

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Data Statistik FAO (2014) memberitahukan bahwa produksi ikan di dunia sebesar 167,2 juta ton. Sebanyak 87,5% digunakan untuk konsumsi, sedangkan 13% (19 juta ton) diolah dengan proses pengalengan. Ikan adalah bahan pangan yang memiliki kandungan protein cukup tinggi (sekitar 17 % berat basah atau 40% berat kering) kandungan yang terdapat yaitu asam amino yang sesuai dengan kebutuhan tubuh manusia (Karyadi dkk, 1993). Salah satu faktor penentu kualitas ikan yaitu tingkat kesegarannya. Perubahan kualitas yang sering terlihat pada hasil laut dapat dilihat dari segi warna, aroma, rasa dan bau. Maka dari itu dilakukan proses pengalengan ikan dengan beberapa tahap antara lain : persiapan bahan, proses *blanching/precooking*, pengisian bahan kedalam kaleng, penambahan media (bumbu bali, garam, minyak), penghampaan udara atau *exhausting*, penutupan kaleng, *sterilisasi* menggunakan retort, pendinginan, pelabelan dan penyimpanan (Kumar, 2017).

Era globalisasi ini semakin banyak persaingan produk atau jasa yang beragam akibat dari keterbukaan pasar. Tujuan bisnis yaitu dapat menciptakan rasa puas pada pelanggan. Kepuasan konsumen merupakan salah satu perasaan suka atau tidaknya seseorang (konsumen) pada produk barang atau jasa setelah mereka membandingkan prestasi produk tersebut dengan harapannya (Kotler, 2007). Upaya untuk membangun kepuasan konsumen tidak dapat dilakukan begitu saja, namun memerlukan proses yang panjang. Salah satu caranya yaitu melalui kualitas pelayanan, dimana hal ini dilakukan sebagai pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen agar sesuai dengan harapan mereka. Tefa Fish Canning merupakan salah satu pengembangan dari unit UPT Pengolahan dan Pengemasan Pangan yang ada di Politeknik Negeri Jember. Tefa Fish Canning ini masih dalam proses perkembangan dan pembangunan, maka dari itu perlu dilakukannya berbagai macam inovasi – inovasi baru dengan mengingat persaingan bisnis yang sangat ketat. Persaingan tersebut mengharuskan para pengusaha bisnis termasuk Tefa Fish

Canning ini menerapkan strategi pasar yang tepat dengan menitik beratkan kepada konsumen karena kepuasan konsumen merupakan tujuan yang utama. Salah satu strategi yang dapat digunakan untuk menganalisis atribut - atribut yang digunakan oleh Tefa Fish Canning diatas adalah strategi bauran pemasaran (7P) yang meliputi *Product, Price, Place, Promotion, People, Process*, dan *Physical Evidance*. Dari strategi bauran pemasaran (7P) ini akan diketahui atribut apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan para konsumen.

Tingkat kepentingan setiap atribut dapat diketahui menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Metode ini digunakan untuk membandingkan antara realita konsumen terhadap ekspektasi produsen serta metode ini dipilih karena memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan metode lainnya yaitu menunjukkan atribut produk/jasa yang perlu ataupun dikurangi untuk menjaga kepuasan konsumen, memiliki hasil yang relatif mudah untuk diinterpretasikan, skalanya relatif mudah dimengerti dan biaya yang dibutuhkan juga rendah. Ruhimat (2008) menyatakan bahwa, metode *Importance Performance Analysis* (IPA) adalah teknik penerapan yang mudah untuk menentukan suatu atribut dari tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaan itu sendiri dan berfungsi sebagai pengembangan program pemasaran yang lebih efektif. Kualitas pada setiap produk makanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sehingga akan lebih baik bila dapat meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk makanan sebagai dasar strategi pemasaran (Amanah, 2010). *Performance* disini merupakan sesuatu yang berhubungan dengan tingkat pelaksanaan/kineja dari seluruh atribut bauran pemasaran, sedangkan *Importance* adalah tingkat kepentingan responden yang terkait dengan atribut atau variabel yang diteliti. Tingkat kepentingan dari atribut bauran pemasaran ini digunakan untuk mewakili tingkat pelayanan/kinerja yang diharapkan konsumen. Sedangkan tingkat pelaksanaan/kinerja berguna untuk menilai bagaimana pelaksanaan bauran pemasaran yang dilakukan oleh Tefa Fish Canning berdasarkan penilaian konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, peneliti tertarik untuk meneliti analisis kepuasan konsumen terhadap Produk Ikan Tongkol Bumbu Bali Dalam Kaleng Dari Tefa Fish Canning milik Politeknik Negeri Jember yang

menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dengan bauran pemasaran 7P.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, penulis mengambil rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap bauran pemasaran yang telah ditetapkan dari Produk Ikan Tongkol Bumbu Bali Dalam Kaleng Tefa Fish Canning?
2. Bagaimana tingkat kinerja dan tingkat kepentingan seluruh atribut dari Produk Ikan Tongkol Bumbu Bali Dalam Kaleng Tefa Fish Canning berdasarkan metode *Importance Performance Analysis* (IPA)?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah serta batasan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap Produk Ikan Tongkol Bumbu Bali Dalam Kaleng Tefa Fish Canning.
2. Untuk mengetahui tingkat kinerja dan tingkat kepentingan setiap atribut berdasarkan metode *Importance Performance Analysis* (IPA).

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian diatas, manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Dapat memberikan kontribusi pengetahuan serta referensi untuk penelitian – penelitian selanjutnya mengenai analisa kepuasan konsumen dengan menggunakan metode analisis IPA dan bauran pemasaran 7P.
2. Dapat dijadikan masukan dan sebagai bahan evaluasi bagi pihak Tefa Fish Canning milik Politeknik Negeri Jember dalam melakukan strategi pemasaran yang lebih efektif dan tepat .