

3. PERILAKU KONSUMEN BANDENG TANPA DURI DI AKADEMI PERIKANAN SIDOARJO

by Sudyarto Sudyarto

Submission date: 18-Jun-2020 12:55PM (UTC+0700)

Submission ID: 1345796949

File name: 3._Jurnal_e-MAGRI_PERILAKU_KONSUMEN_BANDENG.pdf (526.03K)

Word count: 3070

Character count: 18581

ISSN : 2085-5788

e-MAGRI

Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Agribisnis

ANALISIS KERAWANAN PANGAN TINGKAT DESA / KELURAHAN
KOTA BATU

Condro Puspo Nugroho

ANALISIS PENGARUH *CURRENT RATIO*, *DEBT TO EQUITY RATIO* DAN *RETURN ON ASSETS* TERHADAP *RETURN SAHAM PERUSAHAAN AUTOMOTIVE AND ALLIED PRODUCTS* DI BURSA EFEK INDONESIA

Eko Purwanto dan Ira Wikartika

EVALUASI PELAKSANAAN GOOD MANUFACTURING PRACTICES (GMP) DAN ANALISIS STRATEGI MENUJU PELAKSANAAN ISO 22000 KLAUSUL TANGGUNG JAWAB MANAJEMEN DI PUSAT PENGOLAHAN KAKAO

RAKYAT JEMBRANA BALI
Tidar Aden Hawa, Tejasari, dan Soetrisno

PERILAKU KONSUMEN BANDENG TANPA DURI
DI AKADEMI PERIKANAN SIDOARJO

Prayoto dan Sudiyarto

ANALISIS KEPUASAN TERHADAP MINAT MELANJUTKAN KULIAH KE PASCASARJANA (S2) PADA PERGURUAN TINGGI YANG SAMA

Sugeng Purwanto

TATA KELOLA DAN UJI PERFORMAN KETURUNAN SAPI SONOK KAWIN ALAM DARI BEBERAPA HASIL PEJANTAN UNGGUL DI EKS. KAWEDANAN WARU KABUPATEN PAMEKASAN

Selvia Nurlalla

FUNGSI INTERMEDIASI LEMBAGA KEUANGAN, KINERJA DAN KEBERLANJUTAN USAHA PETANI DAN UMKM PERDESAAN DI JAWA BARAT

Tuti Karyani, Maman H Karmana, Burhan Arlef, dan Ronnie Natwidjaja

DAMPAK PENGEMBANGAN BIO ETHANOL DAN PERUBAHAN IKLIM GLOBAL TERHADAP KINERJA EKONOMI JAGUNG DI INDONESIA

Yudi Ferrianta, Nuhfli Hanani, Budi Setlawan dan A. Wahib Muhaimin

Volume 5

Nomor 1

Januari

2012

PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA

DAFTAR ISI

ANALISIS KERAWANAN PANGAN TINGKAT DESA/ KELURAHAN KOTA BATU Condro Puspo Nugroho	1
ANALISIS PENGARUH CURRENT RATIO, DEBT TO EQUITY RATIO DAN RETURN ON ASSETS TERHADAP RETURN SAHAM PERUSAHAAN AUTOMOTIVE AND ALLIED PRODUCTS DI BURSA EFEK INDONESIA Eko Purwanto dan Ira Wikartika	10
EVALUASI PELAKSANAAN GOOD MANUFACTURING PRACTICES (GMP) DAN ANALISIS STRATEGI MENUJU PELAKSANAAN ISO 22000 KLAUSUL TANGGUNG JAWAB MANAJEMEN DI PUSAT PENGOLAHAN KAKAO RAKYAT JEMBRANA BALI Tidar Aden Hawa, Tejasari, dan Soetrisno	22
PERILAKU KONSUMEN BANDENG TANPA DURI DI AKADEMI PERIKANAN SIDOARJO Prayoto dan Sudyarto	44
ANALISIS KEPUASAN TERHADAP MINAT MELANJUTKAN KULIAH KE PASCASARJANA (S2) PADA PERGURUAN TINGGI YANG SAMA Sugeng Purwanto	52
TATA KELOLA DAN UJI PERFORMAN KETURUNAN SAPI SONOK KAWIN ALAM DARI BEBERAPA HASIL PEJANTAN UNGGUL DI EKS. KAWEDANAN WARU KABUPATEN PAMEKASAN Selvia Nurlaila,	61
FUNGSI INTERMEDIASI LEMBAGA KEUANGAN, KINERJA DAN KEBERLANJUTAN USAHA PETANI DAN UMKM PERDESAAN DI JAWA BARAT Tuti Karyani, Maman H Karmana, Burhan A. dan Ronnie Natwidjaja	72
DAMPAK PENGEMBANGAN BIO ETHANOL DAN PERUBAHAN IKLIM GLOBAL TERHADAP KINERJA EKONOMI JAGUNG DI INDONESIA Yudi Ferrianta, Nuhfil Hanani, Budi Setiawan, dan A. Wahib Muhaimin	86

PERILAKU KONSUMEN BANDENG TANPA DURI DI AKADEMI PERIKANAN SIDOARJO

1). Prayoto*

2). Sudyarto *

- 1). Dosen Akademi Perikanan Sidoarjo;
- 2). Dosen Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jatim.

Abstract

The boneless milkfish is half-ripe of fisheries product formed from fresh milkfish that had picked up their bones. The fresh milkfish was obtained from entrepreneur's boneless milkfish through small scale seller of milkfish or micro scale seller that connected from fish farmer of this producer directed to buy from fish farmer. The consumers attitude was process or activity when the someone connected with looking for selection, using product's evaluation and service to fulfill the need and wanting. For the low-involvement their decision did easily, meanwhile for high-involvement their decision through the good consideration.

The purpose that will be recheid in this research are as follow : (1) To analyze the purchase behavior by consumer of boneless milkfish in Sidoarjo Fisheries Academy, (2) To analyze the consumer's comprehension about mixing product the boneless milkfish in Sidoarjo Fisheries Academy, (3) To analyze the belief attitude of consumer to multi attribute product of boneless milkfish compare with non boneless milkfish in Sidoarjo Fisheries Academy.

The Analyzes of consumer's behavior that used was Model of Behavior Attribute Multi for Fishbein. Model of Behavior Attribute Multi explained by consumer's attitude to object (product or brand) is more determinate by consumer's attitude to attributes that evaluated.

The most of consumer's of boneless milkfish in Sidoarjo Fisheries Academy gave the reason that the boneless milkfish product had good quality. That was told by consumers as many as 47,5 % and second as many as 25 % gave reason that boneless milkfish was interesting product because that new innovative.

Key Words : *The Boneless milkfish, Consumers attitude.*

1. PENDAHULUAN

a. Latar Belakang

Ikan bandeng merupakan salah satu jenis ikan yang memiliki rasa yang spesifik, dan telah dikenal di Indonesia bahkan luar negeri. Menurut penelitian Balai Pengembangan dan Penelitian Mutu Perikanan (1996), kandungan omega 3 bandeng sebesar 14.2% melebihi kandungan omega-3 pada

ikan salmon (2.6%), ikan tuna (0.2%) dan ikan sardines/ mackerel (3.9%). Dengan kandungan protein yang tinggi (20.38%), bandeng merupakan salah satu sumber pangan bergizi. Namun salah satu faktor yang membatasi peningkatan konsumsi ikan bandeng adalah struktur tubuh dengan banyak duri halus yang mengganggu preferensi konsumen khususnya bagi golongan usia

remaja, anak-anak dan manula. Upaya peningkatan preferensi konsumsi ikan bandeng dilakukan melalui berbagai pengolahan terutama dengan tujuan menghilangkan duri halus tersebut. Berbagai produk olahan bandeng pun kemudian berkembang seperti bandeng presto, bandeng asap, otak-otak bandeng dan lain-lain.

Bandeng tanpa duri merupakan produk perikanan setengah jadi berupa bandeng mentah segar yang telah dibuang tulang dan durinya. Bandeng mentah segar ini diperoleh pengusaha Bandeng tanpa duri melalui pedagang bandeng skala kecil maupun skala mikro yang mengumpulkan dari petani tambak bandeng, atau produsen ini langsung membeli dari petani tambak. Kelebihan dari Bandeng tanpa duri ini yaitu tidak mengurangi atau menghilangkan kandungan gizi yang terdapat pada bandeng mentah, karena pengolahannya hanya menghilangkan duri yang ada pada bandeng, bukan memasaknya.

Pada kebanyakan orang, perilaku pembelian konsumen seringkali diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya rangsangan (stimuli) dari luar dirinya, baik berupa rangsangan pemasaran maupun rangsangan dari lingkungannya yang lain. Rangsangan tersebut kemudian diproses (diolah) dalam diri, sesuai dengan karakteristik pribadinya, sebelum akhirnya diambil keputusan pembelian. Karakteristik pribadi konsumen yang dipergunakan untuk memproses rangsangan tersebut sangat kompleks, dan salah satunya adalah motivasi konsumen untuk membeli.

Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Untuk barang berharga jual rendah (*low-involvement*) proses pengambilan keputusan dilakukan dengan mudah, sedangkan untuk barang berharga jual tinggi (*high-involvement*) proses pengambilan keputusan dilakukan dengan pertimbangan yang matang, Kotler (1998).

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dibedakan menjadi dua bagian yaitu faktor-faktor yang berasal dari dalam diri pribadi seorang konsumen dan faktor-faktor yang berasal dari lingkungan sekitar konsumen. Faktor-faktor yang berasal dari dalam diri konsumen antara lain : kepribadian, motivasi konsumen, pengetahuan konsumen, kepercayaan dan perasaan konsumen. Faktor-faktor yang berasal dari lingkungan sekitar konsumen antara lain : budaya, etnisitas, kelas sosial, keluarga dan pengaruh rumah tangga.

b. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis perilaku konsumen dalam pembelian Bandeng tanpa duri di Akademi Perikanan Sidoarjo
2. Menganalisis pemahaman konsumen tentang bauran produk Bandeng tanpa duri di Akademi Perikanan Sidoarjo

3. Menganalisis sikap kepercayaan konsumen terhadap multi atribut produk Batari di bandingkan dengan Non-Batari di Akademi Perikanan Sidoarjo.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Bandeng merupakan salah satu komoditas perikanan payau yang rasanya cukup enak dan banyak digemari oleh masyarakat. Selain itu harganya juga terjangkau hampir segala lapisan masyarakat. Ikan bandeng termasuk ikan bertulang keras, dagingnya berwarna putih susu dan struktur daging padat dengan duri-duri halus yang banyak terdapat di antara dagingnya, terutama daging di sekitar dekat ekor.

Agar pengerjaannya mudah ada beberapa petunjuk cara pencabutan duri bandeng yaitu :

- a. Pencabutan duri pada dinding rongga perut (*ventral*). Duri dicabut dengan menggunakan pinset, ada 16 pasang duri pada dinding rongga perut yang berupa duri kasar dan keras.
- b. Pencabutan duri pada bagian punggung. Buat goresan memanjang pada guratan daging punggung dengan menggunakan ujung pisau atau ujung pinset, lalu masukkan ujung pinset pada goresan tersebut dan lakukan pencabutan duri satu demi satu, ada 42 pasang duri halus yang berbentuk cabang pada bagian punggung.
- c. Pencabutan duri pada bagian tengah depan (*dada*), duri dicabut satu per satu dengan menggunakan pinset yang dimulai dari belakang kepala

ke arah ekor, ada 12 pasang duri halus dan bercabang.

- d. Pencabutan duri di bagian bawah belakang (*anal*), buatlah goresan memanjang pada guratan daging bawah belakang (*anal*), lakukan pencabutan duri dimulai dari belakang menuju ke depan, ada 12 pasang duri berbentuk halus agak keras.

Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Untuk barang berharga jual rendah (*low-involvement*) proses pengambilan keputusan dilakukan dengan mudah, sedangkan untuk barang berharga jual tinggi (*high-involvement*) proses pengambilan keputusan dilakukan dengan pertimbangan yang matang.

➤ Faktor-Faktor tahap dalam mengambil suatu keputusan untuk melakukan pembelian meliputi :

1. Pengenalan Masalah
2. Pencarian informasi
3. Evaluasi alternatif
4. Keputusan Pembeli

➤ Tipe – Tipe Perilaku Pembelian
Menurut Wilkie (1990), tipe perilaku konsumen dalam melakukan pembelian dikelompokkan menjadi empat berdasarkan tingkat keterlibatan pembeli dan tingkat keterlibatan diferensiasi merek, yang dijelaskan sebagai berikut:

- a. *Budget Allocation* (Pengalokasian budget)

Pilihan konsumen terhadap suatu barang dipengaruhi oleh cara bagaimana membelanjakan atau menyimpan dana yang tersedia, kapan waktu yang tepat untuk membelanjakan uang dan apakah perlu melakukan pinjaman untuk melakukan pembelian.

- b. *Product Purchase or Not* (Membeli produk atau tidak) Perilaku pembelian yang menggambarkan pilihan yang dibuat oleh konsumen, berkenaan dengan tiap kategori produk atau jasa itu sendiri.
- c. *Store Patronage* (Pemilihan tempat untuk mendapatkan produk) Perilaku pembelian berdasarkan pilihan konsumen, berdasarkan tempat atau di mana konsumen akan melaksanakan pembelian produk atau jasa tersebut. Misalnya, apakah lokasi bakery menjadi salah satu faktor yang menentukan konsumen dalam melakukan proses pembelian.
- d. *Brand and Style Decision* (Keputusan atas merek dan gaya) Pilihan konsumen untuk memutuskan secara terperinci mengenai produk apa yang sebenarnya ingin dibeli.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini mempelajari perilaku konsumen Batari di Akademi Perikanan Sidoarjo sebagai salah satu tujuan akhir pemasaran. Batari yang ditawarkan kepada pasar akan menghadapi

perilaku konsumen yang memiliki 'selera' dalam menentukan pilihan berbagai macam multi atribut pada produk Batari. Oleh karenanya obyek utama (unit populasi) penelitian ini adalah : konsumen/pembeli Batari di Akademi Perikanan Sidoarjo yang ditemui/dijumpai pada saat pengumpulan sample penelitian. Untuk melengkapi data yang dibutuhkan dalam obyek penelitian yang dipelajari, para individu atau lembaga (swasta maupun Dinas) yang terkait menjadi sumber informasi data yang mendukung. Lingkup kajian penelitian ini pada subsistem pemasaran yang tentu juga dilengkapi dengan nara sumber data yang terkait dengan lingkup studi.

Analisis yang digunakan adalah menggunakan *Model Multi Atribut Sikap dari Fishbein*. Model sikap multiatribut menjelaskan bahwa sikap konsumen terhadap suatu obyek sikap (produk atau merek) sangat ditentukan oleh sikap konsumen terhadap atribut-atribut yang dievaluasi.

Menurut Engel. *et al* (1993), model Fishbein menggambarkan bahwa sikap konsumen terhadap sebuah produk atau merek sebuah produk ditentukan oleh dua hal, yaitu : 1). Kepercayaan terhadap atribut yang dimiliki produk atau merek (komponen bi) dan 2). Evaluasi pentingnya atribut dari produk tersebut (komponen ei). Model ini menggunakan rumus sebagai berikut :

$$A_o = \sum_{i=1}^n b_i e_i$$

Dimana :

A_o : Sikap terhadap suatu objek

bi : Kekuatan kepercayaan bahwa objek tersebut memiliki atribut I

ei : Evaluasi terhadap atribut I

N : Jumlah atribut yang dimiliki objek,

Atribut-atribut yang dinilai adalah harga, rasa, ukuran, tampilan, kesegaran, aroma, tekstur dan kebersihan duri. Sedangkan hasil penilaian konsumen terhadap atribut evaluasi (*ei*) terhadap semua atribut dari Batari dan Non Batari secara lengkap sebagaimana disajikan dalam Tabel 1.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Penilaian Evaluasi Atribut

Tabel 1. Skor Evaluasi Tingkat Kepentingan (*ei*) Atribut produk bandeng (n=40)

Nomor	Atribut	Total (<i>ei</i>)	Rata-rata (<i>ei</i>)
1	Harga	26	0,65
2	Rasa	54	1,35
3	Ukuran	74	1,85
4	Tampilan	75	1,875
5	Kesegaran	77	1,925
6	Aroma	49	1,225
7	Tekstur	73	1,825
8	Kebersihan duri	79	1,975

Skor evaluasi untuk harga sebesar 0,65, rasa 1,35, ukuran 1,85, tampilan 1,875, kesegaran 1,925, aroma 1,225, tekstur 1,825, kebersihan duri 1,975. Dari nilai skor evaluasi tersebut atribut yang mempunyai nilai tertinggi adalah atribut kebersihan duri dengan nilai sebesar 1,975.

Seperti kita ketahui bahwa ikan bandeng mengandung protein tinggi namun realitanya tingkat konsumsinya sangat rendah. Hal ini disebabkan adanya kandungan duri pada ikan bandeng yang sangat banyak. Dengan dihilangkannya duri dalam ikan bandeng tersebut akan dapat mendorong peningkatan konsumsi ikan bandeng sebagai bahan makanan yang memiliki

kandungan protein tinggi yang dapat dijadikan alternative sebagai pengganti daging dan telur (Anonymous, 2011).

Atribut yang memiliki skor tinggi yang lainnya adalah kesegaran, ikan termasuk barang konsumsi yang cepat busuk apabila setelah ditangkap ikan tidak segera ditangani dengan baik maka ikan tersebut akan cepat busuk dan tidak bisa dikonsumsi. Kesegaran ikan menjadi syarat utama bagi konsumen dalam memilih dan membeli ikan, disamping atribut penampilan dan tekstur ikan.

2. Penilaian Kepercayaan Atribut

Tabel 2. Frekuensi Skor Tingkat Kepercayaan (*bi*) Atribut Batari (n=40)

Nomor	Atribut	Total (ei)	Rata-rata (ei)
1	Harga	73	1,825
2	Rasa	49	1,225
3	Ukuran	42	1,05
4	Tampilan	72	1,8
5	Kesegaran	79	1,975
6	Aroma	48	1,2
7	Tekstur	72	1,8
8	Kebersihan duri	78	1,95

Berdasarkan hasil penelitian skor tingkat kepercayaan atribut Batari diperoleh skor sebagai berikut, harga sebesar 1,825, rasa 1,225, ukuran 1,05, tampilan 1,8, kesegaran 1,975, aroma 1,2, tekstur 1,8, kebersihan duri 1,95. Dari data tersebut dapat diketahui atribut yang mempunyai nilai tingkat kepercayaan tertinggi adalah atribut kesegaran dengan nilai skor 1,975. Hal ini disebabkan pentingnya kesegaran produk Batari lebih memikat pembeli dari pada membeli bandeng yang kurang segar. Konsumen akan memilih produk Batari yang segar karena apabila ikan masih segar akan terjaga kualitasnya. Selanjutnya nilai tingkat kepercayaan konsumen berikutnya adalah terhadap kandungan duri pada ikan yang mendapat skor 1,95. Hal ini menunjukkan bahwa Batari yang diproduksi Akademi Perikanan Sidoarjo dapat memberikan kepercayaan yang tinggi pada

konsumennya yang tidak merasa terganggu akan keberadaan duri pada Bandeng. Dan atribut tersebut akan dijadikan dasar pertimbangan konsumen dalam pembelian Batari.

Seperti diketahui bersama bahwa produk perikanan merupakan komoditas yang cepat busuk atau rusak apabila tidak sesegera mungkin ditangani dengan baik. Agar suatu olahan khususnya olahan hasil perikanan bermutu baik, maka persyaratan mutu bahan baku menjadi syarat yang utama. Proses perubahan pada tubuh ikan terjadi karena adanya aktivitas enzim, mikroorganisme atau oksidasi oksigen. Setelah Ikan mati berbagai proses perubahan fisik maupun kimiawi berlangsung lebih cepat. Semua perubahan ini akhirnya mengarah ke penurunan mutu yang ditandai dengan pembusukan. Setelah permukaan tubuh ikan yang sedang mengalami proses pembusukan dipenuhi lendir.

Tabel 3. Frekuensi Skor Tingkat Kepercayaan (b) Atribut Non Batari (n=40)

Nomor	Atribut	Total (e)	Rata-rata (e)
1	Harga	65	1,625

2	Rasa	38	0,95
3	Ukuran	-23	-0,575
4	Tampilan	-30	-0,75
5	Kesegaran	-3	-0,075
6	Aroma	35	0,875
7	Tekstur	50	1,25
8	Kebersihan duri	-80	-2

Berdasarkan tabel 3 diketahui bahwa skor tingkat kepercayaan Non Batari untuk harga sebesar 1,625, rasa 0,95, ukuran -0,575, tampilan -0,75, kesegaran -0,075, aroma 0,875, tekstur 1,25, kebersihan duri -2. Skor tingkat kepercayaan tertinggi yang dilakukan oleh konsumen adalah atribut harga, selanjutnya atribut terendah terhadap atribut kebersihan duri. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan konsumen terhadap harga Non Batari yang tinggi dapat dipahami mengingat bahwa selama ini konsumen dalam melakukan pembelian bandeng Non Batari di pasar masih sangat murah dan menjadi meningkat setelah diproses menjadi Batari. Selain atribut harga, atribut kebersihan duri yang mendapat tingkat kepercayaan terendah atau dapat dikatakan tidak

mendapat kepercayaan konsumen bahwa konsumen selama ini telah memahami dan mengerti betul bahwa Non Batari dikenal memiliki kandungan duri yang tinggi sehingga menjadi penyebab tingkat konsumsi yang rendah.

Mutu bandeng sangat menentukan hasil akhir pengolahan. Kalau mutu bandengnya rendah maka hasil bandeng cabut durinya juga mempunyai mutu yang tidak baik. Baik dan tidaknya mutu bandeng dipengaruhi oleh faktor intrinsik dan ekstrinsik. Faktor intrinsik yang berperan adalah sifat yang dipengaruhi oleh gen dan umur. Sedangkan faktor ekstrinsik adalah perlakuan yang dikerjakan oleh manusia, misal cara penangkapan, cara pengangkutan, pencucian dan pendinginan.

3. Analisis Sikap Kepercayaan Kosumen

Tabel 4. Hasil Analisis Sikap Kepercayaan Terhadap Multi Atribut Fishbein (A₀) Untuk Bandeng tanpa duri dan non bandeng tanpa duri (n=40)

No	Atribut	Evaluasi (ei)	Kepercayaan bi		Sikap Kepercayaan	Sikap Kepercayaan
			Batari	Non Batari	Batari (eibi)	Non Batari (eibi)
1	Harga	0,65	1,825	1,625	1,18625	1,05625
2	Rasa	1,35	1,225	0,95	1,65375	1,2825
3	Ukuran	1,85	1,05	-0,575	1,9425	-1,06375
4	Tampilan	1,875	1,8	-0,75	3,375	-1,40625
5	Kesegaran	1,925	1,975	-0,075	3,801875	-0,144375
6	Aroma	1,225	1,2	0,875	1,47	1,071875
7	Tekstur	1,825	1,8	1,25	3,285	2,28125
8	Kebersihan duri	1,975	1,95	-2	3,85125	-3,95
Σ bi ei					20,565625	-0,8725

Berdasarkan hasil penelitian dari 40 responden pada Tabel 4 menunjukkan sikap (A_0) bahwa secara keseluruhan konsumen lebih menyukai Batari sebesar 20,56 daripada non Batari yang memiliki nilai -0,8725.

Hasil dari analisis sikap Batari yang memiliki skor tertinggi adalah atribut kebersihan duri sebesar 3,85. Kemudian yang kedua adalah atribut kesegaran sebesar 3,80, selanjutnya atribut tampilan 3,3, selanjutnya atribut tekstur sebesar 3,28, selanjutnya atribut ukuran sebesar 1,94, selanjutnya atribut rasa sebesar 1,65, selanjutnya atribut aroma sebesar 1,47 dan yang mempunyai nilai terendah adalah atribut harga sebesar 1,18.

Bandeng merupakan salah satu komoditas perikanan payau yang rasanya cukup enak dan banyak digemari oleh masyarakat. Selain itu harganya juga terjangkau hampir segala lapisan masyarakat. Ikan bandeng termasuk ikan bertulang keras, dagingnya berwarna putih susu dan struktur daging padat dengan duri-duri halus yang banyak terdapat di antara

dagingnya, terutama daging di sekitar dekat ekor. Jika bandeng mempunyai cita rasa yang spesifik dan banyak digemari oleh masyarakat banyak namun dibalik prospek tersebut ikan bandeng mempunyai kelemahan yaitu terdapatnya duri-duri yang tersebar diseluruh bagian daging. Untuk mengantisipasi dari kendala-kendala tersebut maka proses pengolahan bandeng tanpa duri merupakan alternatif yang sangat tepat.

Hasil analisis sikap yang dilakukan oleh konsumen pada Non Batari yang mempunyai skor tertinggi adalah atribut tekstur dengan nilai skor 2,28. Kemudian yang kedua adalah atribut rasa dengan skor sebesar 1,28, selanjutnya atribut aroma sebesar 1,07, selanjutnya atribut harga sebesar 1,05, selanjutnya atribut kesegaran sebesar -0,14, selanjutnya atribut ukuran sebesar -1,06, selanjutnya atribut tampilan sebesar -1,4, selanjutnya atribut kebersihan duri sebesar -3,95. Dari hasil analisis diatas maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kepercayaan konsumen terhadap

produk non baterai khususnya untuk masalah kebersihan duri cukup rendah.

5. KESIMPULAN

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan terhadap Perilaku Konsumen Baterai Akademi Perikanan Sidoarjo yaitu bahwa sebagian besar konsumen mulai mengenal Baterai sejak tahun 2009 melalui informasi yang diperoleh dari teman. Konsumen dalam melakukan pembelian dengan datang sendiri di Akademi Perikanan Sidoarjo seminggu sekali dengan volume 1 – 5 Kg dan untuk dikonsumsi sendiri. Adapun alasan konsumen membeli Baterai selain berkualitas juga mudah didapat.
2. Pemahaman konsumen terhadap Baterai Akademi Perikanan Sidoarjo bahwa Baterai diproses dengan memperhatikan sanitasi dan hygiene sehingga memiliki daya disimpan yang cukup lama. Baterai yang diproduksi selalu tersedia dalam berbagai ukuran (*size* ; 2 ; 3 ; 4 ; 5) dan yang paling banyak dibeli konsumen adalah *size* 3. Konsumen yang membeli sebagian besar tidak mengetahui kandungan protein Baterai.
3. Sikap kepercayaan konsumen terhadap atribut produk Baterai Akademi Perikanan Sidoarjo yang tertinggi adalah Kebersihan Duri, sedangkan yang

terendah adalah atribut Harga. Sedangkan Sikap kepercayaan konsumen terhadap atribut produk Non Baterai yang tertinggi adalah harga, dan yang terendah adalah Kebersihan duri.

9

DAFTAR PUSTAKA

- Assael. H. 1992. *Consumer Behavior and Marketing Action*. New York. PWS-KENT Publishing Company.
- Dinas Perikanan dan Kelautan. *Laporan Statistik Perikanan Jawa Timur Tahun 2010*. 2010. Surabaya Jawa Timur.
- Hadie, W dan Suoriatna, J. 1986. *Teknik Budidaya Bandeng*. Bhratara Karya Aksara. Jakarta
- Idel, A dan Wibowo, S. 1996. *Budidaya Tambak Bandeng Modern*. Gitamedia press. Surabaya.
- Kolter P. Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1993
- 11
Murniati A.S.dan Sunarman, 2000. *Pendinginan Pembekuan dan Pengawetan Ikan*, Kanisius 2000.
- Puspatiningsih. E. 2003. *Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Buah Apel Studi Kasus Di Toko Swalayan Alfa, Jalan Ahmad Yani Surabaya*. Universitas Pembangunan

Nasional "Veteran" . Surabaya.

Saparinto, C. 2009. *Bandeng Cabut Duri*. Dahara Prize. Semarang.

9

Sudarmiati. 2009. *Model Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Teori dan Empiris Pada Jasa Pariwisata*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. Jurnal Ekonomi Bisnis.

Sumarwan U, Djunaidi A, Aviliani, Singgih HC Royke, Sayono J Agus, Budidarmo Rico R, Rambe S, Pemasaran Strategik, 2008

3. PERILAKU KONSUMEN BANDENG TANPA DURI DI AKADEMI PERIKANAN SIDOARJO

ORIGINALITY REPORT

24%

SIMILARITY INDEX

24%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

13%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

tomyprasetyogumilang.blogspot.com

Internet Source

5%

2

eprints.upnjatim.ac.id

Internet Source

5%

3

bolutanpaduri.blogspot.com

Internet Source

3%

4

azkia.net

Internet Source

3%

5

www.bi.go.id

Internet Source

2%

6

pengembanganpenyuluhansinjai.blogspot.com

Internet Source

2%

7

yayukhestiyanti22.blogspot.com

Internet Source

2%

8

Submitted to Universitas Terbuka

Student Paper

<1%

9

ismawz.blogspot.com

Internet Source

<1%

10

repository.ipb.ac.id

Internet Source

<1%

11

journal.unismuh.ac.id

Internet Source

<1%

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On