



RINGKASAN EKSEKUTIF

CYNTHIA AIDA WIJONO. Analisis Perilaku Konsumen Ikan Hias Air Tawar

Di bimbing oleh: **MA'MUN SARMA** dan **NAZIR HARJANTO.**

Ikan hias air tawar merupakan produk hiburan yang sejak krisis moneter mempunyai nilai ekonomis yang makin nyata. Bisnis ikan hias air tawar cukup baik perannya dalam memberi devisa pada negara, akan tetapi jika dibandingkan dengan kebutuhan ikan hias dunia nilainya masih relatif kecil. Kebutuhan pasar Uni Eropa dipasok oleh Singapura sebanyak 25%, sedangkan Indonesia hanya memasok 9%, padahal sebagian besar dari ikan yang dipasok oleh Singapura berasal dari Indonesia. Kondisi ini terjadi selain dari adanya dukungan pemerintah pada fasilitas transportasi, juga pada kualitas produk itu sendiri. Untuk mengembangkan kualitas ikan hias sebaiknya diketahui atribut yang disukai oleh penggemar ikan hias dan penilaian pada kelompok jenis ikan hias terhadap atribut yang dimilikinya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pemilihan konsumen dalam membeli dan memelihara ikan hias air tawar beserta jenis-jenisnya, mempersiapkan langkah awal strategis dalam membuat dan melakukan pemilihan jenis-jenis ikan hias air tawar untuk peternakan dan penjualannya.

Penelitian ini menggunakan alat analisa Model Sikap Multiatribut Fishbein yang menghitung nilai kepercayaan konsumen bahwa produk memiliki berbagai atribut, evaluasi suatu objek sikap yang dipertimbangkan oleh konsumen dapat dinyatakan dalam bilangan. Atribut didefinisikan sebagai karakteristik atau ciri dari objek sikap (A_0), dan dinyatakan sebagai nilai kinerja produk. Penggunaan diagram *Semantic Differential* sesuai dengan produk yang diteliti karena dapat menampilkan banyak merek produk dengan berbagai atribut yang dinilainya. Merek produk dalam penelitian ini difungsikan oleh kelompok jenis ikan hias.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggemar ikan hias sebagian besar adalah kaum pria, berpendidikan D3/S1, mempunyai minat yang cukup besar ditandai dengan adanya penyediaan tempat pemeliharaan khusus baik di area rumah tinggal maupun di luar rumah tinggal dan kebutuhan akan transfer pengetahuan dapat dilihat dari minat membaca dan menambah pengetahuan yang cukup besar. Pemeliharaan ikan umumnya dilakukan sendiri dan dengan bantuan anggota keluarga atau pegawai. Karakteristik penggemar ikan hias Jabotabek sebagian besar memelihara ikan hias dengan alasan hanya menggemari atau menggemari dan ingin menikmati tambahan penghasilan yang mungkin bisa didapatkan dari perpanjangan menjalankan kegemaran memelihara

Hak cipta dilindungi Undang-Undang



Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

MB-IPB

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Penguipaan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Penguipaan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



ikan hias, beberapa responden bahkan sudah mulai membuat ikan hias sebagai mata pencaharian utama.

Analisis pada atribut yang melekat pada ikan hias air tawar menunjukkan bahwa menurut responden, urutan atribut mulai dari yang terpenting berturut-turut adalah keindahan warna, keindahan bentuk, harga jual kembali, kemudahan cara perawatan, biaya pemeliharaan yang ekonomis, kedua atribut terakhir mempunyai kekuatan yang sama, dilanjutkan dengan harga pembelian, kemudian keunikan bantuk dan kelangkaan juga mempunyai kekuatan yang sama, kemudahan ditenakkan, kemampuan tingkah laku untuk dinikmati, kemampuan dapat menghasilkan varietas baru dan yang terakhir adalah citra yang dibawa.

Penelitian pada kelompok jenis ikan hias air tawar menunjukkan bahwa urutan ikan hias yang mempunyai kinerja terbaik berturut-turut adalah Guppy, Cupang hias dan Diskus, Maskoki dan Koi, Lou Han, Tetra, sedangkan yang mempunyai kinerja yang buruk adalah siklid kecil, siklid besar, Ikan Amazon dan yang terbruk adalah Arwana. Penilaian ini berdasarkan jumlah nilai perkalian antara nilai kepentingan atribut dan nilai kepercayaan atribut untuk seluruh atribut pada masing-masing jenis ikan hias.

Pada penilaian kinerja per atribut pada tiap kelompok jenis ikan hias, dapat dinyatakan walaupun ikan Guppy mempunyai kinerja total terbaik, akan tetapi dari atribut warna kalah dengan ikan Cupang dan Diskus, Lou Han serta Maskoki dan Koi. Lou Han menempati urutan ke empat, maka dalam hal ini kemungkinan Maskoki dan Koi menempati pasar berikutnya sebagai ikan hias musiman dapat diperkirakan karena hanya membutuhkan peningkatan pada atribut citra yang merupakan atribut yang mempunyai kepentingan terakhir dalam evaluasi urutan atribut.

Untuk kelompok Diskus dan Cupang Hias serta Diskus masih membutuhkan satu peningkatan pada atribut biaya pemeliharaan dan citra yang dibawa, demikian pula Lou Han jika hendak bertahan perlu ditingkatkan pada atribut biaya pemeliharaan, harga pembelian dan citra yang dibawa. Penilaian menunjukkan bahwa ikan Lou han ternyata tidak mempunyai kinerja yang terbaik saat ini menurut responden. Ikan Tetra yang dahulu terimbas dengan adanya Lou han pada penelitian ini ternyata menempati urutan setelah Lou Han, yang menunjukkan mulai membaiknya kinerja jenis ini, hal ini ditunjang pada kenyataan di lapangan bahwa *Aquascaping* mulai digemari, di mana ikan kecil pada jenis Tetra banyak dibutuhkan.

Ikan siklid kecil, siklid besar, ikan amazon dan arwana menurut penelitian membutuhkan peningkatan pada beberapa atributnya dan membutuhkan tiga tahap pelaksanaan untuk meningkatkan sebagian besar atributnya. Penilaian ini penting diperhatikan untuk meningkatkan kinerja ikan hias Indonesia agar dapat bersaing.

Strategi awal yang disarankan adalah : Peningkatan kualitas dengan persilangan untuk memperbaiki warna dan bentuk, menyiapkan

Hak cipta dilindungi Undang-Undang



Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

MB-IPB

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



pakan yang sesuai dengan tahapan pertumbuhan dan kebutuhan peningkatan warna, penyeleksian untuk peningkatan kualitas, Meningkatkan kualitas ikan hias dengan menjaga kesehatan ikan hias, menyediakan bibit unggul dan menghindari *inbreeding*. Pelaksanaan lomba yang memacu maskulinitas dapat meningkatkan kualitas ikan hias. Transfer teknologi dengan menambah pengetahuan melalui media massa atau menyelenggarakan seminar dan pelatihan dapat meningkatkan kualitas ikan hias. Penekanan biaya produksi dengan menyediakan makanan, obat dan alat yang dapat mengurangi biaya produksi, memberdayakan wanita atau anggota keluarga dalam operasional produksi sebagai tambahan penghasilan keluarga.

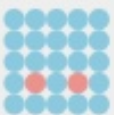
Promosi dengan menggunakan media massa dengan memperkenalkan fungsi lain dari Ikan Hias Air Tawar misalnya peranan Ikan Hias Air Tawar pada desain interior dan eksterior pada sarana publik, memfungsikan Ikan Hias Air Tawar pada praktek iptek di sekolah, memperkenalkan ikan hias sebagai sarana terapi kesehatan, menyelenggarakan pameran untuk memperkenalkan varietas baru, memperkenalkan kelangkaan ikan.

Penjualan dirumah pada peternakan rumahan ternyata banyak diminati penggemar, sehingga dapat menekan biaya penjualan dan dapat meningkatkan kemandirian pelaku bisnis ikan hias air tawar, memfungsikan kelompok penggemar dan pelaku pasar Ikan Hias Air Tawar dapat membantu menjembatani informasi, teknologi, kebijakan serta jaringan pemasaran, sehingga kinerja kualitas Ikan Hias Air Tawar dapat ditingkatkan.

Kata Kunci : Ikan Hias Air Tawar, Penggemar Ikan Hias Air Tawar, Jabotabek, Manajemen Pemasaran, Sikap Konsumen, Strategi Pemasaran Awal, Multiatribut Fishbein, Semantic Differential.

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IPB



MB-IPB
Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Penguipaan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Penguipaan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.