

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Peraturan Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) Nomor 03.1.5.12.11.09955 Tahun 2011, pangan olahan merupakan makanan jadi yang merupakan hasil olahan yang diolah untuk diperdagangkan. Berdasarkan kriterianya pangan olahan digolongkan kedalam pangan olahan yang diproduksi oleh *home industry* atau bukan perusahaan.

Pangan olahan di Indonesia dapat digolongkan menjadi pangan olahan siap saji dan tidak siap saji. Pangan olahan siap saji merupakan makanan atau minuman yang siap disajikan contohnya roti, kemplang, es krim dan sebagainya. Makanan olahan tidak siap saji memerlukan pengolahan lanjutan untuk dapat dimakan atau diminum contohnya tahu, rusip, terasi, sirup dan sebagainya (Saprinto dan Hidayati 2006).

Makanan olahan dihasilkan di setiap daerah di Indonesia yang dikenal dengan istilah makanan tradisional, yang dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan pangan masyarakat setempat. Provinsi Kepulauan Bangka Belitung merupakan daerah yang mempunyai makanan tradisional salah satunya, yaitu rusip. Rusip merupakan makanan khas daerah Bangka Belitung yang dihasilkan hampir diseluruh daerah di Bangka Belitung. Salah satu desa penghasil rusip adalah Desa Batu Belubang.

Desa Batu Belubang merupakan desa yang terdapat di Kecamatan Pangkalan Baru Kabupaten Bangka Tengah. Desa tersebut terletak di pesisir pantai, dengan mata pencaharian penduduk sebagian besar berprofesi sebagai nelayan dan wirausaha. Wirausaha yang dilakukan yaitu pembuatan makanan yang berasal dari hasil olahan laut seperti rusip, kemplang dan *calok*. Salah satu produk olahan yang banyak diminati oleh konsumen adalah rusip, karena rusip Desa Batu Belubang terkenal dengan rasanya yang enak.

Rusip merupakan olahan ikan yang bahan bakunya adalah ikan yang berukuran kecil kurang lebih panjangnya lima sentimeter. Ikan yang biasa digunakan yaitu ikan teri atau bilis (*Engraulidae*) dan ikan ciu atau selar bentong

(*Selaroides leptolepis*). Rusip dibuat dengan campuran garam, ikan dan gula aren dengan perbandingan 1:5:1 dalam satuan kilogram, yang selanjutnya disimpan dalam wadah tertutup selama kurang lebih satu sampai dua minggu (Susilowati *et al*, 2014).

Umumnya rusip disajikan bersama lalapan. Rusip dapat disajikan langsung ataupun dimasak terlebih dahulu. Konsumen rusip saat ini bukan hanya di daerah Bangka Belitung namun juga dari luar daerah, seperti Palembang dan Jakarta. Konsumen yang berasal dari luar daerah merupakan konsumen yang sedang berkunjung ke daerah Bangka Belitung dan menjadikan rusip sebagai oleh-oleh untuk dibawa kembali ke daerah asal konsumen.

Konsumen yang akan membeli rusip akan melewati proses pengambilan keputusan. Proses pengambilan keputusan yang spesifik terdiri dari: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Sedangkan pengambilan keputusan oleh konsumen untuk membeli sebuah produk, perlu mempertimbangkan variabel produk seperti harga, kualitas, pelayanan dan faktor psikologis (Mauliana, 2017)

Selain itu proses pembelian konsumen akan dipengaruhi oleh minat beli konsumen. Minat beli konsumen merupakan suatu sikap senang terhadap suatu objek yang membuat individu berusaha untuk mendapatkan objek tersebut dengan cara membayar dengan uang. Konsumen akan memutuskan membeli dari segi harga, kualitas, pelayanan dan faktor emosional (psikologis) yang diterimanya. Oleh karena itu setiap usaha harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya.

Usaha yang dilakukan yaitu mampu menyediakan produk yang mutunya lebih baik atau berkualitas, harga terjangkau, penyajian atau penyerahan produk yang cepat dan pelayanan yang baik. Produk yang mutunya baik bisa dilihat dari kemasan produk dan kebersihan yang terjamin dalam produk yang disajikan merupakan salah satu faktor utama dalam menjual produk olahan. Selain itu harga yang terjangkau dan penyajian produk yang cepat dapat menarik minat beli konsumen. Pelayanan yang baik mampu memberikan kepuasan kepada konsumen dan meningkatkan minat beli konsumen, serta akan mampu mempertahankan

konsumen yang sudah ada (konsumen lama) untuk terus membeli produk yang ditawarkan bahkan dapat pula menarik minat calon konsumen baru. (Yolanda, 2011).

Banyaknya usaha pembuatan rusip yang menjual produknya langsung kepada konsumen dan ke pedagang besar atau kecil. Menyebabkan tingginya tingkat persaingan sehingga membuat para pengusaha rusip di Desa Batu Belubang harus meningkatkan mutu produknya agar tetap memiliki konsumen. Menggunakan harga yang lebih murah dan kualitas produk yang baik merupakan strategi dalam bersaing untuk mempertahankan konsumen dari masing-masing produsen rusip. Konsumen bebas memilih produk yang bisa memberikan kepuasan pada diri konsumen. Produsen yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen melalui produknya, maka produk tersebut akan terus dikonsumsi oleh konsumen.

Produsen rusip yang terdapat di Desa Batu Belubang beragam. Namun terdapat dua produsen rusip yang terkenal di Desa Batu Belubang. Setiap produsen rusip memiliki bahan baku dan cara pengolahan yang berbeda. Bahan baku yang diperoleh berasal dari nelayan daerah setempat. Produsen rusip Poklhasar Barokah menggunakan bahan baku ikan teri (*Engraulidae*) dan produsen rusip Bik Yatin menggunakan bahan baku ikan ciu (*Selaroides leptolepis*) yang berukuran kurang lebih 5 cm. Perbedaan bahan baku dan komposisi bahan yang digunakan akan mempengaruhi rasa rusip. Perbedaan rasa rusip menyebabkan perbedaan harga rusip dikalangan konsumen. Rusip yang memiliki rasa yang baik seperti rasa asin sedikit asam akan diminati oleh banyak konsumen, karena konsumen tidak hanya memperhatikan harga produk namun juga rasa dari produk yang akan dikonsumsi.

Tabel 1. Data Jumlah Produksi Rusip di Desa Batu Belubang Tahun 2017

Nama	Alamat	Jumlah Produksi/Bulan (Kg)
Subiarti	Desa Batu Belubang	120
Azami	Desa Batu Belubang	100
Mamat	Desa Batu Belubang	400
Yatin	Desa Batu Belubang	280
Sarbi	Desa Batu Belubang	200

Sumber. Disperindagkop Kabupaten Bangka Tengah

Produsen Poklahsar Barokah dan produsen Bik Yatin telah lama melakukan usaha pembuatan rusip. Produsen Poklahsar Barokah telah melakukan usaha selama tiga belas tahun dan produsen Bik Yatin telah melakukan usaha selama tujuh tahun. Masing-masing produsen telah memproduksi rusip lebih dari 200 kilogram tiap bulannya. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 1 data jumlah produksi rusip di Desa Batu Belubang. Lamanya usaha pembuatan rusip di kedua produsen ini dan jumlah produksi yang banyak membuat peneliti ingin meneliti rusip di kedua produsen tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai minat beli konsumen karena penelitian tentang minat beli konsumen terhadap produk rusip masih terbatas. Selain itu juga untuk memperkenalkan makanan khas Bangka Belitung dalam mengangkat kearifan lokal masyarakat Bangka Belitung.

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dirumuskan dapat diuraikan rumusan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian rusip pada produsen Poklahsar Barokah dan produsen Bik Yatin di Desa Batu Belubang?
2. Faktor apa saja yang berpengaruh terhadap minat beli konsumen rusip pada produsen Poklahsar Barokah dan produsen Bik Yatin di Desa Batu Belubang?

1.3. Tujuan Penulisan

Dari latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan dapat disimpulkan tujuan penulisan sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian rusip pada produsen Poklahsar Barokah dan produsen Bik Yatin di Desa Batu Belubang
2. Menganalisis faktor yang berpengaruh terhadap minat beli konsumen rusip pada produsen Poklahsar Barokah dan produsen Bik Yatin di Desa Batu Belubang.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut:

1. Bagi pengusaha penelitian ini sebagai informasi dan bahan masukan ataupun acuan untuk usaha rusip di Desa Batu Belubang supaya lebih memperhatikan produknya sehingga meningkatkan pelanggan.
2. Bagi penulis, untuk menambah pengetahuan dan informasi untuk penelitian selanjutnya khususnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk rusip.
3. Bagi pemerintah dapat menjadi informasi untuk mengembangkan dan pembinaan kepada masyarakat yang melakukan usaha.

