

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Sektor perikanan memegang peranan penting dalam perekonomian nasional terutama dalam penyediaan lapangan kerja, sumber pendapatan bagi nelayan/petani ikan, sumber protein hewani yang bernilai gizi tinggi, serta sumber devisa yang sangat potensial. Indonesia merupakan negara maritim dengan sumber daya perikanan yang sangat melimpah, berdasarkan data Kementerian Kelautan dan Perikanan (2014). Produk Domestik Bruto (PDB) pada sub sektor perikanan merupakan sub sektor kedua terbesar kontribusi PDB Indonesia pada sub sektor pertanian. Kontribusi sebesar 22.26% yang merupakan peranan sektor perikanan yang bersumber dari perikanan tangkap dan perikanan budidaya. (Sumber: Kementerian Kelautan dan Perikanan 2014).

Wilayah Kecamatan Puger yang berbatasan langsung dengan Samudera Indonesia menjadikan Kecamatan Puger sebagai penghasil ikan laut terbesar di Kabupaten Jember. Dari total produksi ikan di Puger kurang lebih 99 persen merupakan hasil perikanan laut dan sisanya sebesar satu persen adalah produksi ikan darat. Sumber daya alam Kecamatan Puger berupa bahan galian dan hasil perikanan laut sangat berlimpah, sehingga investasi di puger cenderung kepada industri pengolahan hasil perikanan laut dan industri gamping. (Sumber: BPS Jember 2014).

Data jumlah produksi ikan laut di kawasan pantai jember pada tahun 2014 sebesar 7,565.30 ton, untuk jenis bahan baku udang rebon sendiri mencapai 68.60 ton, produksi pengolahan terasi sebanyak 53.600 Kg. Dengan harga jual terasi Puger produksi ibu-ibu mencapai Rp 80.000-100.000 per kilogram, dalam satu bulan rata-rata per anggota dapat menjual satu kuintal terasi. Dengan 33 jumlah unit usaha. (Sumber: Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Penanaman Modal Kabupaten *Jember* 2014).

Namun apabila dilihat dari tingkat pemanfaatan, terutama untuk ikan-ikan non ekonomis belum optimal. Hal ini disebabkan pemanfaatannya masih terbatas dalam bentuk olahan tradisional dan konsumsi segar.

Puger merupakan daerah sentra penghasil ikan laut di kabupaten Jember yang salah satu produk olahannya cukup terkenal yaitu terasi puger. Walaupun produk terasi Puger dikenal sangat enak dan digemari masyarakat namun pemasarannya masih terbatas pada pasar-pasar tradisional saja serta kurang mampu menembus pasar-pasar modern (*super market*) karena adanya keterbatasan dalam hal desain kemasan, ketahanan simpan dan aromanya yang tajam sehingga kurang memenuhi standar untuk dipajang dan dijual di pasar modern.

Terasi Puger dikenal di Jawa Timur sebagai salah satu bahan bumbu masakan yang sangat cocok untuk dipakai sebagai bahan bumbu aneka masakan sambal, rujak, sayuran dan campuran masakan lain-lainnya. Namun meskipun sangat diminati masyarakat tidak semua terasi Puger mempunyai kualitas sama dan hingga saat ini produk terasi Puger masih sulit memasuki pasar modern (*super market*) sehingga konektivitas dan aksesibilitas pemasarannya masih terbatas. Padahal produk terasi Puger mempunyai potensi besar untuk dapat bersaing

dengan produk sejenis lainnya di pasar modern apabila performanya ditingkatkan.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan di indomaret, alfamart, Carrefour dan matahari yang ada di daerah jember sendiri tidak terdapat penjualan produk terasi puger karena terjadi lemahnya konektivitas dan aksesibilitas produk terasi puger ke pasar yang lebih modern (*super market*) atau ke pasar di daerah yang secara geografis lebih jauh dari jember di antaranya disebabkan oleh aroma terasi puger yang menyengat tajam meskipun rasanya sangat disukai masyarakat, ukuran kemasan yang dijual terlalu besar, kurang tertutup rapat, ketahanan simpannya belum diperhitungkan, penggunaannya masih belum bisa dipakai secara langsung sebagaimana produk pesaingnya seperti ABC dan mama suka, desain kemasannya tidak menarik bagi konsumen untuk membelinya. Demikian pula proses produksi terasi puger yang dilakukan masyarakat masih tergolong sangat tradisional, tidak efisien dan tidak efektif (sehingga produktivitasnya rendah).

Disisi lain perkembangan ekonomi ditandai dengan adanya perubahan-perubahan yang menyebabkan perusahaan akan menghadapi berbagai kendala di dalam perkembangan bisnisnya. Kondisi pertumbuhan bisnis sekarang ini cukup tinggi, dimana dapat dilihat dari tumbuhnya perusahaan-perusahaan dengan produk yang sejenis sebagai pesaing, sehingga akan terjadi persaingan dalam memperebutkan pangsa pasar dan konsumen. Untuk meningkatkan persaingan antar perusahaan pesaing, maka perusahaan dituntut untuk bekerja keras dan melaksanakan kegiatan perusahaan secara efisien demi kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan maka perusahaan harus memiliki strategi yang tepat agar dapat bertahan dalam persaingan bisnis, salah satu strategi yang harus dipikirkan adalah strategi pemasaran atau bauran pemasaran yang tepat. (Angipora Marius P.,2002).

Setiap perusahaan yang sejenis akan saling mengungguli dan saling mengembangkan hasil produksinya dengan harapan dapat lebih berkualitas dari para pesaingnya. Pengembangan hasil produksi diharapkan dapat memenangkan persaingan dalam merekrut pangsa pasar konsumen dan dapat meningkatkan volume penjualan sesuai dengan yang diharapkan. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi tercapainya volume penjualan. Oleh karena itu, perusahaan harus benar-benar selektif dalam memasarkan suatu produknya. Karena, apabila produk yang dipasarkan tidak sesuai dengan selera konsumen maka perusahaan harus bersiap untuk menerima resiko menjadi rugi. (Indriyo Gitosudarmo, 2000).

Untuk mengatasi hal tersebut, perusahaan harus mampu memproduksi sejumlah produk yang sesuai dengan target, memiliki nilai tambah pada produk dan kebutuhan pasar dengan kualitas yang tinggi, bentuk produk dan kemasan produk yang menarik. Selain produk yang akan dipasarkan, perusahaan harus menetapkan harga jual produk yang terjangkau oleh seluruh kalangan masyarakat. Kegiatan berikutnya adalah bagaimana produk tersebut dapat sampai ketangan konsumen sehingga diperlukan adanya saluran distribusi. Dimana saluran distribusi diharapkan dapat menjangkau lokasi konsumen yang menyebar kedaerah-daerah. Setelah konsumen dapat menerima produk yang ditawarkan oleh perusahaan, maka perusahaan berusaha agar barang yang diproduksi terus mendapatkan tempat dibenak konsumen.

Oleh karena itu dalam rangka mengembangkan pemasaran produk terasi puger khususnya masyarakat di desa puger maka diperlukan suatu penelitian untuk memperbaiki desain dan performa produk terasi puger agar konektivitas dan aksesibilitas pemasarannya menjadi lebih luas. Dengan demikian diharapkan usaha produk terasi masyarakat puger khususnya menjadi berkembang baik sehingga meningkatkan keberdayaan ekonomi masyarakat di pesisir pantai puger.

Sehingga industri pengolahan terasi puger yang ada dituntut terus bersaing dan mampu menarik minat konsumen untuk membeli. Salah satu indikator yang paling penting dalam pengambilan keputusan untuk membeli produk terasi puger bagi konsumen adalah kualitas dari produk tersebut.

Berdasarkan permasalahan diatas, belum optimalnya pengolahan hasil, terbatasnya pemasaran, desain dan kualitas produk yang masih rendah pada kelompok poklhasar, sehingga akan berdampak pada lemahnya daya saing produk terasi kelompok poklhasar. Oleh sebab itu diperlukan strategi pengembangan pemasarannya untuk melakukan pembaharuan atau peningkatan dalam merumuskan suatu konsep kebijakan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada. Pendekatan yang tepat dalam mendalami permasalahan tersebut adalah pendekatan Metode *Quality Function Deployment* (QFD). Menurut Subagyo (2000) dalam Marimin (2004) metode QFD adalah suatu cara untuk meningkatkan kualitas barang atau jasa dengan memahami kebutuhan konsumen, lalu menghubungkannya dengan ketentuan teknis untuk menghasilkan barang atau jasa di tiap tahap pembuatan barang atau jasa yang dihasilkan. Hasil dari penelitian menggunakan metode QFD ini dapat digunakan sebagai landasan untuk merencanakan langkah-langkah strategi meningkatkan kualitas yang akan dilakukan dan disusun secara sistematis sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Dari fenomena yang ada maka untuk mengetahui dan meningkatkan kualitas produk terasi pada usaha kelompok poklhasar perlu dikaji dan dianalisis pengembangan pemasaran produk terasi puger kelompok poklhasar di desa puger kabupaten jember dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) dan *Analytical Hierarchy Process* (AHP), sehingga Usaha Terasi Kelompok Poklhasar di Kecamatan Puger dapat memproduksi produk sesuai keinginan konsumen dan meningkatkan keberdayaan ekonomi masyarakat di pesisir pantai puger.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kriteria kebijakan dan strategi alternatif kebijakan dari *Analytical Hierarchy Process* (AHP) yang paling sesuai dengan prioritas kepentingan untuk pengembangan usaha produk terasi kelompok poklhasar?
2. Bagaimana desain produk terasi puger yang paling sesuai untuk mengembangkan pemasaran produk terasi kelompok poklhasar?
3. Bagaimana performa yang paling sesuai pada terasi puger untuk mendukung pemasaran produk terasi kelompok poklhasar?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kriteria kebijakan dan strategi alternatif kebijakan dari *Analytical Hierarchy Process* (AHP) yang paling sesuai dengan prioritas kepentingan untuk pengembangan usaha produk terasi kelompok poklhasar.
2. Untuk mengetahui desain yang paling sesuai untuk pengembangan pemasaran produk terasi kelompok poklhasar.
3. Untuk mengetahui performa yang paling sesuai pada terasi puger untuk mendukung pemasaran produk terasi kelompok poklhasar.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan pada tujuan penelitian diatas, maka hasil dari penelitian ini diharapkan sebagai berikut :

1. Bagi kelompok usaha kelompok poklhasar di kecamatan puger penelitian ini dapat digunakan sebagai sumbangan pemikiran dalam rangka meningkatkan kualitas produk untuk memenuhi harapan konsumen.
2. Sebagai bahan pertimbangan bagi para pengambil keputusan pada usaha kelompok poklhasar dalam upaya meningkatkan kualitas produk untuk memenuhi harapan konsumen.