

VOL.1, NO. 1, JUNI 2017

ISSN: 2580-0787

PAPALELE

JURNAL PENELITIAN SOSIAL EKONOMI PERIKANAN DAN KELAUTAN



PAPALELE-JURNAL PENELITIAN SOSIAL EKONOMI PERIKANAN DAN KELAUTAN	VOLUME 1	NOMOR 1	HALAMAN 1 - 38	JUNI 2017	ISSN 2580-0787
------------------------------------------------------------------------	-------------	------------	-------------------	--------------	-------------------



Diterbitkan oleh:

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS PERIKANAN
FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
UNIVERSITAS PATTIMURA



JURNAL
PENELITIAN SOSIAL EKONOMI PERIKANAN DAN KELAUTAN

PENANGGUNG JAWAB
Ketua Program Studi Sosial Ekonomi Perikanan

KETUA DEWAN REDAKSI
D. Bawole

REDAKTUR AHLI
V. Nikijuluw, M.S. Baskoro, J. Hiariej, F. Rieuwpassa, P. Wenno

REDAKTUR PELAKSANA
St. M. Siahainenia, R.L. Papilaya, Y. Lopulalan, Y.M.T.N. Apituley,
V.J. Pical, W. Talakua, E. Talakua

PELAKSANA TATA USAHA
L.M. Soukotta, A. Ruban, K. Pattimukay, J. Sangaji, F. de Lima, Y. Anaktototy

PENERBIT
Program Studi Sosial Ekonomi Perikanan Jurusan Teknologi Hasil Perikanan
Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Pattimura

ALAMAT REDAKTUR
Program Studi Sosial Ekonomi Perikanan Jurusan Teknologi Hasil Perikanan
Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Pattimura
Jln. Mr. Chr. Soplanit Poka-Ambon Telp. (0911) 379859. Fax 379196

PAPALELE merupakan jurnal penelitian ilmu sosial ekonomi perikanan dan kelautan yang menyajikan artikel tentang hasil penelitian yang berkaitan dengan bidang sosial ekonomi perikanan dan kelautan. Setiap naskah yang dikirim akan dinilai secara kritis oleh tim penilai yang relevan sebelum diterbitkan. Jurnal ini diterbitkan dua kali setahun, bulan Juni dan Desember.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat-Nya, Jurnal INSEI, Jurnal Penelitian Ilmi-Ilmu Sosial ekonomi Perikanan yang berganti nama menjadi PAPALELE, Jurnal penelitian Sosial Ekonomi Perikanan dan Kelautan dengan tampilan dan tata letak baru telah diterbitkan.

PAPALELE, Jurnal penelitian Sosial Ekonomi Perikanan dan Kelautan sesuai dengan Keputusan Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia Nomor 0005.25800787/JI.3.1.SK.ISSN/2017.05-29 Mei 2017 telah mengeluarkan nomor ISSN 2580-0787 untuk mulai penerbitan edisi volume 1 nomor 1, Juni 2017. Pada edisi ini, ditampilkan lima tulisan penelitian yang berkaitan dengan ilmu sosial ekonomi perikanan dan kelautan.

Dengan diterbitkannya jurnal ini, diharapkan dapat memberikan informasi ilmiah di bidang sosial ekonomi perikanan dan kelautan kepada pembaca. Saran dan masukan dari pembaca sangat diharapkan guna kesempurnaan penerbitan jurnal di waktu depan.

REDAKSI

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	ii
MAKSIMASI KEUNTUNGAN USAHA BUDIDAYA RUMPUT LAUT DI DESA SATHEAN Oleh: Eygner Gerald Talakua dan Frichilla Pentury	1-9
PROSPEK PENGEMBANGAN UMKM PENGOLAHAN IKAN DI KOTA AMBON Oleh: Stevanus Marely Siahainenia dan Johanis Hiariy	9-15
ADAPTASI PERUBAHAN IKLIM DALAM PENGELOLAAN EKOSISTEM MANGROVE MELALUI PENDEKATAN EKOLOGI, EKONOMI DAN SOSIAL BUDAYA MASYARAKAT DI TELUK KOTANIA Oleh: Hellen Nanlohy, Ambaryanto, Azis Nur Bambang, dan Sahala Hutabarat	16-21
STRATEGI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT NELAYAN PANCING TONDA (<i>TROLL LINE</i>) DI KECAMATAN LEIHITU Oleh: Yofita Anaktototy	22-29
ANALISIS KEUNGGULAN BERSAING IKAN ASAP TUNACA DI KOTA AMBON Oleh: Eva M Jadera, Yolanda MTN Apituley, Renoldy L Papilaya	30-38

ANALISIS KEUNGGULAN BERSAING IKAN ASAP TUNACA DI KOTA AMBON***ANALYSIS COMPETITIVE ADVANTAGE OF SMOKEFISH TUNACA IN AMBON*****Eva M Jadera, Yolanda MTN Apituley*, Renoldy L Papilaya**

Program Studi Agribisnis Perikanan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Pattimura
Jln. Mr. Chr. Soplanit, Desa Poka, Kota Ambon, Provinsi Maluku

* Penulis korespondensi: yolanda_ab@yahoo.com

Diterima 20 Mei 2017, disetujui 20 Juni 2017

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan karakteristik responden yang mengonsumsi ikan asap Tunaca, mengidentifikasi tingkat kepuasan dan harapan konsumen, serta menganalisis keuntungan kompetitif ikan asap Tunaca. Tujuan-tujuan tersebut diperoleh melalui penerapan metode survei dan interview sebagai alat untuk mengumpulkan data. Sebanyak lima puluh responden yang mengonsumsi ikan asap Tunaca diperoleh berdasarkan *Accidental Sampling*. Selanjutnya data-data yang diperoleh dianalisis dengan analisis kualitatif deskriptif dan analisis kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan mayoritas responden adalah perempuan, pendidikan terbanyak sarjana dan pekerjaan sebagai PNS. Usia responden pada dewasa lanjut dengan pendapatan Rp. 3.500.000,- 4.400.000,-, dan jumlah anggota keluarga terbanyak < 4 Orang. Tingkat kepuasan responden tinggi terhadap variabel daya tahan, rasa, kehalalan produk, kemasan, informasi produk dan keramahan pelayanan. Variabel-variabel yang merupakan keunggulan bersaing pada produk ikan asap Tunaca adalah variabel daya tahan produk, variabel rasa produk, variabel kehalalan produk, serta desain dan model dari produk ikan asap Tunaca.

Kata kunci: keunggulan bersaing, ikan asap tunaca, tingkat kepuasan dan harapan.

ABSTRACT

This research aims to describe the characteristics of respondents, identify levels of satisfaction and expectations of consumers and analyzing the competitive advantage smoked fish Tunaca, this research is done in the processing and marketing of products by applying methods of surveying using a detailed questionnaire and interview as a means of collecting the data of principal. The sample as many as 50 people are determined based on techniques Accidental Sampling that is a consumer who buys smoked fish is found Tunaca. The analysis used is descriptive qualitative analysis and qualitative analysis in quantitative with application of likert scale. The research result to describe characteristics of respondents based on age, gender, education, occupation, income and the number of family members. The purpose of the following indicate satisfaction and expectations of consumers against variables, variables that are considered to have a competitive advantage of smoked fish product is durability, taste, halal and packaging product.

Keywords: analysis, respondents, variable, competitive advantages, product

PENDAHULUAN

Salah satu komoditi perikanan bernilai ekonomis penting di Maluku adalah ikan pelagis besar seperti tuna dan cakalang. Tercatat potensi sumberdaya perikanan di laut Provinsi Maluku untuk produksi ikan pelagis besar 261.000 ton/tahun Watloly, (2010). Salah satu cara agar ikan dapat dimanfaatkan semaksimal mungkin adalah dengan diolah. Ikan asar merupakan salah satu ikan olahan terkenal di Maluku, yang pengolahannya masih dilakukan secara tradisional. produsen sering terpapar dengan asap yang dihasilkan dari proses pengasapan. Proses pengolahan yang tidak memperhatikan aspek sanitasi dan higienis serta penjualan yang tidak menggunakan kemasan, mengakibatkan umur simpan produk ini pendek. Ikan asar ini biasanya dijual dalam bentuk utuh (seekor) maupun sebelah (satu ekor dibagi dua) dan dijual di pasar-pasar tradisional atau di pusat olahan ikan asar di Desa Galala.

Meningkatnya kesadaran konsumen akan kebutuhan produk yang higienis menyebabkan ikan asap Tunaca diproduksi. Tunaca merupakan produk olahan ikan yang menggunakan teknologi semi modern dengan metode pengasapan cair yang memperbaiki kelemahan-kelemahan dari pengasapan tradisional, dengan memperoleh proses pengasapan yang aman, bebas dari pencemaran, lebih efektif dan efisien sehingga tujuan dari proses pengasapan tersebut dapat tercapai dengan baik (Apituley, dkk, 2014).

Produk ikan asap Tunaca memiliki prospek yang tinggi, karena selain dikonsumsi masyarakat lokal, juga sering menjadi buah tangan bagipara pelancongataumasyarakat yang hendak bepergian ke luar Kota Ambon. Peluang pengembangan produk ini sangat besar, terlihat dari kekuatan produk antara lain, kualitas rasa, higienitas, terjamin dan dayatahan lama. Kondisi persaingan pasar yang semakin ketat mendorong produsen berlomba menyediakan produk sesuai kebutuhan konsumen dan memasarkannya dengan strategi pemasaran yang baik. Memahami kekurangan suatu produk untuk kemudian diperbaiki akan semakin membuat produk tersebut unggul bersaing bukan hanya di tingkat lokal, nasional, regional bahkan internasional. Ikan asap tunaca yang diproduksi sejak tahun

2012 tetap membutuhkan perbaikan agar dapat unggul bersaing dengan produk serupa dari sejumlah provinsi di Indonesia. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk Mendeskripsikan karakteristik responden ikan asap Tunaca, mengidentifikasi tingkat kepuasan dan harapan konsumen menganalisis keunggulan bersaing dari produk ikan asap Tunaca di Kota Ambon.

METODOLOGI

Metode yang digunakan Dalam penelitian ini adalah survei. Survei adalah metode yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Singarimbun dan Effendi, 2008).

Data yang diambil kemudian dilakukan analisis deskriptif kualitatif dan analisis kualitatif yang dikuantitatifkan. Metode ini diterapkan untuk mengidentifikasi tingkat kepuasan dan tingkat harapan konsumen sesuai tujuan penelitian yang kedua serta menganalisis keunggulan bersaing ikan asap Tunaca untuk tujuan yang ketiga. Penerapan metode ini terdapat dalam penggunaan Skala Likert. Menurut Sugiyono, (2013) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan Skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau berupa kata-kata.

Jawaban responden diidentifikasi dengan menggunakan skala Likert yang mempunyai alternatif pilihan tingkat kepuasan dan tingkat harapan konsumen. Menurut Rangkuti (2000), Nilai Kepuasan dan Nilai Harapan dapat dihitung dengan cara berikut:

1. Cara Menghitung Nilai Kepuasan Konsumen

Persamaan:

Nilai kepuasan konsumen = [(Frekuensi sangat tidak puas x 1) + (Frekuensi tidak puas x 2) + (Frekuensi biasa saja x 3) +

$(\text{Frekuensi puas} \times 4) + (\text{Frekuensi sangat puas} \times 5)]/5$

Nilai Kepuasan:

1. Sangat tidak puas
2. Tidak puas
3. Biasa saja
4. Puas
5. Sangat puas

2. Cara Mengitung Nilai Harapan Konsumen
 Nilai harapan konsumen = $[(\text{Frekuensi sangat tidak penting} \times 1) + (\text{Frekuensi tidak penting} \times 2) + (\text{Frekuensi biasa saja} \times 3) + (\text{Frekuensi penting} \times 4) + (\text{Frekuensi sangat penting} \times 5)]$

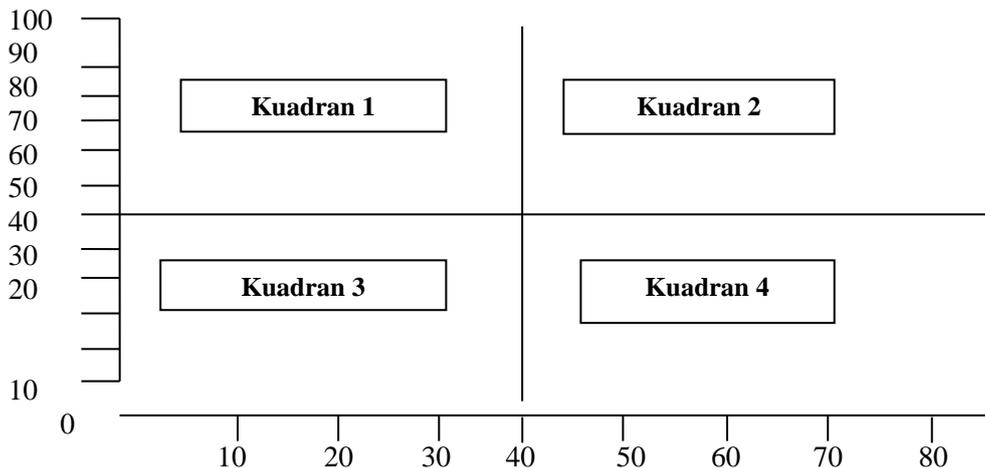
Nilai Harapan:

1. Sangat tidak penting
2. Tidak penting

3. Biasa saja
4. Penting
5. Sangat penting

Setelah menghitung nilai kepuasan dan nilai harapan maka langkah berikutnya adalah membuat ringkasan nilai kepuasan dan nilai harapan dalam Tabel Nilai Kepuasan dan Nilai Harapan.

Setelah menjumlahkan Nilai Kepuasan dan Nilai Harapan, langkah selanjutnya yaitu membuat Matriks Prestasi – Kepentingan, dengan memasukkan semua nilai kepuasan pada sumbu X dan semua nilai harapan pada sumbu Y. Matriks Prestasi – Kepentingan terdiri dari 4 kuadran, yaitu kuadran pertama (terletak di sebelah kiri atas), kuadran kedua (terletak di sebelah kanan atas), kuadran ketiga (terletak di sebelah kiri bawah) dan kuadran keempat (terletak di sebelah kanan bawah).



Gambar 1 . Matriks Prestasi – Kepentingan

Dari matriks prestasi–kepentingan, strategi yang dapat dilakukan berkenaan dengan posisi masing-masing variabel pada keempat kuadran tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kuadran 1
 Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah variabel yang relatif sangat rendah tingkat kepuasannya, sehingga pelanggan mengharapkan signifikansi variabel yang termasuk dalam kuadran ini.
2. Kuadran 2
 Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini, dimata pelanggan merupakan variabel yang memiliki keunggulan bersaing, karena pelanggan menganggap variabel ini sangat penting dan pada

kenyataannya memuaskan para pemakainya.

3. Kuadran 3
 Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah variabel yang menurut pelanggan kurang begitu memuaskan, tetapi variabel ini dianggap kurang begitu penting.
4. Kuadran 4
 Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah variabel-variabel yang kurang begitu diharapkan oleh pelanggan, namun dalam praktek kinerjanya sangat baik, sehingga sangat memuaskan pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang diteliti dalam penelitian ini meliputi usia, jenis

kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, pendapatan dan jumlah anggota keluarga.

Tabel 1. Karakteristik Responden

No.	Karakteristik Responden	Keterangan
1.	Usia	20 Orang Berada Pada dewasa lanjut antara (25-35)
2.	Jenis Kelamin	37 Orang adalah Responden Perempuan
3.	Pendidikan	28Orang dengan pendidikan Sarjana
4.	Pekerjaan	23 Orang dengan pekerjaan sebagai PNS 15 Orang dengan Pendapatan antara Rp. 3.500.000,- hingga Rp. 4.400.000,-
5.	Pendapatan	
6.	Jumlah Anggota Keluarga	28 Orang jumlah Anggota Keluarga < 4 Orang

Sumber: Data primer diolah, 2016.

Tingkat Kepuasan dan Harapan Konsumen

Untuk mengetahui tingkat kepuasan dan tingkat harapan konsumen ikan asap Tunaca dilakukan survei dengan cara mengisi

kuesioner kepada 50 konsumen, Tabel 2 menunjukkan penilaian terhadap variabel yang dijadikan pengukur tingkat kepuasan dan harapan konsumen ikan asap Tunaca.

Tabel 2. Penilaian Responden Terhadap Variabel Penentu Kepuasan dan Harapan

No.	Aspek Penilaian	Tingkat Kepuasan					Tingkat Harapan				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1.	Kualitas (daya tahan)	-	1	3	33	13	3	2	3	20	22
2.	Rasa	-	-	1	24	25	2	2	4	12	30
3.	Kehalalan	-	-	-	25	25	2	5	3	17	23
4.	Harga	3	13	14	18	2	1	2	6	22	19
5.	Akses Memperoleh Produk	-	10	9	20	11	1	7	3	19	20
6.	Desain dan Model	-	-	5	23	22	1	3	2	18	26
7.	Warna	-	5	13	17	15	0	2	6	19	23
8.	Ukuran	2	15	12	15	6	3	4	11	20	12
9.	Informasi Produk	2	4	6	22	16	2	-	2	19	27
10.	Layanan	1	-	7	18	24	1	1	3	18	27

Sumber: Data primer diolah, 2016.

Dalam memenangkan persaingan adalah dengan memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga bersaing (Tjiptono, 2008). Hasil penelitian pada Tabel 2, memperlihatkan penilaian responden terhadap tingkat kepuasan yang menjelaskan tentang daya tahan produk ikan asap Tunaca berada pada tingkat puas dan sangat puas terhadap variabel daya tahan, rasa, kehalalan serta desain dan model produk. Sikap puas dan sangat puas terhadap rasa menurut konsumen kandungan larutan asap cair yang meresap kedalam daging ikan, menyebabkan rasanya khas dan digemari oleh konsumen. Cara pengolahan yang berbeda dengan ikan asar yang diolah secara tradisional menyebabkan daging ikan tidak terlalu kering

dan keras. Penilaian responden selanjutnya untuk kehalalan produk, adanya sertifikat halal Majelis Ulama Indonesia (MUI), Badan Pusat Obat dan Makanan (BPOM) dan label barcode menunjukkan bahwa produk ini memiliki jaminan kehalalan yang sangat diutamakan oleh banyak konsumen dewasa ini. Konsumen juga puas terhadap variabel, informasi produk dan keramahan pelayanan namun, bagi variabel harga, akses memperoleh produk, warna dan ukuran produk, konsumen menunjukkan tingkat kepuasan yang rendah dan sedang.

Penilaian responden terhadap tingkat harapan menunjukkan tingkat penting dan sangat penting dengan daya tahan, kehalalan produk, akses untuk memperoleh produk, desain kemasan, informasi produk dan

keramahan pelayanan produk sehingga responden berharap agar variabel tersebut tetap dipertahankan.

Konsumen menunjukkan tingkat harapan yang penting dan sangat penting terhadap variabel rasa, daya tahan, kehalalan serta kemasan produk sehingga konsumen berharap tetap menjaga dan mempertahankan variabel-variabel tersebut. Penilaian responden terhadap variabel harga, akses memperoleh

produk, warna dan ukuran produk penting dan sangat penting untuk menjadi perhatian produsen ikan asap Tunaca.

Berdasarkan data penilaian tingkat kepuasan dan tingkat harapan dari 50 responden diatas maka dengan menggunakan rumus dapat diperoleh hasil nilai kepuasan dan nilai harapan yang dimasukkan kedalam Tabel 3 berikut ini.

Tabel 3. Nilai Kepuasan dan Nilai Harapan

Penilaian	Nilai Kepuasan	Nilai Harapan
Kualitas:		
1. Daya Tahan Produk	41.6	41.5
2. Rasa	44.8	43.2
3. Kehalalan Produk	45	40.8
Harga:		
4. Keefektifan Harga	30.6	39.6
Akses untuk memperoleh produk:		
5. Tempat Memperoleh Produk	36.4	40
Desain dan Model:		
6. Kemasan	43.4	43
7. Warna	38.4	42.6
8. Ukuran	31.6	36.8
9. Informasi Produk (Kadaluarsa, Komposisi bahan, Label Halal	39.2	39
Layanan:		
10. Keramahan	42.8	38.6
Jumlah	393.8	409.9
Rata-rata	39.38	40.51

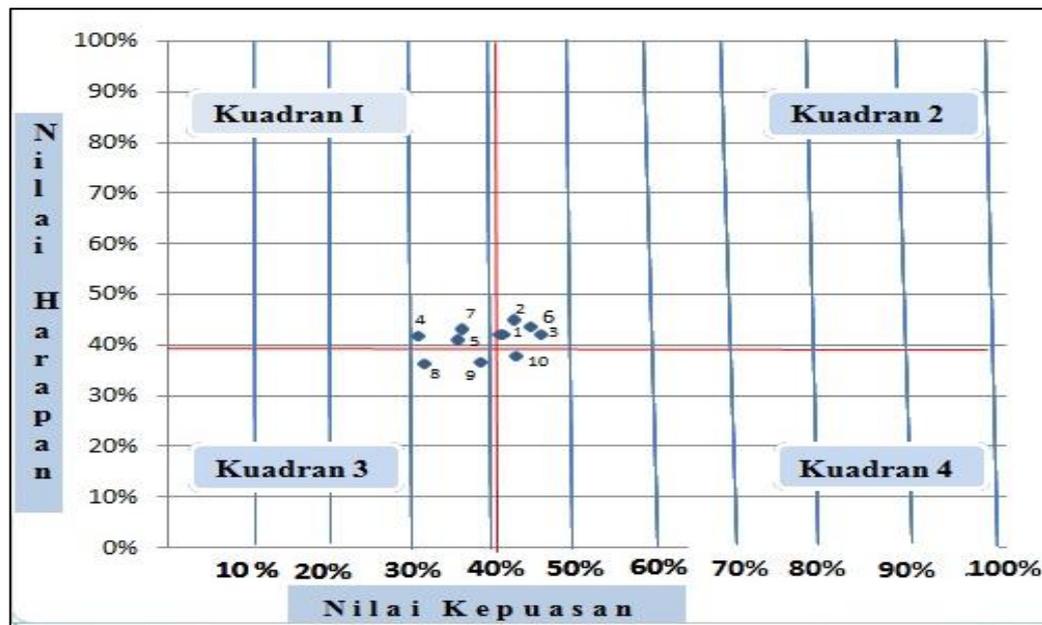
Sumber: Data primer diolah, 2016.

Berdasarkan Tabel 3, dengan melihat nilai kepuasan dan nilai harapan diatas menunjukkan bahwa terdapat beberapa responden yang puas pada variabel daya tahan, rasa, kehalalan produk, desain dan model, serta layanan yang dilihat tinggi nilai kepuasan dan beberapa diantaranya variabel harga, warna, ukuran, akses memperoleh produk dan informasi produk dilihat paling rendah nilai kepuasan. Sedangkan untuk nilai harapan terlihat paling tinggi nilai harapan adalah kualitas, rasa, kehalalan produk, warna dan layanan selain itu beberapa variabel yang

dilihat paling rendah yaitu variabel harga dan akses memperoleh produk.

Matriks Prestasi–Kepentingan untuk menentukan Keunggulan Bersaing Produk Ikan Asap Tunaca

Berdasarkan Tabel 3 nilai kepuasan dan nilai harapan diatas dapat dibuat Matriks Prestasi – Kepentingan dengan memasukkan semua nilai kepuasan pada sumbu X dan semua nilai harapan pada sumbu Y. Gambar menunjukkan matriks prestasi – kepentingan dengan nilai rata-rata kepuasan 39.38 dan nilai harapan 40.51.



Gambar 2. Matriks Prestasi-Kepentingan

Strategi dalam Matriks Prestasi – Kepentingan diatas menunjukkan posisi masing-masing variabel pada keempat kuadran tersebut yang selanjutnya dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kuadran 1

Berdasarkan matriks prestasi – kepentingan diatas terdapat tiga variabel dalam kuadran 1 yaitu variabel keefektifan harga (*price*), akses memperoleh produk dan warna. Terlihat bahwa variabel ini dianggap penting oleh konsumen tetapi pada kenyataannya belum sesuai seperti yang diharapkan. Tingkat kepuasan konsumen relatif sangat rendah, sehingga diharapkan produsen tetap berkonsentrasi pada kuadran ini.

a. Variabel 4

Menurut konsumen, harga ikan asap Tunaca terlalu mahal selain itu untuk mendapatkan/mengonsumsi produk ini hanya konsumen yang memiliki pendapatan lebih yang dapat menjangkau produk tersebut sedangkan untuk konsumen yang berpenghasilan rendah sulit menjangkau harga produk untuk konsumen lainnya yang berpenghasilan rata-rata, tak heran bahwa produk ini diproduksi hanya sesuai permintaan.

b. Variabel 5

Variabel akses memperoleh produk (*place*) menjelaskan bahwa variabel ini

kepuasannya sangat rendah konsumen mengharapkan agar produk ini dapat di pasarkan lebih luas di Kota Ambon.

c. Variabel 7

Variabel warna (*physical evidence*) menurut pandangan mata secara langsung dengan produk. Konsumen akan menemukan hasrat membeli dengan melihat apakah produk ini memuaskan atau tidak dari segi warna. Warna merupakan suatu ukuran terhadap suatu daya tarik konsumen yang akan membeli produk atau tidak.

2. Kuadran 2

Terdapat 4 variabel yang termasuk dalam kudran ini, variabel ini memuaskan konsumen, dimata konsumen variabel ini penting karena dilihat sudah sesuai dengan yang diharapkan oleh karena itu, variabel ini harus tetap dipertahankan kedepannya. sehingga menjadikan produk ini sebagai suatu produk yang memiliki keunggulan bersaing.

a. Variabel 1

Variabel daya tahan (*product*) ikan asap Tunaca menjelaskan bahwa produk ini lebih tahan lama dibandingkan dengan ikan asap tradisional. Hasil penelitian terhadap daya tahan produk ini dapat disimpan dalam suhu normal berkisar antara 1-2 minggu sedangkan ikan asar tradisional dapat bertahan 2-3 hari saja. Daya

- tahan lebih lama inilah yang membuat konsumen lebih sering menjadikan olahan ini sebagai oleh-oleh atau buah tangan.
- b. Variabel 2
Variabel rasa (*product*) ikan asap Tunaca, artinya untuk memuaskan hasrat konsumsi ikan bagi konsumen maka harus dibarengi dengan rasa yang enak dan produk Tunaca telah memenuhi kepuasan konsumen. Rata-rata banyak konsumen yang sangat menyukai ikan asap Tunaca ini.
 - c. Variabel 3
Variabel kehalalan (*product*), konsumen tak meragukan lagi kehalalan produk tersebut. Produk Tunaca telah memperoleh sertifikat perizinan dari DEPKES, BPOM, MUI dan pengurusan HAKI.
 - d. Variabel 6
Variabel desain dan model (*physical evidence*) produk ikan asap Tunaca menjelaskan bahwa salah satu daya tarik konsumen dalam membeli suatu produk adalah dengan melihat sarana fisik desain dan model kemasan. Ikan asap Tunaca memiliki kemasan yang lebih praktis yang bisa dibawa kemana-mana. Tak heran juga bahwa banyak konsumen yang mengirim produk ini kepada kerabat atau keluarga karena kemasan yang unik dengan double vakum yang rekat mengurangi bakteri yang masuk kedalam produk sehingga tidak cepat busuk.
3. Kuadran 3
Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah variabel yang menurut konsumen kurang begitu memuaskan, sehingga dianggap kurang begitu penting. Penghapusan variabel ini juga tidak menjadi masalah yang signifikan.
 - a. Variabel 8
Variabel yang termasuk dalam kuadran 3 adalah variabel ukuran (*physical evidence*) menurut sebagian konsumen besar kecilnya ukuran tidak menjadi masalah sepanjang produksi adalah normal artinya tingkat keberlanjutan dari produk yang selalu ada itulah yang sangat penting. Ukuran tidak menjadi pemicu kurangnya hasrat membeli seseorang. Oleh sebab itu menurut konsumen variabel ini terlihat biasa saja walaupun kurang begitu penting memuaskan dan kurang begitu penting bagi konsumen.
 - b. Variabel 9
Variabel informasi produk (*promotion*) dalam hal ini kadaluarsa, komposisi bahan, label dan lain-lain merupakan suatu hal yang penting banyak konsumen yang ketika membeli suatu produk mereka beranggapan bahwa ketika informasi produk jelas pada kemasan maka dengan sendirinya, mereka mengabaikan karena informasi sudah jelas, ketika informasi jelas maka untuk membeli suatu produk tidak menjadi masalah dan dengan sendirinya variabel ini tidak terlalu penting.
 4. Kuadran 4
Variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah variabel-variabel yang kurang begitu diharapkan oleh konsumen namun dalam praktek kinerjanya sangat baik, sehingga memuaskan konsumen. Dalam matriks prestasi – kepentingan kuadran ini terdapat variabel layanan/keramahan (var 10) yang tidak begitu diharapkan oleh konsumen namun prakteknya sangat baik.
 - a. Variabel 10
Variabel layanan (*people*) keramahan kepada pelanggan terdapat dalam kuadran ini dilihat biasa saja, konsumen puas dan harapan konsumen tetap menjaga pelayanan yang baik walaupun sebenarnya pada kenyataan tidak terlalu penting dan dinilai biasa saja.

Keunggulan bersaing produk ikan asap Tunaca

Keunggulan bersaing merupakan suatu nilai yang dapat diciptakan oleh perusahaan untuk mendiferensiasikan dirinya dari para pesaing (Petzer, 2008). Dari penjelasan matriks Prestasi – Kepentingan diatas terlihat bahwa ikan asap Tunaca memiliki nilai variabel-variabel keunggulan bersaing yang menunjang produk tersebut agar dapat berkembang dan mampu bersaing dengan

produk lain di pasaran. Variabel-variabel keunggulan bersaing tersebut antara lain:

1. Variabel Daya Tahan Produk

Daya tahan (*product*) merupakan salah satu aspek yang sangat diperhatikan oleh konsumen. Konsumen lebih memilih produk yang daya tahannya lama, karena produk tersebut bukan hanya dikonsumsi langsung, tetapi konsumen menjadikan produk tersebut sebagai buah tangan atau oleh-oleh.

2. Variabel Rasa

Rasa (*product*) merupakan salah satu faktor terpenting. Produk yang memiliki rasa yang disukai oleh konsumen tentunya akan laku dipasaran dan tidak memudahkan konsumen untuk melirik ke produk olahan yang lain. Produsen harus mampu menciptakan rasa yang khas dan berbeda dari produk lainnya sehingga kreatifitas produsen sangat diperlukan untuk menciptakan variasi rasa baru dengan produk yang sama.

3. Variabel Kehalalan Produk

Kehalalan (*product*) yang tercantum pada kemasan produk merupakan label penting yang menunjang konsumen untuk membeli produk tersebut. Konsumen akan merasa lebih aman jika produk tersebut terjamin kehalalannya. Hal ini merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan oleh produsen.

4. Variabel Desain dan Model

Desain dan model (*physical evidence*) merupakan salah satu faktor penunjang keunggulan dari suatu produk. Kemasan yang baik dapat menjamin terjaminnya suatu produk apalagi produk olahan seperti ikan yang cepat mengalami kemunduran mutu sehingga dibutuhkan kemasan yang benar-benar mampu menjaga kualitas dan daya tahan ikan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Mayoritas Responden adalah Perempuan sebanyak 37 orang, berjumlah 28 orang dengan pendidikan Sarjana, 23 orang dengan pekerjaan sebagai PNS, 20 orang berada pada dewasa lanjut antara (25-35) tahun, 15 orang dengan pendapatan antara Rp. 3.500.000,- 4.400.000,-, dan rata-rata

berjumlah 28 orang dengan jumlah Anggota keluarga < 4 Orang.

2. Responden menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap variabel daya tahan, rasa, kehalalan produk, kemasan, informasi produk dan keramahan pelayanan. Namun, bagi variabel harga, akses memperoleh produk, warna dan ukuran produk, konsumen menunjukkan tingkat kepuasan yang rendah dan sedang. Selanjutnya tingkat harapan responden terhadap harga dan ukuran produk sangat penting ditunjukkan dari tingginya nilai harapan konsumen akan kesesuaian harga dengan ukuran ikan.
3. Variabel-variabel yang merupakan keunggulan bersaing pada produk ikan asap Tunaca adalah variabel daya tahan produk, variabel rasa produk, variabel kehalalan produk, serta desain dan model dari produk ikan asap Tunaca.

Saran

1. Daya tahan, rasa, kemasan dan kehalalan produk harus dipertahankan karena telah memuaskan konsumen. Sedangkan harga, akses memperoleh produk dan warna harus diperhatikan, karena menunjukkan tingkat kepuasan konsumen yang rendah.
2. Lokasi pemasaran produk harus diperluas, agar masyarakat lebih mengetahui dan dipermudah dalam memperoleh produk Ikan Asap Tunaca. Perlu adanya pengenalan terhadap produk bukan hanya bagi para pengasar atau nelayan saja tetapi kepada masyarakat konsumsi, karena banyak masyarakat yang belum mengetahui olahan ikan asap Tunaca khususnya di Kota Ambon.
3. Adanya pembukuan yang lengkap dan terstruktur, agar aliran masuk keluar uang tercatat dengan jelas dan dapat digunakan untuk menganalisis kelayakan usaha ini.
4. Bagi produsen untuk menambahkan informasi nilai gizi produk pada label kemasan.
5. Perlu penataan kembali terhadap informasi kepemilikan usaha ini dan struktur organisasi usaha ikan asap Tunaca.

DAFTAR PUSTAKA

- Apituley, D.A.N, Loppies, C.R.M, Soukotta, D., Tamaela, P., Lokollo. E., Nanlohy, E.E.E.M., Nendissa, D.M, Wattimena, M.L dan Louhenapessy, J. 2014. Asap Cair Sebagai Biopreservasi Dalam Upaya Pengembangan Teknologi Pengolahan Ikan Dengan Asap Cair Di Provinsi Maluku. Laporan Penelitian Tahun II. Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan. Universitas Pattimura Ambon. (Tidak dipublikasikan)
- Assauri, S. (2010). Manajemen Pemasaran. Rajawali Press. Jakarta.
- Petzer, D. 2008. *Competitive marketing strategies of selected hotels: an exploratory study. Southern African Business Review*. 12, (2), 1-22.
- Rangkuti. F. 2000. *Business Plan: Teknik Membuat Perencanaan Bisnis dan Analisis Kasus*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Singarimbun, M. dan Effendi. 2008. *Metode Penelitian Survei*. LP3ES. Jakarta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Alfabeta. Bandung.
- Tjiptono, F.(2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Yogyakarta
- WatlolyA. 2010. *Filosofi Lambung Ikan: Implikasi bagi Maluku dan Indonesia*. Materi Ceramah Seminar Nasional: Maluku Sebagai Lambung Ikan Nasional.

PEDOMAN PENULISAN

1. Pedoman Umum

- a. PAPALELE, Jurnal Penelitian Ilmu Sosial Ekonomi Perikanan dan Kelautan memuat hasil penelitian yang berkaitan dengan bidang sosial ekonomi perikanan dan kelautan.
- b. Naskah yang dikirim merupakan karya asli dan belum pernah diterbitkan atau dipublikasikan.
- c. Naskah diketik dalam bahasa Indonesia yang baik dan benar, tidak diperkenankan menggunakan singkatan yang tidak umum.
- d. Naskah diketik pada kertas A4 dengan menggunakan program *microsoft word* dengan 2 spasi, margin 2.5 cm (kiri), 2 cm (atas), 2 cm (bawah) dan 1,5 cm (kanan), *font 12 times new roman*, setiap halaman diberi nomor secara berurutan dengan berkolom 1 (satu), dikirim beserta *soft copy* maksimal 15 halaman.
- e. Naskah dikirim melalui alamat ke redaksi pelaksana PAPALELE, Jurnal Penelitian Ilmu Sosial Ekonomi Perikanan dan Kelautan, Program Studi Sosial Ekonomi Perikanan Jurusan Teknologi Hasil Perikanan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Pattimura, Jln. Mr. Chr. Soplanit Poka-Ambon Telp. (0911) 379859, email: insejjurnal@gmail.com.

2. Pedoman Penulisan Naskah

- a. Judul tidak lebih dari 15 kata dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris.
- b. Nama lengkap penulis tanpa gelar, penulis korespondensi disertai dengan alamat email.
- c. Nama lembaga/institusi disertai alamat lengkap dengan kode pos.
- d. Abstrak dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris tidak lebih dari 200 kata.
- e. Kata kunci dalam bahasa Inggris dan Indonesia maksimal 5 kata kunci ditulis dibawah abstrak
- f. Pendahuluan, memuat latar belakang, perumusan masalah, kerangka teoritis dan tujuan penelitian yang dibuat secara ringkas.
- g. Metodologi, memuat lokasi dan waktu penelitian, bagaimana data diperoleh dan sumbernya, bagaimana metode analisis data, jika metode yang digunakan telah diketahui sebelumnya harus dicantumkan acuannya.
- h. Hasil dan Pembahasan, memuat suatu topik atau permasalahan yang terkait dengan judul, didukung dengan tabel dan gambar yang dibahas secara komperhensif, dikomplementasikan dengan referensi primer yang mendukung, *update* dan *advance*.
- i. Kesimpulan dan Saran, memuat pokok-pokok bahasan serta kemampuan mengartikulasi temuan pokok untuk saran yang diberikan.
- j. Ucapan terima kasih (bila diperlukan).
- k. Daftar Pustaka, dicantumkan dalam naskah bila ada pengutipan dari sumber lain. Proporsi daftar pustaka yang diacu yaitu 80% merupakan rujukan primer dan 20% merupakan terbitan 10 tahun terakhir. Disusun berdasarkan abjad, dan penulisan sesuai dengan peraturan yang sudah baku, misalnya:

[KKP] Kementerian Kelautan dan Perikanan. 2012. Statistik Perikanan Tangkap 2011. Direktorat Jenderal Perikanan Tangkap Kementerian Kelautan dan Perikanan

Bataglia P, Romeo T, Consoli P, Scottie G, and Andoloro F. 2010. *Characterization of The Artisanal Fishery and Its Socio-Economic aspect in The Central Menditerranean Sea (Aeolian Islands, Italy)*. *Fisheries Research* 102 : 87 – 9.

Pingkan W, Hamzens S, dan Sumardjo. 2007. Strategi Inovasi Sosial Pengembangan Mutu Sumberdaya Manusia Nelayan. *Jurnal Penyuluhan* Volume 3 Nomor 1.

Fauzi A. dan Anna S. 2005. *Pemodelan Sumberdaya Perikanan dan Kelautan. Untuk Analisis Kebijakan*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Wibawa TJ, Novianto D, dan Nugroho B. 2012. *Sebaran Spasial Kelimpahan Ikan Cakalang (Katsuwonus Pelamis) Berdasarkan Analisis Data Satelit Oseanografi*. Prosiding InSINas, 29-30 Nopember 2012.

Muksin D. 2006. *Optimalisasi Usaha Perikanan Cakalang (Katsuwonus pelamis) Di Kota Tidore Kepulauan Provinsi Maluku Utara*. Tesis. Program Pascasarjana IPB. Bogor.

Syandri H. 2013. *Nelayan Cerdas, Nelayan Mandiri*. <http://www.bunghatta.ac.id/> (diunduh pada 12 September 2013).
- l. Tabel, diketik dalam bahasa Indonesia, diberi judul pada bagian atas tabel, diberi nomor urut (tidak dalam bentuk JPEG).
- m. Gambar dan grafik, diketik dalam bahasa Indonesia, diberi judul singkat pada bagian gawah gambar dan diberi nomor urut.



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS PERIKANAN
FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
UNIVERSITAS PATTIMURA

Jln. Mr. Chr. Soplanit, Poka - Ambon, Maluku
Telepon : (0911) 379859
E-mail : inseijurnal@gmail.com
Web : <http://ojs.unpatti.ac.id/index.php/insei>

