

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Krisis yang berkepanjangan telah memberikan pelajaran yang berharga bagi perekonomian Indonesia. Industri yang berbasis impor (*footloose industry*) lebih dari 30 % akan terpuruk, sedangkan industri yang berbahan baku lokal lebih bertahan bahkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian Indonesia selama masa krisis ini. Bahkan pada puncak krisis pada tahun 1998, sektor agribisnis masih mengalami pertumbuhan positif sebesar 0.62%, sedangkan sektor lainnya negatif (Sundjaja,2002).

Menurut Sundjaja (2002) dengan kondisi geografis serta luas areal yang ada, agribisnis adalah suatu sektor unggulan dalam perekonomian yang selama ini telah terus memberikan grafik yang terus meningkat secara perlahan namun pasti. Iklim tropika dan sumber daya alam yang dimiliki Indonesia membuat banyaknya keragaman agribisnis yang dapat dilakukan tanpa terputus oleh adanya musim dingin seperti yang dialami oleh negara yang beriklim subtropika. Disamping itu jumlah tenaga kerja yang banyak serta pasar yang besar jika dikelola dengan baik akan menjadi keunggulan komparatif yang cukup menunjang. Pertumbuhan ekonomi ini ditunjang dengan perdagangan ekspor non migas yang menghasilkan devisa cukup banyak untuk mendongkrak proyeksi perekonomian di Indonesia.

Agribisnis sebagai usaha kecil dan menengah selama ini sudah membuktikan dirinya sebagai sektor yang bertahan di saat badai krisis



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. 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.



melanda secara ber-kepanjangan. Jika dicermati maka sektor ini dapat menyiasati krisis yang ada menjadi suatu peluang usaha (Sundjaja,2002).

Perdagangan ikan hias air tawar menjadi salah satu primadona di bidang agribisnis perikanan. Iklim dan sumber daya alam Indonesia sangat menunjang untuk bisnis ini. Bisnis yang masih belum banyak ditangani secara intensif adalah perikanan darat terutama di bidang ikan dan tanaman hias air tawar, Bisnis ini sangat banyak jenis produknya dan biasanya berbasis dari perusahaan perorangan yang berkembang menjadi besar.

Ikan hias air tawar (IHAT) merupakan salah satu produk agribisnis yang konsumen akhirnya bersifat emosional, sehingga pada masa krisis makin bertambah marak karena sifatnya yang dapat menenangkan dan menghibur. Untuk para penggemarnya ada juga lomba yang memacu untuk persaingan sehat dan sosialisasi di antara mereka sehingga menambah maraknya variasi sifat pasar ikan hias. Dengan bervariasinya jenis ikan dan tingkatan sosial penggemarnya, maka ikan hias merupakan produk yang digemari dari kalangan ekonomi bawah hingga atas.

Karakteristik perdagangan ikan hias air tawar juga sangat bergantung pada kondisi lingkungan, musim dan jenis yang sedang diunggulkan saat itu. Hal ini menyebabkan jenis ikan yang diminta maupun jumlahnya mempunyai pola yang sangat beragam pada setiap waktu.

Nilai ekspor non migas dari Indonesia pada tahun 2001, sebesar 62,124.02 juta dolar AS, di mana 2,728.65 juta berasal dari sektor pertanian, termasuk di dalamnya ikan hias (Sundjaja,2002). Indonesia menempati

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik IPB



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.



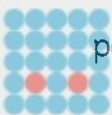
urutan ke sebelas dengan total nilai ekspor 15 juta per tahun, sedangkan Singapura menempati urutan pertama negara pengekspor ikan hias di dunia dengan total nilai 300 juta dollar AS per tahun. Indikasi bahwa sebagian besar ikan hias Singapura berasal dari Indonesia didasarkan pada pendapat Menteri Kelautan dan Perikanan Rokhmin Dahuri bahwa 90 persen ekspor ikan hias Indonesia dilakukan melalui Singapura¹. Demikian pula menurut Affan Lubis pada Kompas 12 April 2002, dikatakan bahwa 85 persen dari total ikan hias yang masuk ke Malaysia dan Singapura sekarang diperkirakan berasal dari Indonesia². Hal ini disebabkan karena buruknya citra, kinerja dan mutu ikan hias Indonesia di mata pembeli mancanegara.

Kinerja dan mutu ikan hias perlu diperbaiki dan ditingkatkan, sehingga citra produk ikan hias Indonesia meningkat, maka perlu adanya gambaran pasar ikan hias air tawar, sehingga dapat direncanakan produksinya. Produksi yang direncanakan secara baik dapat meningkatkan mutu produk yang dihasilkannya. Ikan hias sebagai kegemaran nyaris sulit dipastikan trend pasarnya, akan tetapi dapat dipelajari kecenderungannya. Peternak ikan hias perlu gambaran secara jelas pangsa pasar setiap kelompok jenis ikan dan konsumen akhir yang dituju.

Peternak ikan hias yang ingin berproduksi berdasarkan permintaan pasar, memerlukan pola yang dapat diperhitungkan untuk setiap rencana periode produksinya. Pada tingkat peternak ikan hias tradisional, pemilihan

¹ Kompas online, 2002, Pemerintah Tetap "Firm" pada Angka 15 Persen, Kompas online edisi 28 November 2002, <http://www.kompas.com/kompas%2Dcetak/0211/28/ekonomi/peme14.htm>

² Antara, 2002, Pasar Ekspor Ikan Hias Indonesia Besar, Kompas online edisi 12 April 2002, <http://www.kompas.com/kompas%2Dcetak/0204/12/ekonomi/kila14.htm>





jenis kelompok ikan hias sering berdasarkan pada 'kabar angin' yang beredar tentang ikan mana yang laku, baru kemudian dicoba di lahan mereka. Kegagalan umumnya disebabkan kurangnya pengetahuan ilmiah terapan yang menunjang pemeliharaan ikan hias tersebut. Peternak kelas menengah umumnya sudah mempunyai pengetahuan ilmiah dasar tentang habitat dan lingkungan ikan hias yang lebih maju, sehingga kegagalan karena salah penanganan dapat dikurangi. Keberhasilan produksi perlu juga ditunjang dengan pengetahuan tentang pasar dan arah pasar pada kelompok ikan hias yang dipeliharanya. Peternak ikan pada mulanya memelihara ikan hias berdasarkan kelompok ikan sejenis, yang akan berkembang sesuai dengan ketrampilan peternak dan kondisi alam setempat.

Menurut pendapat lisan beberapa pelaku pasar IHAT, masuknya ikan Lou Han (*Cichlasoma sp*) dari Malaysia menyebabkan banyak peternak ikan mengalami penurunan terhadap permintaan jenis ikan hias lainnya. Kejadian ini sering terjadi pada iklim perikanan di Asia, terutama Indonesia. Pemicu adanya mitos 'ikan sebagai pembawa keberuntungan' merupakan alat yang sangat tepat untuk kalangan Asia, terutama etnis dari ras Mongolia seperti Cina, Taiwan, Korea atau Jepang. Adanya ikan hias musiman yang mendominasi sehingga menurunkan minat orang terhadap ikan hias lain yang biasa digemari. Biasanya kegemaran orang terhadap ikan musiman ini akan berakhir jika terjadi kejenuhan. Biasanya pasar ini hanya terjadi secara serentak di area tertentu saja dan umumnya bersifat lokal. Untuk para eksportir, hal ini menyebabkan kesulitan untuk mendapatkan ikan hias dalam

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik IPB



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.



jumlah normal karena sebagian peternaknya beralih ke ikan musiman atau berhenti karena bangkrut.

Dampak dari ikan hias musiman yang biasanya sifatnya dimulai dengan eksklusifitas, diikuti dengan meningkatkan harga pakan ikan serta alat penunjangnya. Hal inilah yang dirasakan oleh para peternak ikan hias pada umumnya. Hal ini pula menyebabkan matinya usaha peternak ikan hias skala menengah dan kecil.

Ikan hias musiman yang sudah beredar pada umumnya hanya memerlukan satu hingga dua ekor pada setiap akuariumnya, karena biasanya merupakan ikan pemangsa yang digemari karena cara makannya dan sifatnya agresif jika menyatakan wilayah 'kekuasaannya', sedangkan untuk ikan hias lainnya biasanya berkelompok lebih dari dua ekor. Sedikitnya uang dan mudahnya ikan Lou Han berkembang biak, menyebabkan kegemaran lanjutan yaitu menernakannya. Lou Han lebih mudah berpijah daripada Discus, maka pasarnya juga cukup lama bertahan. Strategi pemasaran Malaysia yang cukup cerdas ini membuat jenis ikan Lou Han yang dijagokan setiap kali berubah, sehingga devisa Malaysia diperkirakan meningkat cukup banyak dari perdagangan ikan Lou Han ini.

Pengamatan di lapangan menunjukkan bahwa penggemar ikan Lou Han sudah sampai pada kalangan bawah. Harga jual kembali yang lumayan bagus dan mudahnya ditenakkan, menyebabkan tukang warung nasi pinggir jalan dan tukang sampahpun sudah menternakkannya untuk dijual. Kurangnya pengetahuan, menyebabkan mereka mudah dibohongi, sehingga makanan dengan harga mahalpun berani mereka beli. Hal ini lebih hebat dari

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. 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.



Hak cipta dilindungi Undang-Undang

pada dampak dari ikan musiman sebelumnya yaitu Discus dan Cupang Hias. Munculnya peternak skala ruangan memberi dampak negatif pada peternak skala lapangan, dimana pakan, akuarium dan pelengkapanya bukan merupakan satu-satunya faktor produksi, sewa atau pembelian tempat yang luas serta biaya tenaga kerja dan operasional yang tinggi juga merupakan hal yang dialami oleh peternak lapangan. Pemakaian pakan, alat dan akuarium yang tidak banyak menyebabkan para peternak skala ruangan tidak terpengaruh dengan harga tinggi. Biasanya mereka beternak ikan ini hanya untuk tambahan penghasilan dan tidak mempunyai tenaga kerja atau tempat yang khusus. Penghasilan utamanya bukan dari penjualan ikan tersebut.

Beberapa peternak ikan yang masih bertahan mengeluhkan keadaan ini, dan berusaha mencari alternatif untuk bertahan. Pencarian alternatif diperlukan untuk jenis ikan lain yang berskala ruangan sehingga dapat mengurangi biaya produksi atau untuk yang bermodal relatif besar untuk mengurangi adanya persaingan. Peternak ikan hias kecil sekarang sulit bertahan, karena biaya produksi terimbas dengan maraknya ikan Lou Han ini, untuk itu perlu disiasati cara pemilihan ikan yang akan ditenak disesuaikan dengan modal dan kondisi yang ada sekarang.

Pasar di tingkat eksportir masih dapat mempertahankan permintaan ikan hias kecil, sehingga dapat menyerap sebagian hasil peternak ikan.

Banyak pula eksportir yang tutup karena sulitnya mencari ikan hias kecil yang bermutu. Pasar Lokal sudah didominasi oleh ikan musiman, seperti Discus, beralih ke Cupang Hias dan sekarang Lou Han. Petani ikan tidak berani



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.



mencoba untuk merubah jenis yang dipeliharanya karena mereka sama sekali belum mempunyai gambaran yang nyata tentang pasar lokal. Biasanya mereka cenderung asal produksi saja atau berhenti produksi dan berganti ke bidang produk yang lain, jika modal yang dimilikinya masih mencukupi.

Rantai perdagangan ikan hias air tawar ini hanya dapat dimajukan dengan adanya bantuan dari banyak pihak, peneliti lapangan, para ahli perikanan maupun dukungan dari pemerintah untuk kemudahan-kemudahan terutama dalam perijinan untuk peremajaan induk serta transportasi, sehingga dapat bersaing dengan negara lain. Interaksi yang saling mendukung di antara pihak-pihak yang bersangkutan sangat membantu dalam merealisasikan kemajuan komoditi ikan hias ini.

Media massa juga diharapkan peran sertanya untuk memberikan informasi yang diharapkan untuk menunjang kemajuan ikan hias air tawar di Indonesia. Peran media massa dalam memicu arah agribisnis selama ini telah terbukti, terlihat dari akibat yang ditimbulkannya setelah penulisan tentang keuntungan dari suatu usaha agribisnis tertentu, jangkrik dan cacing Lumbricus adalah salah satu contohnya. Sekarang banyak media massa yang membahas tentang ikan hias, maraknya penggemar ikan hias musiman juga banyak dipicu dari tulisan-tulisan pada media massa tersebut.

Produk kegemaran menempati urutan berikutnya setelah dipenuhinya kepentingan primer dan sekunder, posisinya sebagai kebutuhan tersier menjadikan ikan hias sebagai produk hiburan dengan alasan pembelian yang bervariasi. Variasi dari faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan



MB-IPB

Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik 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.



pembelian ikan hias akan diteliti sebagai atribut dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan gambaran yang lebih jelas secara ilmiah untuk mengetahui pengaruh atribut tersebut dalam keputusan pembelian ikan hias, dalam penelitian ini dibatasi untuk ikan air tawar.

1.2. Identifikasi Masalah

Perubahan minat konsumen karena pengaruh ikan musiman, sering menyebabkan pergeseran pada jenis dan jumlah permintaan ikan hias air tawar. Lou Han sebagai salah satu ikan musiman memberikan dampak yang paling terasa pada pasar ikan hias air tawar, dibandingkan dengan ikan musiman lainnya seperti Maskoki, Discus, Cupang ataupun Koi pada masanya. Dampak ini terjadi karena banyaknya konsumen yang pindah dari ikan lain ke ikan Lou Han.

Berubahnya minat konsumen lokal, menyebabkan banyak peternak ikan hias yang bangkrut, terutama untuk ikan hias jenis-jenis Tetra, dan ikan kecil lainnya yang memerlukan penggunaan lahan khusus yang cukup luas. Ikan-ikan jenis Tetra yang sering disebut ikan klasik, beberapa di antaranya disebut ikan abadi seperti Neon Tetra, Palmeri dan Red Nose pada masa dua tahun yang lalu sebelum masuknya Ikan Lou Han, masih relatif stabil pasarnya walaupun pada saat itu Discus sebagai ikan musiman cukup marak di pasaran, Cupang Hias juga tidak memberikan pengaruh yang berarti bagi ikan-ikan kecil ini. Lou Han sejak masuk ke Indonesia dengan segala mitos dan atribut lainnya mampu menggeser pasar ikan lokal hingga ke segmen dan jumlah yang tidak disentuh ikan musiman sebelumnya. Data

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.

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta dilindungi IPB



Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

MB-IPB



tertulis yang akurat tentang penjualan ikan hias air tawar setiap jenis dan jumlahnya belum didapatkan.

Permasalahan berikutnya yang timbul disebabkan karena naiknya biaya operasional. Ikan Lou Han mempunyai makanan favorit 'cacing beku' atau *bloodworm* beku. *Bloodworm* sebenarnya adalah larva *Chironomus sp.*, sejenis agas-agas (*non-biting midge*) yang sering didapati di perairan sungai atau kolam, dalam proses penjualannya umumnya dikemas dengan dibekukan dalam nampan plastik. Bagi para peternak ikan hias, larva *Chironomus sp.*, merupakan suatu makanan yang wajib diberikan pada indukan ikan hias tersebut untuk mendapatkan hasil yang maksimal dalam pemijahan dan pembiakannya. Makanan substitusi masih belum dapat memberikan hasil yang sama baiknya.

Penggemar Lou Han pada awalnya dimulai dari kelas menengah ke atas, dimana pembelian larva *Chironomus sp.* beku dipercaya merupakan suatu 'keharusan' untuk memberikan warna yang indah pada Lou Han. Akibat dari permintaan yang tinggi, maka harga larva *Chironomus sp* naik dengan cukup drastis. Kenaikan harga yang cukup tinggi ini sangat berpengaruh bagi peternak ikan hias kecil, yang membutuhkan sedikitnya 40% dari 60 % biaya produksinya untuk pakan jenis larva *Chironomus sp.* ini³. Kenaikan biaya operasional ditambah dengan menyempitnya pasar lokal, menyebabkan peternak ikan hias jenis ikan-ikan kecil sebagian besar bangkrut. Harga yang cukup tinggi ini tidak terasa bagi penggemar ikan Lou

³ Syanti, P. 2003 Wawancara dengan Ketua Koperasi Ikan hias Bogor (KPKB), Mei 2003, Bogor





han karena umumnya para penggemarnya tidak mengeluarkan biaya operasional lainnya seperti biaya tenaga kerja ataupun sewa tempat khusus bagi ikan yang dipeliharanya, dan pada umumnya mereka tidak menggantungkan penghasilannya hanya dari ikan Lou Han. Hal ini sangat berbeda dengan para peternak ikan kecil yang mata pencahariannya hanya dari menternakkan ikan hias.

Peternak ikan hias sering mengeluhkan keadaan di atas dan mengharapkan adanya sedikit gambaran yang nyata tentang konsumen ikan hias air tawar. Banyak hal yang belum diketahui secara jelas oleh peternak, ikan jenis apa saja yang digemari oleh konsumen lokal saat ini, dan yang terpenting adalah atribut apa yang menyebabkan konsumen itu memilih ikan tersebut untuk kegemarannya.

Pengetahuan pada tiap atribut dari jenis-jenis ikan hias tersebut akan mempermudah peternak untuk merencanakan produksi ikan yang sesuai dengan keinginan pasar, sehingga dapat bertahan dan cukup fleksibel dalam menjalankan usahanya. Dari segi konsumen lokal, pemenuhan kebutuhan akan ikan hias yang sesuai dengan yang diinginkan dapat membuat konsumen lokal setidaknya memberikan perhatian lebih pada ikan produksi lokal. Untuk para pelaku pasar IHAT lainnya juga dapat mengemasnya sesuai dengan yang diinginkan konsumen⁴. Strategi produksi dan pemasaran ikan hias air tawar hanya bisa didapatkan jika gambaran jelas



⁴ Saksono, A., 2000, Peran Raiser untuk Stok Ikan Nasional, Trubus No. 369 edisi Agustus 2000, Jakarta : PT Trubus Swadaya



dari faktor-faktor sikap kosumen terhadap ikan hias terdeskripsi dengan jelas.

1.3. Pembatasan Masalah

Lingkup masalah dibatasi pada sisi konsumen, dengan mencari faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih dan membeli ikan hias. Faktor ini digambarkan pada atribut-atribut sebanyak sebelas atribut yang didasarkan pada warna, bentuk, teknis dan biaya pemeliharaan serta imej yang disandangnya

Jenis ikan hias air tawar disederhanakan menjadi sembilan kelompok jenis ikan hias. Pengelompokan ini didasarkan pada kenyataan di lapangan, beberapa merupakan ikan musiman yang sering dilombakan, sebagian lagi merupakan ikan yang diminati karena kelangkaannya, sedangkan ikan Lou Han sebagai ikan musiman yang berpengaruh dikelompokkan dalam kelompok tersendiri dan sebagian lagi adalah kelompok ikan-ikan klasik yang didominasi ikan-ikan kecil seperti Tetra, Rainbow dan sejenisnya.

Faktor perbedaan individu dibatasi pada pengetahuan, sumberdaya konsumen dan demografi. Faktor pengaruh lingkungan dibatasi hanya pada kelas dan status sosial, kelompok sosial dan keluarga. Faktor proses psikologi yang terjadi pada konsumen tidak diteliti secara rinci karena membutuhkan instrumen penelitian yang memadai dan perlu diuji terlebih dahulu presisinya, hal ini memerlukan penelitian tersendiri yang lebih terkonsentrasi.

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. 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.



Pertimbangan-pertimbangan di atas mendasari penelitian ini sehingga sifatnya relatif, dan terbatas pada konsumen ikan hias air tawar di wilayah yang sedang diteliti. Data-data numerik yang didapatkan digunakan untuk mengetahui nilai kepercayaan konsumen terhadap atribut-atribut ikan hias yang dianalisa. Masalah dibatasi dengan meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen ikan hias air tawar dan informasi yang mengikutinya

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari permasalahan di atas, maka masalah proses keputusan pembelian konsumen ikan hias dan informasi yang mengikutinya dapat dirumuskan sebagai berikut :

- Faktor apa saja yang berpengaruh dalam minat memilih jenis ikan hias air tawar yang dibelinya dan seberapa besar minat konsumen pada jenis produk tersebut.
- Atribut apa saja yang berpengaruh dalam pemilihan konsumen dalam menentukan jenis ikan hias air tawar dan bagaimana tingkat kepentingan atribut tersebut dalam proses pemilihan konsumen IHAT.
- Informasi apa saja yang diperlukan dalam membeli dan memelihara IHAT dan bagaimana informasi tersebut disampaikan.

1.5. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

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.

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik IPB



Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

MB-IPB



1. Menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pemilihan konsumen dalam membeli dan memelihara ikan hias air tawar beserta jenis-jenisnya.
2. Mempersiapkan langkah awal strategis dalam membuat dan melakukan pemilihan jenis-jenis ikan hias air tawar untuk peternakan dan penjualannya.

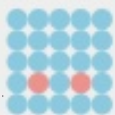
1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi **para pelaku bisnis ikan hias air tawar** dalam:

1. Menganalisis proses pemilihan konsumen ikan hias air tawar, sehingga para pelaku bisnis dapat memberikan produk ikan hias sesuai dengan yang diinginkan konsumen.
2. Memberikan gambaran tentang kelompok jenis ikan hias yang ada di pasaran, sehingga bisa digunakan untuk perencanaan produksi dan pelayanan jasa ikan hias air tawar.
3. Meningkatkan kualitas ikan hias air tawar sesuai dengan harapan konsumen sehingga dapat memenuhi harapan konsumen terhadap ikan hias air tawar produksi lokal.
4. Memberikan langkah awal untuk menentukan arah lanjut dari agribisnis ikan hias air tawar ataupun peramalan jenis ikan yang akan dimunculkan di pasaran pada periode waktu mendatang.

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. 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.



1.7. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian dibatasi pada area Jabotabek. Pertimbangan ini dilakukan dengan gambaran umum Jakarta sebagai pusat berbagai kegiatan berkenaan dengan ikan hias air tawar, seperti lomba, impor, ekspor, pertemuan kelompok penggemar, dengan kota-kota dalam area regionalnya, Jabotabek.

Responden diutamakan adalah pelaku bisnis dan penggemar ikan hias air tawar. Bagi penggemar disyaratkan berusia 18 tahun ke atas yang gemar memelihara ikan hias dan cukup mengenal berbagai ikan hias air tawar sehingga pendapatnya bisa dijadikan referensi dalam pengambilan keputusan responden tersebut sebagai penggemar ikan hias. Perkembangan kegemaran responden dari penggemar biasa hingga menjadi peternak jenis ikan yang digemari hingga menjualnya umum terjadi dalam dunia ikan hias air tawar.

Ikan hias air tawar yang diteliti dikelompokkan dalam sembilan kelompok berdasarkan kenyataan di lapangan pada wawancara pendahuluan. Pengelompokan ini didasarkan pada masa *trend* kelompok jenis ikan hias air tawar, serta isu di lapangan tentang kelompok-kelompok jenis tersebut. Pasar umumnya sering mengikuti arus *trend* ini untuk penyediaan ikan hiasnya. Pengertian *trend* yang digunakan di atas adalah suatu istilah populer dalam masyarakat untuk masa musim pasar suatu jenis produk.

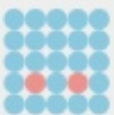
Atribut yang diteliti untuk kesembilan kelompok jenis adalah atribut yang dipilih berdasarkan beberapa wawancara pendahuluan untuk



penentuan atribut pemicu pembelian ikan hias air tawar. Atribut-atribut tersebut dipilah-pilah menjadi sebelas atribut yang akan diteliti pengaruhnya pada proses keputusan pembelian konsumen.



© Hak Cipta Milik IPB
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.