

**PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP BAKSO IKAN
TONGKOL DI DESA PABIAN KECAMATAN KOTA
KABUPATEN SUMENEP**
(Studi Kasus Warung Pakole'an Desa Pabian)

Muhammad Jauzi¹, Agribisnis
Ir. Purwati Ratna W., MMA², Agribisnis
Arfinsyah Hafid A, SP,MMA³, Agribisnis

Abstrak

Bakso ikan tongkol merupakan salah satu olahan inovatif yang diciptakan produsen di Desa Pabian Kecamatan Kota khususnya di Warung Pakole'an. Bakso ikan tongkol berbahan baku daging ikan tongkol. usaha tersebut masih baru dan banyak masyarakat yang belum mengetahui, sehingga untuk mengembangkan usaha tersebut perlu adanya penilaian dari konsumen bakso ikan tongkol. Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui hubungan antara variabel Rasa, Tempat, Harga, Tekstur, dan Pelayanan dengan kesukaan konsumen Bakso Ikan Tongkol dan untuk mengetahui variabel yang sangat disukai konsumen Bakso Ikan Tongkol di Desa Pabian Kecamatan Kota Kabupaten Sumenep. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen bakso ikan tongkol dan cara pengambilan sampel dengan cara metode *insidental sampling*. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 50 responden. Analisis data yang digunakan adalah kontingen kontingensi dan uji skala likert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai chi-square hitung sebesar 15,10 lebih besar dari nilai chi-square tabel sebesar 9,488 dan nilai kontingensi sebesar 0,50, sehingga terdapat hubungan yang sedang antara semua variabel (Rasa, tektur, harga, tempat, dan pelayanan) terhadap kesukaan konsumen dan variabel rasa (86%), tempat(82%), dan pelayanan (81%), terletak pada kriteria sangat suka, sehingga ketiga variabel tersebut menjadi dasar pertimbangan preferensi konsumen untuk membeli Bakso Ikan Tongkol di Desa Pabian Kecamatan Kota Kabupaten Sumenep.

Kata Kunci: *Bakso Ikan Tongkol, Kontingensi, dan Skala likert.*

PENDAHULUAN

Konsumen merupakan aset paling berharga bagi semua bisnis. Tanpa adanya konsumen, suatu bisnis tidak akan berjalan. Jika suatu bisnis sukses memberikan pelayanan terbaik, maka konsumen tidak hanya akan membantu bisnis itu tumbuh dan bahkan lebih dari itu, konsumen akan membuat rekomendasi untuk teman dan relasinya. Pemahaman pada perilaku konsumen adalah tugas penting bagi para pebisnis. Para pebisnis mencoba

memahami perilaku konsumen agar pebisnis dapat menawarkan kepuasan yang lebih besar.

Konsumen mengikuti proses atas tahapan dalam pengambilan keputusan yang dapat pula disebut dengan selera. Hal ini membuat setiap orang memiliki pertimbangan tersendiri dalam memilih suatu produk. Tentunya selera masing-masing orang berbeda dan dipengaruhi oleh banyak hal, mulai dari hobi, kondisi sosial,

ekonomi, hingga lingkungan hidupnya.

Sebagian Masyarakat Kabupaten Sumenep adalah masyarakat yang mempunyai profesi pedagang, petani, nelayan, industri rumah tangga, karyawan dan lain-lain, dari salah satu

profesi yang besar adalah pedagang seperti pada Tabel 1.1

Tabel 1.1. Profesi Masyarakat di Kecamatan Kota Kabupaten Sumenep

Profesi	Tahun			
	2015	Persentase%	2016	Persentase%
Petani	4.118	22,9%	35.182	23,0%
Nelayan	2.507	13,9%	22.940	14,9%
Industry rumah tangga	3.044	16,9%	27.533	17,9%
Pedagang	3.223	17,9%	29.062	18,9%
Karyawan	2.686	14,9%	16.825	10,9%
Lain-lain	2.330	13,5%	21.421	14,4%
Jumlah total	17.908	100%	152.963	100%

Sumber: Badan Pusat Statistik (2017)

Pedagang beraktifitas dengan cara membuka toko, membuka warung kecil, ataupun sebagai pedagang kaki lima. Profesi ini adalah cara masyarakat sumenep untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Sumenep juga terkenal dengan aneka makanan yang khas, dilihat dari hasil sumber daya alamnya yang besar, karena itulah sumenep terkenal dengan hasil lautnya yang terdiri dari pulau-pulau. Contoh hasil laut Sumenep adalah ikan tongkol (*Euthynnus Affini*) yang merupakan ikan yang berukuran sedang dari *Familia Skombride (tuna)*. Hasil tangkap ikan tongkol di laut Kabupaten Sumenep terbilang sangatlah melimpah (Lampiran 7).

Bakso merupakan salah satu bagian produk makanan dari sekian banyak produk yang sangat menguntungkan dan mudah di jumpai di berbagai tempat. Produk usaha perdagangan bakso sangatlah beragam, mulai dari pengolahan secara tradisional yang berupa pedagang keliling dan modern seperti waralaba (*Franchise*). Agar dapat

memaksimalkan potensi yang ada, maka dengan banyaknya ikan tongkol yang dijual di pasar membuat pedagang bakso melakukan diversifikasi berbahan baku ikan tongkol untuk diolah dan dijadikan bakso yang biasanya bahan baku bakso menggunakan daging.

Bakso ikan tongkol merupakan inovasi baru di Desa Pabian Kecamatan Kota Kabupaten Sumenep yang mengubah bahan baku dari rasa ikan tongkol yang akan menarik ketertarikan konsumen untuk mencobanya. Bakso ikan tongkol ini juga dapat menjadi pengganti bagi masyarakat yang tidak bisa atau tidaksuka dengan daging sapi, jadi dengan adanya bakso ikan tongkol ini bisa menjadi alternatif.

Ada dua penjual bakso ikan di desa pabian yaitu bakso warung pakole'an dan bakso prambon, penjualan rata-rata di warung pakole'an sebanyak 50-70 mangkuk per hari untuk bakso ikan tongkol karena di warung pakole'an ada dua varian bakso yaitu bakso ikan tongkol,

dan tengiri, sedangkan di bakso prambon penjualan rata-rata 15-25 mangkuk per hari bakso ikan. Oleh karena itu peneliti secara sengaja memilih bakso warung pakole'an karena penjualannya lebih besar dari bakso prambon.

Bakso Ikan yang berlokasi di desa Pabian Kecamatan Kota Kabupaten Sumenep tepatnya di warung pakole'an merupakan usaha yang sudah berdiri sejak tahun 2016, adalah sebuah usaha yang masih baru dan belum banyak konsumen yang mengetahuinya, sehingga usaha ini masih belum berkembang/*stagnan*. Untuk dapat mengembangkan usaha Bakso Ikan ini maka dibutuhkan penilaian dari konsumen terhadap bakso ikan. Maka dari itu perlu dilakukan sebuah penelitian tentang Preferensi Konsumen Terhadap Bakso Ikan Di Desa Pabian Kecamatan Kota Kabupaten Sumenep.

Tujuan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui hubungan antara variabel Rasa, Tempat, Harga, Tekstur, dan Pelayanan dengan kesukaan konsumen Bakso Ikan Tongkol Desa Pabian Kecamatan Kota Kabupaten Sumenep Terhadap Bakso Ikan dan 2) Untuk mengetahui variabel yang sangat disukai konsumen Bakso Ikan Tongkol di Desa Pabian Kecamatan Kota Kabupaten Sumenep.

METODELOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada penjual bakso ikan tongkol di Jl. Lingkar Timur Desa Pabian Kecamatan Kota Kabupaten Sumenep (Warung Pakole'an). Pemilihan lokasi

dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Warung Pakole'an ini adalah salah satu penjual bakso ikan tongkol yang banyak diminati konsumen. Penentuan sampel dilakukan dengan metode *insidental sampling*. Jumlah sampel minimal empat sampai sepuluh kali dari jumlah variabel yang diteliti (Suliyanto, 2005), sehingga jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 50 sampel/responden. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan skala likert yaitu mengukur dengan skor atau nilai jawabannya terhadap keusioner dengan semua opsi: *sangat suka, suka, netral, tidak suka, sangat tidak suka*. Analisis yang digunakan adalah analisis kontingensi dan *chi square*, serta skala likert.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Chi-Square dan Koefisien Contigensi

Uji Chi-Square (X^2) merupakan analisis data yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antar variabel. Pertama dalam analisis Chi-Square terlebih dahulu harus dihitung frekuensi yang diharapkan atau frekuensi teoritis (E_i). Untuk menguji frekuensi yang diharapkan ini dihitung E_i dari masing-masing jumlah kesukaan dan jumlah setiap variabel seperti tampak hasilnya pada lampiran 4. Kemudian dari hasil tersebut masukkan kedalam tabel hasil rekapitulasi setiap variabel. Hasil frekuensi yang diharapkan dapat dilihat pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5. Hasil Frekuensi yang diharapkan (E_i)

Kategori	SS	S	N	JUMLAH
Rasa	7(4,76)	5(5,44)	5 (6,80)	17
Tekstur	1(0,84)	1(0,96)	1 (1,20)	3
Harga	2(2,24)	5(2,56)	1 (3,20)	8
Tempat	2(4,48)	2(5,12)	12 (6,40)	16
Pelayanan	2(1,68)	3(1,96)	1 (2,40)	6
Jumlah	14	16	20	50

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.5, hasil frekuensi yang diharapkan (E_i) dimasukkan pada jumlah responden yang memilih sesuai dengan kesukaan (Sangat Suka, Suka dan Netral) digabungkan pada setiap variabel. Kemudian dihitung chi-square (X^2). Untuk menghitung Chi-Square (X^2) dengan cara jumlah kesukaan pada setiap variabel dikurangi hasil perhitungan frekuensi yang diharapkan (E_i), kemudian dikuadratkan dan dibagi dengan jumlah frekuensi yang diharapkan. Dari hasil tersebut ditambahkan satu persatu, sehingga hasil chi-square (X^2) adalah 15,10 (Lampiran 5).

Nilai chi-square (X^2) hitung (15,10) > nilai chi-square (X^2) tabel (9,488). Artinya H_0 ditolak dan H_a

Tabel 4.6. Hasil Rekapitulasi Data Konsumen Berdasarkan Skala Likert

Variabel	Nilai Kriteria	Kategori
Rasa	86%	Sangat Suka
Tekstur	71%	Suka
Harga	74%	Suka
Tempat	82%	Sangat Suka
Pelayanan	81%	Sangat Suka

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 4.6, dapat diketahui bahwa hasil survei terhadap 50 responden maka didapat bahwa konsumen bakso ikan tongkol pertama kali yang menjadi pertimbangan dalam pembelian bakso ikan tongkol adalah rasa dengan kriteria sebesar 86% yang

diterima, yang menunjukkan adanya hubungan antara semua variabel dengan kesukaan konsumen, sedangkan hasil uji C_c koefisien kontingensinya sebesar 0,50, dimana nilai koefisien kontingensinya tidak sama dengan nol, yang artinya ada hubungan yang sedang antara variabel dengan kesukaan konsumen.

2. Hasil Uji Skala Likert

Skala likert merupakan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dan untuk mengetahui variabel apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam pembelian bakso ikan tongkol. Adapun hasil rekapitulasi data konsumen berdasarkan skala likert dapat disajikan pada Tabel 4.6.

berada pada kategori sangat suka (Lampiran 6). Konsumen dalam mengkonsumsi bakso ikan tongkol lebih mengutamakan rasanya. Rasa yang nyaman mampu memberikan rasa puas dan meningkatkan selera makan pada konsumen dalam mengkonsumsi bakso ikan tongkol. Hal ini menunjukkan bahwa rasa merupakan faktor terpenting dalam

menilai bakso ikan tongkol. Rasa mampu memberikan cita rasa dan selera sehingga bakso ikan tongkol akan terasa lebih nikmat untuk dikonsumsi. Semakin nikmat rasa ikan bakso tongkol maka semakin meningkat konsumen bakso ikan tongkol di Warung Pakole'an.

Faktor terpenting kedua adalah tempat dengan kriteria sebesar 82% yang berada pada kategori sangat suka (Lampiran 2). Tempat yang strategis memiliki daya tarik tersendiri terhadap konsumen untuk melakukan pembelian bakso ikan tongkol. Warung Pakole'an memiliki tempat yang dekat dengan jalan raya dan memiliki keuntungan tersendiri dalam menjalankan usahanya. Selain dekat dengan jalan raya, Warung Pakole'an juga memiliki pemandangan yang menarik dan tidak memberikan rasa bosan terhadap konsumennya. Konsumen lebih tertarik dengan tempat yang mudah dan cukup dekat, sehingga mudah mengakses transportasi. Hal ini ditunjukkan bahwa Warung Pakole'an selalu ramai dengan pembeli (konsumen).

Faktor terpenting ketiga adalah pelayanan dengan menghasilkan nilai kriteria sebesar 81% dan termasuk kategori sangat suka. Pelayanan ini bertujuan untuk menarik minat konsumen. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen agar tercapainya kepuasan konsumen tersebut. Warung Pakole'an memiliki pelayanan yang baik, sehingga konsumen tertarik untuk melakukan pembelian bakso ikan tongkol. Hal ini dibuktikan dengan penilaian konsumen yang menilai pelayanan Warung Pakole'an dengan sangat suka, maka dapat disimpulkan bahwa

Warung Pakole'an memiliki pelayanan yang baik. Pada umumnya pelayanan yang baik akan menghasilkan tingkat kepuasan konsumen yang tinggi, sehingga konsumen melakukan pembelian ulang lebih sering.

Faktor keempat adalah harga dengan nilai kriteria sebesar 74% dan termasuk kategori suka. Harga merupakan nilai dari bakso ikan tongkol. Harga dari bakso ikan tongkol di Warung Pakole'an sebesar 10.000,- per porsi. Harga memberikan dampak ekonomis dan psikologis pada konsumen. Dampak ekonomis pada konsumen artinya semakin tinggi harga bakso ikan tongkol maka semakin sedikit konsumen yang tertarik untuk membeli bakso ikan tongkol, begitupula sebaliknya. Semakin rendah harga yang ditawarkan bakso ikan tongkol maka semakin banyak konsumen yang tertarik untuk membeli bakso ikan tongkol. Sedangkan untuk dampak psikologis pada konsumen artinya semakin tinggi harga maka mampu mencerminkan mutunya semakin baik, begitupula sebaliknya. Semakin rendah harga maka mutunya semakin rendah pula. Sedangkan faktor kelima dalam mempertimbangkan pembelian bakso ikan tongkol adalah tekstur dengan kriteria sebesar 71% dan termasuk kategori suka. Tekstur bakso ikan tongkol dipengaruhi oleh mutu daging ikan tongkol. Daging ikan tongkol yang segar akan menghasilkan tekstur yang kenyal, dan sebaliknya. Daging yang layu akan menghasilkan tekstur bakso yang keras. Sedangkan konsumen menilai tekstur bakso ikan tongkol dari kerenyahan pada saat mengkonsumsi. Kerenyahan bakso ikan tongkol dipengaruhi oleh daging

ikan tongkol yang segar dan daya pengembangnya, makin tinggi daya kembang maka makin tinggi pula kerenyahan bakso ikan tongkol di Warung Pakole'an. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel rasa, tekstur, harga, tempat dan pelayanan merupakan variabel yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian bakso ikan tongkol di Warung Pakole'an. Semakin baik kelima variabel tersebut maka semakin tinggi konsumen bakso ikan tongkol.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Ada hubungan yang sedang antara semua variabel (Rasa, tektur, harga, tempat, dan pelayanan) terhadap kesukaan konsumen Bakso Ikan Tongkol di Desa Pabian Kecamatan Kota Kabupaten Sumenep.
2. Variabel rasa, tempat, dan pelayanan, terletak pada kriteria sangat suka, sehingga ketiga variabel tersebut menjadi dasar pertimbangan preferensi konsumen untuk membeli Bakso Ikan Tongkol di Desa Pabian Kecamatan Kota Kabupaten Sumenep.

SARAN

Berdasarkan kesimpula yang telah diuraikan maka dapat diberikan saran-saran yang dapat dijadikan pertimbangan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan menjadi dasar acuan bagi produsen bakso ikan dan peneliti selanjutnya.
2. Diharapkan menjadi dasar acuan bagi Pemerintah dalam memberi kebijakan pada Usaha Kecil

Menengah (UKM) khususnya dalam memberikan bantuan modal dan pembinaan manajemen agar UKM dapat tumbuh dengan pesat.

3. Produsen bakso ikan tongkol diharapkan mampu meningkatkan kualitas rasa, tekstur, pelayanan, sehingga konsumen akan merasa puas dan melakukan pembelian ulang lebih sering.

DAFTAR PUSTAKA

- Aiman, Ammar. 2017. *Analisis Preferensi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Membeli Produk Olahan Perikanan di Kota Tasikmalaya (Studi Kasus di Pasar Tradisional Cikurubuk, Kec. Mangkubumi)*. Unuversitas Padjadjaran.
- Aris, Munandar. 2012. *Liquid Crystal Display 16x2 (LCD)*.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Sumenep (Sumenep Dalam Angka 2017).2016.Banyaknya Nasabah Menurut Profesi Kantor Cabang Perusahaan Umum Pegadaian Sumenep.
- Cardello, A. 1994. *Consumer Acceptance And Cultural Change : Some Historial Experiences. Di Dalam Macfie, H.J.H Dan D.M. H. Thomson (Eds). Measurement*

- Of Food Preference*. Blackie Academic And Profesional. Glasgow.
- Conner, M. T. 1994. *An Individualised Psikological Approach To Measuring Influeinces On Consumer Preferences*. Di Dalam : Macfie, H. J. H. Dan D. M. H. Thomson (Eds). *Measurement Of Food Preference*. Blackie Academic And Profesional. Glasgow.
- Dinas Perikanan Dan Kelautan Kabupaten Sumenep. 2017. Hasil Tangkap Ikan Laut Kabupaten Sumenep Tahun 2017.
- Ghozali, Imam. 2007. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Cetakan 4. Badan Penerbit Universitas Ponorogo. Semarang.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Pt. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Muhandri, Tjahja, dkk. 2014. *Preferensi Konsumen dan Pedagang Mie Bakso Terhadap Mie Basah Jagung Teknologi Ekstrusi*. Bogor: jurnal manajemen IK. Vol. 9, No. 2
- Nicholson, Walter. 1989. *Microeconomics Theory: Basic Principle And Extentions. (Teori Ekonomi Mikro I, Alih Bahasa)*. Cv. Rajawali. Jakarta.
- Probawati, D, Diah. 2013. *Analisis Preferensi Konsumen Buah Jeruk Keprok Di Kabupaten Bojonegoro*. Universitas bojonegoro
- Simamora, Birson. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia.
- Wibowo, Singgih. 2002. *Membuat 50 Jenis Bakso Sehat Dan Enak*. Jakarta. Penebar Swadaya.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Suliyanto. 2005. *Analisis data dalam Aplikasi Pemasaran*. Bogor: Ghaliah Indonesia.
- Wijaya, M. Arum. 2008. *Analisis Preferensi Konsumen dalam Membeli Daging Sapi di Pasar Tradisional Kabupaten Purworejo*. Universitas Sebelas Maret Surakarta.