenangi karena kesegaran, rasa dan persepsi akan mutu nutrisi. Sedangkan menurut Wandel & Bugge (1996) menunjukkan mayoritas responden memberi peringkat pertama pada kesegaran, kemudian diikuti oleh rasa dan kandungan nutrisinya.

Niat yang besar dalam membeli ikan laut ini akan mendorong pembelian terhadap produk ikan laut. Niat beli konsumen merupakan dorongan atau motivasi untuk menginginkan suatu produk. Perusahaan perlu memperhatikan niat beli konsumen karena niat beli ini dapat berpengaruh pada pembelian nyata konsumen. Fishbein, dan Ajzen (1980) dalam Dharmesta (1998) yang dikutip oleh Kussudyarsana (2006:196) berpendapat bahwa sikap konsumen terhadap pembelian produk merupakan prediktor yang baik bagi perilaku pembelian, meskipun prediksi tersebut dilakukan melalui variabel niat (*intention*). Morwitz & Schmittlein (1992) dan Morwitz et al. (1996) juga berpendapat bahwa ada korelasi positif antara niat beli (*purchase intention*) dengan pembelian

Berdasarkan Fenomena tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Persepsi dan Niat Beli**

Terhadap Perilaku Pembelian Ikan Laut (Studi pada masyarakat Kota Madiun)”

1.2 Rumusan Masalah

Adapun permasalahan yang dapat diidentifikasi oleh peneliti sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kesehatan produk ikan laut berpengaruh positif terhadap niat beli?.
2. Apakah persepsi keamanan produk ikan laut berpengaruh positif terhadap niat beli?.
3. Apakah persepsi ramah lingkungan produk ikan laut berpengaruh positif terhadap niat beli?.
4. Apakah persepsi kualitas produk ikan laut berpengaruh positif terhadap niat beli?.
5. Apakah niat untuk membeli produk ikan laut berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian produk?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh persepsi kesehatan produk ikan laut terhadap niat beli.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh persepsi keamanan produk ikan laut terhadap niat beli.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh persepsi ramah lingkungan produk ikan laut terhadap niat beli..
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh persepsi kualitas produk ikan laut memiliki terhadap niat beli.
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh niat untuk membeli produk ikan laut terhadap perilaku pembelian dari produk.

1.4 Manfaat penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Menambah ilmu pengetahuan dan wawasan informasi yang di peroleh tentang pemecahan masalah dengan metode ilmiah yang diperoleh saat kuliah

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini merupakan pengembangan dari model-model dari penelitian sebelumnya untuk menjelaskan minat pembelian produk ikan laut. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi model

alternatif memberikan pengetahuan bagi akademisi terkait perilaku pembelian ikan laut.

3. Bagi pemasar

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman secara komprehensif terhadap pemasar terkait proses pembuatan keputusan pembelian produk ikan laut sehingga dapat meningkatkan efektivitas bauran pemasaran yang telah dikembangkan.

