

Peranan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pengolahan Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM Ikan Asap

Rizka Maya Shova

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Korespondensi penulis: 1222100059@surel.untag-sby.ac.id

Hwihanus

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Korespondensi penulis: hwihanus@untag-sby.ac.d

Abstract. *Smoked fish is a processed product that is popular with consumers both in Indonesia and abroad because of its distinctive taste and specific pleasant aroma. In Indonesia, most of the smoking of fish is still traditional. Fish is a food that has high nutritional value. Smoking is one of the fish preservation techniques whose purpose is not only to extend the shelf life, but also to obtain a distinctive color and taste. Smoking fish is a combination of salting, drying and smoking. During salting and drying, the main purpose is to facilitate the sticking of smoke particles during salting and to kill bacteria. This data collection technique uses interview techniques, documentation, questionnaires: Interviews are meetings of two people to exchange information and ideas through question and answer which are used to obtain data information about smoked fish businesses. Documentation is the process of collecting data obtained through documents. Questionnaires are data collection techniques by preparing a set of statements that are systematically arranged and standardized to be given to respondents to answer. In this study the authors processed the data in the form of data consisting of 3 statements for the price variable (X1), 3 statements for the product quality variable (X2) and 3 statements for the purchase intention variable (Y). This questionnaire was given to 50 smoked fish UMKM consumers as a research sample using a Likert scale in the form of a checklist table.*

Keywords: *Smoked fish, nutrition, smoking.*

Abstrak. Ikan asap merupakan produk olahan yang digemari konsumen baik di dalam maupun luar negeri karena rasanya yang khas dan aroma khas yang sedap. Di Indonesia, pengasapan ikan sebagian besar masih tradisional. Ikan merupakan makanan yang memiliki nilai gizi yang tinggi. Pengasapan merupakan salah satu teknik pengawetan ikan yang tujuannya tidak hanya untuk memperpanjang umur simpan, tetapi juga untuk memperoleh warna dan rasa yang khas. Pengasapan ikan merupakan kombinasi dari penggaraman, pengeringan dan pengasapan. Selama penggaraman dan pengeringan, tujuan utamanya adalah untuk memudahkan melekatnya partikel asap selama penggaraman dan untuk membunuh bakteri. Teknik pengumpulan data ini menggunakan teknik wawancara, dokumentasi, kuesioner: Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab yang digunakan untuk memperoleh informasi data tentang usaha ikan asap. Dokumentasi adalah proses pengumpulan data yang diperoleh melalui dokumen. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan

Received Desember 30, 2022; Revised Desember 30, 2022; Januari 01, 2023

* Rizka Maya Shova, 1222100059@surel.untag-sby.ac.id

cara menyiapkan seperangkat pernyataan yang disusun secara sistematis dan baku untuk diberikan kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini penulis mengolah data berupa data yang terdiri dari 3 pernyataan untuk variabel harga (X1), 3 pernyataan untuk variabel kualitas produk (X2) dan 3 pernyataan untuk variabel niat beli (Y). Kuesioner ini diberikan kepada 50 konsumen UMKM ikan asap sebagai sampel penelitian dengan menggunakan skala Likert berupa tabel checklist.

Kata kunci: Ikan asap, gizi, pengasapan.

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau UMKM yang biasa disebut dengan perusahaan yang biasa dikenal dengan usaha mikro, kecil dan menengah, berperan sangat penting dalam mendorong dan mengembangkan perekonomian bangsa. Bagi negara Indonesia sendiri, UKM memegang peranan yang sangat krusial dalam perkembangan ekonomi Indonesia. Oleh karenanya, keberadaan UMKM di tanah air dapat menurunkan tingkat pengangguran akibat tenaga kerja tidak terserap. Fungsi UMKM sangat berdampak bagi kondisi ekonomi tanah air, dan mendorong pihak pusat Indonesia untuk terus memajukan UMKM. Salah satu dukungan pemerintah Indonesia adalah financial support dan seluruh bahan baku oleh Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Akan tetapi, dukungan tersebut belum bisa memperkuat UMKM.

UMKM kuliner adalah salah satu UMKM yang berperan sangat penting dalam perekonomian. UMKM memasak adalah bisnis yang akan selalu ada. Usaha kecil kuliner terus berkembang dan ada untuk memenuhi kebutuhan dan permintaan konsumen yang terus meningkat. Contoh usaha kecil dan menengah di Terengalek adalah pengasap ikan yang mengasapi ikan di atas api arang. Salah satu hidangan yang dimintai dan populer adalah Toko ikan asap sehingga menarik minat penulis untuk meneliti lebih dalam. Pengasapan adalah teknik pengawetan yang tidak hanya memperpanjang umur simpan tetapi juga memberi ikan warna dan rasa yang unik Ikan asap adalah kombinasi dari penggaraman, pengeringan dan pengasapan. Ini semua tentang memudahkan dan membunuh bakteri. Pengasapan ikan diperpanjang dengan unsur kimia dalam asap.

Salah satu sektor strategis dalam pembangunan nasional adalah bidang perikanan Republik Indonesia merupakan negara maritim yang dua per tiga wilayah daratannya tertutup perairan sehingga memiliki sumberdaya kelautan yang potensial. Namun

mengingat relatif banyaknya penduduk Indonesia yang bergerak di bidang perikanan, khususnya nelayan tradisional, maka pemberdayaan ekonomi masyarakat pesisir akan memberikan manfaat yang nyata bagi perekonomian nasional. Ikan sebagai salah satu sumber daya alam (SDA) nasional di perairan laut dan perairan umum. Indonesia merupakan sumber daya yang potensial untuk dikembangkan bagi kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Potensi sumber daya ikan dapat dibagi menjadi sumber daya ikan laut dan sumber daya ikan air publik seperti sungai, danau, waduk dan lahan basah, tergantung pada wilayahnya.

1.2 Rumusan Masalah

1. Adakah hubungan antara harga dengan niat beli ikan asap?
2. Apakah kualitas produk termasuk ke dalam faktor yang mempengaruhi niat beli ikan asap?
3. Apakah harga dan kualitas produk mempengaruhi niat beli ikan asap?

1.3 Tujuan penelitian

1. Untuk membuktikan apakah harga mempengaruhi niat beli ikan asap
2. Untuk membuktikan apakah kualitas produk mempengaruhi niat beli ikan asap
3. Untuk membuktikan apakah harga dan kualitas produk mempengaruhi niat beli ikan asap

1.4 Manfaat penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi apakah harga mempengaruhi niat beli ikan asap, informasi apakah kualitas produk mempengaruhi niat beli ikan asap, dan informasi bagi masyarakat umum. Ini memberikan apakah harga dan kualitas produk mempengaruhi niat beli ikan.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Ikan Asap

Ikan asap, dengan rasa yang unik dan aroma yang menyenangkan, merupakan produk olahan makanan yang terkenal di kalangan konsumen Indonesia dan internasional. Ikan asap masih dipraktekkan secara tradisional di Indonesia.

2.2 Niat Beli Pembeli/Konsumen

Kata konsumen merupakan serapan dari bahasa asing (Belanda/Inggris), consumer dan consumer yang secara harfiah berarti pembeli. Definisi lain dari konsumen

adalah pemakai, peminat, pengguna, pemakan, peminum, penerima, pendengar, penonton, dll. (Mulyadi Nitisusastro, 2013).

Menurut Kotler dan Keller (2009), keinginan pembeli adalah ketersediaan konsumen untuk membeli atau menentukan suatu produk berdasarkan pengalamannya dalam memilih, menggunakan, mengkonsumsi, bahkan menginginkan produk tersebut. Faktor yang mempengaruhi niat beli konsumen berhubungan dengan perasaan dan emosi. Ketika seseorang tertarik untuk membeli, ketidakpuasan biasanya membunuh minat. Menurut Howard dan Sheth, niat beli berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu dan jumlah unit produk yang mereka butuhkan selama periode waktu tertentu. Assael menjelaskan bahwa kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau brand dan melakukan hal yang berkaitan dengan pembelian dapat disebut dengan niat beli, yang diukur dengan kemungkinan konsumen untuk membeli suatu produk (Donni Juni Priansa, 2006).

Berdasarkan uraian di atas dapat diartikan bahwa keinginan konsumen untuk membeli merupakan suatu ketertarikan terhadap sesuatu yang menyertai kenikmatan terhadap produk tersebut, dan ketertarikan tersebut menimbulkan keinginan, dan bersifat persuasif bahwa produk tersebut memiliki manfaat. Seseorang yang ingin memiliki suatu barang berarti harus dengan melakukan pembayaran atau membeli barang tersebut.

2.3 Harga

Harga adalah rasio harga-kinerja yang ditentukan oleh suatu perusahaan untuk barang dan jasa yang diperdagangkan dan hal-hal lain yang diadakan oleh perusahaan untuk memenuhi permintaan pelanggan. Menurut Kotler, "Harga adalah jumlah yang ditukarkan konsumen untuk keuntungan memiliki atau menggunakan produk atau jasa".

2.4 Kualitas produk

Kualitas sebuah produk mempengaruhi kemampuan seseorang untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan, tersurat dan tersirat, dikomunikasikan secara direk atau face to face antara penjual dan konsumen potensial selama proses pengenalan produk, mediasi, Ciri-ciri umum dan karakteristik barang dan jasa. Dilakukan dengan tujuan untuk menginformasikan konsumen dan merayu mereka untuk membeli produk melalui komunikasi personal (Purnama & Rialdy, 2019).

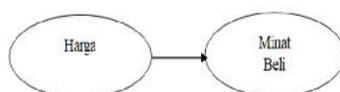
Kualitas dari sebuah produk adalah kekuatan produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk daya tahan, kesanggupan, akurasi, kemudahan pengoperasian dan perbaikan, dan atribut berharga lainnya (Habibah & Sumiati, 2016).

(Kotler & Keller, 2012) mengatakan bahwa kualitas suatu produk adalah ciri suatu produk dalam kesanggupannya untuk memenuhi kebutuhan potensial yang diberikan. Kualitas produk menjadi pertimbangan penting bagi pedagang, termasuk pedagang UMKM, untuk bersaing di pasar dan memuaskan pembeli. Keunggulan suatu produk merupakan faktor paling penting yang menandakan apakah produk yang diberikan layak dari pandangan konsumen dan merupakan harapan konsumen yang harus dipenuhi. Kualitas produk juga ditentukan berdasarkan tingkat kualitas yang harus diperhatikan oleh penjual.

2.5 Kerangka Konseptual

2.5.1 Pengaruh Faktor Harga dengan Niat Beli

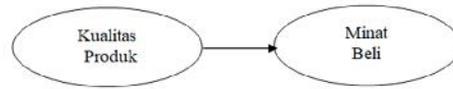
Harga dapat diartikan sebagai jumlah dan produk yang diperulan untuk memperoleh kombinasi produk lain dengan penyediaan jasa (Alma, 2016). Target penetapan harga terutama dapat membantu strategi marketing yang digerakkan oleh demand ketika bisnis percaya bahwa harga yang lebih rendah dapat menumbuhkan jumlah pengguna atau penggunaan atau pembelian berulang dari bentuk atau kategori produk tertentu. Menurunkan harga dapat mengecilkan resiko komentar akan mencoba produk baru atau meningkatkan nilai produk baru dibandingkan dengan produk lainnya.



Gambar 2.5.1 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli

2.5.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Niat Beli

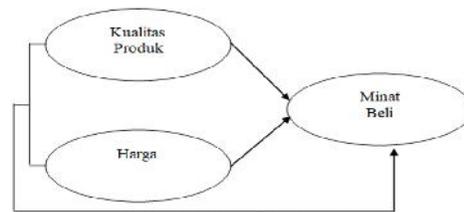
Konsumen mengutamakan kualitas produk saat membeli produk, maka dari itu kualitas produk sangat erat kaitannya dengan keinginan konsumen untuk membeli, dan perusahaan dapat menyediakan kualitas yang memenuhi permintaan konsumen. Berdasarkan penelian (Kotler & Keller, 2012), kualitas produk akhir adalah ciri khas produk atau jasa yang bertopang pada kesanggupannya untuk memenuhi permintaan/kebutuhan konsumen yang tersurat maupun tersirat.



Gambar 2.5.2 Pengaruh kualitas Produk Terhadap Minat Beli

2.5.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli

Ketika kita berbicara tentang niat membeli, kita pasti berbicara tentang kualitas dan harga produk. Kedua variabel ini memiliki dampak besar pada niat beli konsumen potensial. Konsumen dapat memutuskan apakah suatu produk layak dibeli berdasarkan kualitas produk dan harga yang dipasarkan. Berdasarkan hasil penelitian (Lubis, 2015) dengan hasil penelitian praktis dapat dikatakan bahwa kontribusi harga dan kualitas suatu produk terhadap variabel keinginan membeli adalah berhubungan signifikan. Selibuhnya dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti. Oleh sebab itu, dapat dikatakan bahwa kualitas dan harga suatu produk mempengaruhi keinginan untuk membeli.



Gambar 2.5.3 Paradigma Penelitian

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian yang dibahas meliputi pendekatan penelitian, lokasi penelitian, dan waktu penelitian.

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian dilakukan untuk mendapatkan kebenaran ilmiah. Mendapatkan kebenaran ini membutuhkan metode penelitian. Hal ini sejalan dengan pandangan Sugishirono bahwa penelitian pasca peristiwa adalah penelitian yang dilakukan untuk menyelidiki suatu peristiwa dan mengidentifikasi faktor-faktor penyebabnya. Untuk menyelidiki ini, kita akan menggunakan logika dasar, yaitu jika x maka y.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Rt 25 Rw 10, Desa Kasihan, Desa ngrencak, Kecamatan panggul merupakan lokasi penelitian. Tepatnya rumah bu Sukatin, kajian dijadwalkan dilakukan pada November 2022.

Metode Pengambilan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei. Menurut Ali (2010), penelitian pada hakikatnya adalah kajian yang cermat terhadap fakta atau perilaku dan fenomena sosial pada berbagai topik. Selanjutnya Masyhuri dan Zainuddin (2008) menyimpulkan bahwa metode penelitian adalah survei yang dilakukan untuk memperoleh fakta dari fenomena yang ada dan untuk memperoleh informasi faktual tentang lembaga sosial, ekonomi, dan politik dari kelompok atau bidang organisasi. Sampel adalah himpunan bagian dari jumlah dan ciri populasi (Sugiyono, 2004).

Alat Pengumpul Data

Skala kajian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan skala rasio dengan urutan interval yang sama antara titik-titik yang berdekatan. Sampel yang diambil adalah 35-50 konsumen sebagai responden pasar tradisional. Melalui penggunaan wawancara. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen ikan asap. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan random sampling, dan kuesioner diberikan kepada konsumen yang paling mudah ditemukan dan diakses (Santoso dan Tjiptono, 2001). Dalam hal ini ternyata konsumen membeli ikan asap. Konsumen yang diwawancarai pasti pernah makan ikan asap, dan proses wawancara hanya dilakukan satu kali per responden.

Sampel

Sampel merupakan komponen dari kuantitas dan karakteristik suatu populasi. Pengambilan sampel dilakukan bila populasinya besar dan tidak semua populasi dapat diperiksa (Sugishirono, 2016). Sementara itu menurut (Arikunto, 2013), sampel diklaim sebagai bagian atau perwakilan dari populasi yang diteliti. Jika jumlah subjek kurang dari 100, sebaiknya semua orang dimasukkan untuk menjadikan penelitian sebagai studi populasi. Pembeli ikan asap tidak diketahui setiap hari, jadi sampel disediakan oleh konsumen daripada (biasanya) pembeli jalanan. Dikarenakan populasi yang besar, maka penulis menetapkan besar sampel untuk penelitian ini dengan menggunakan teknik quota sampling dimana sampel yang diambil dengan cara menetapkan tujuan volume tertentu yang harus dicapai pada saat pengambilan sampel populasi (khususnya tidak terbatas atau tidak pasti) (Sugishirono, 2016). Penyebaran kuesioner, peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 50 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Tujuan utama dari pengumpulan data adalah untuk mengakumulasikan data, Cara yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Wawancara

Peneliti mewawancarai orang-orang yang memulai perusahaan pengasapan ikan secara langsung dalam pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab untuk mendapatkan informasi data tentang perusahaan pengasapan ikan. Metode penelitian peneliti digunakan untuk mengumpulkan data tentang ikan asap.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan peristiwa masa lalu. Dokumen ini dapat berupa teks, gambar tokoh, atau karya monumental (Sugishirono, 2012: 422). Kumpulan data berwujud yang diperoleh berdasarkan sistem manajemen data yang disebut Proses Pendokumentasian Objek.

3. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan pengembangan serangkaian pertanyaan yang disusun secara runtut dan terstandar, kemudian diberikan kepada responden untuk menjawab terkait variabel yang diteliti, yaitu kualitas dan harga produk yang relevan dengan minat beli mereka. Tanggapan kemudian dinilai pada skala Likert.

Tabel 3.3. Skala Likert

Keterangan	Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Cukup Setuju (CS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : (Sugiyono, 2016)

Variabel Dan Definisi Operasioanl Variabel

Variabel penelitian adalah atribut, karakteristik, atau nilai seseorang, benda, atau aktivitas yang menunjukkan variasi tertentu yang ditentukan oleh peneliti yang diteliti dan yang menunjukkan kesimpulan yang ditarik darinya (Muhamad, 2013). Definisi Operasi Variabel Definisi operasi variabel adalah definisi yang diberikan dalam bentuk kriteria atau operasi yang dapat diuji secara khusus. Tujuan definisi dalam penelitian adalah untuk memahami dan mengukur konsep (Muhamad, 2013).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Deskripsi Hasil Penelitian

Nama usaha : Ikan asap
Jenis usaha : Kuliner (perikanan)
Nama pemilik : Sukatin
Alamat UMKM : Rt 25 Rw 10 dsn Kasihan, Ds Ngrencak, Kec. panggul, Kab. Trenggalek

Dalam penelitian ini, peneliti mengolah data berupa data yang terdiri dari 3 pernyataan variabel harga (X1), 3 pernyataan variabel kualitas produk (X2), dan 3 pernyataan variabel niat beli (Y). Kuesioner berupa tabel checklist ini diberikan kepada sampel survei 50 konsumen usaha kecil ikan asap dengan menggunakan skala Likert.

4.1.2 Identitas Responden

Tabel 4.1. Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perempuan	40	40.0	40.0	40.0
	Laki-laki	10	10.0	10.0	50.0
	Total	50	50.0	50.0	

Dari Tabel 4.1 di atas dapat diartikan bahwa persentase responden terdiri dari 40 perempuan (40%) dan 10 laki-laki (10%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan.

Tabel 4.2. Durasi Pembelian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Lebih dari 5 kali	35	35.0	35.0	35.0
	Kurang dari 5 kali	15	15.0	15.0	50.0
	Total	50	50.0	50.0	

Dari Tabel 4.2 di atas, persentase responden sebanyak 35 konsumen UKM ikan asap (35%) yang berbelanja 5 kali atau lebih dan 15 konsumen UKM ikan asap (15%) yang berbelanja kurang dari 5 kali) ditemukan terdiri dari Dari sini dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden adalah konsumen UMKM yang pernah membeli ikan asap lebih dari 5 kali.

4.1.3 Persentase Jawaban Responden

Terlampir di bawah ini adalah persentase tanggapan untuk setiap pernyataan yang dibagikan kepada responden.

4.1.3.1 Variabel Minat beli (Y)

Dari penelitian melalui penyebaran kuesioner kepada pembeli UMKM ikan asap, ditentukan frekuensi tanggapan responden terhadap variabel kinerja sebagai berikut:

Tabel 4.3. Kriteria Jawaban Responden

Kriteria	Keterangan	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
KS	Kurang Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

4.1.3.1 Variabel Minat beli (Y)

Hasil dari sebarang kuesioner kepada konsumen UMKM ikan asap, ditentukan frekuensi tanggapan responden terhadap variabel kinerja sebagai berikut:

Tabel 4.4. Skor Angket Untuk Variabel Minat Beli (Y)

No	Alternatif Jawaban											
	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	18	18	15	15	7	7	6	6	4	4	50	50
2	21	21	11	11	8	8	7	7	3	3	50	50
3	23	23	15	15	5	5	4	4	3	3	50	50

Dari Tabel 4.4 di atas, kita dapat membuat pernyataan berikut mengenai pernyataan kurs mengambang pembelian.

- 1) Tanggapan responden ikan asap umkm menyediakan ikan sesuai kebutuhan saya. Mayoritas responden atau 18% menyatakan sangat setuju.
- 2) Tanggapan responden Saya suka membeli ikan asap karena saya bisa makan ikan yang enak, dan sebagian besar responden sangat setuju dengan 21%.
- 3) Tanggapan responden terhadap penjualan ikan asap adalah ikan yang terjamin mutunya, dengan mayoritas responden sangat setuju sebesar 23%.

4.1.3.2 Variabel Kualitas Produk (X₂)

Berdasarkan kuesioner yang disebarakan kepada konsumen UKM ikan asap, ditentukan frekuensi tanggapan responden terhadap variabel kualitas produk sebagai berikut:

Tabel 4.5. Skor Angket Untuk Variabel Kualitas Produk (X₂)

No	Alternatif Jawaban											
	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	26	26	10	10	7	7	4	4	3	3	50	50
2	23	23	15	15	7	7	3	3	2	2	50	50
3	21	21	9	9	8	8	7	7	5	5	50	50

Dari Tabel 4.5 di atas, kita dapat menyatakan hal berikut mengenai variabel pernyataan kualitas produk:

- 1) Tanggapan responden terhadap ikan asap di UMKM bervariasi, dengan mayoritas responden atau 26% sangat setuju.
- 2) Tanggapan responden terhadap ikan asap adalah ikan dengan kualitas yang terjaga, dengan kelompok responden yang tidak setuju yaitu sebanyak 15%
- 3) Respon responden terhadap pertanyaan pengasapan ikan menguntungkan konsumen, dengan mayoritas responden sangat setuju sebesar 21%.

4.1.3.3 Variabel Harga (X₁)

Berdasarkan kuesioner yang diberikan kepada UMKM konsumen ikan asap, ditentukan angka frekuensi tanggapan responden terkait variabel harga sebagai berikut:

Tabel 4.6 Skor Angket Untuk Variabel Harga (X₁)

No	Alternatif Jawaban											
	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	25	25	13	13	5	5	4	4	3	3	50	50
2	20	20	14	14	8	8	7	7	1	1	50	50
3	13	13	22	22	6	6	5	5	4	4	50	50

Dari Tabel 4.6 di atas dapat dijelaskan mengenai spesifikasi variabel harga.

- 1) Tanggapan responden terhadap UMKM ikan asap yang banyak memberikan diskon/diskon jika membeli secara borongan, dengan mayoritas responden sangat setuju sebesar 25%.
- 2) Respon responden terhadap harga UKM ikan asap sesuai dengan kualitas ikan yang ditawarkan, dengan jumlah responden setuju sebesar 20%.

- 3) tanggapan responden umkm terhadap harga ikan asap ditetapkan sesuai dengan tipe ikan yang ingin dibeli. Mayoritas jawaban responden adalah setuju, yaitu sebanyak 22%.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Harga Terhadap Minat beli

Hasil penelitian yang dilakukan antara harga dengan minat beli pada UMKM ikan asap diperoleh banyak mayoritas konsumen menjawab sangat setuju pada potongan harga sebesar 25%. jumlah uang dan barang yang dibutuhkan untuk mendapatkan kombinasi dari barang lain yang disertai dengan pemberian jasa disebut dengan harga (Alma, 2016). Target dari penentuan harga dapat mendukung strategi pemasaran yang dilakukan berdasarkan permintaan primer apabila perusahaan memiliki keyakinan bahwa harga yang lebih murah dapat menumbuhkan jumlah pemakai atau tingkat pemakaian atau pembelian berulang dalam bentuk atau kategori produk tertentu. Harga yang murah dapat mengurangi resiko mencoba produk baru atau meningkatkan nilai produk baru dibandingkan dengan produk lain yang sudah ada (Nasution & Yasin, 2014).

4.2.2 Hubungan Kualitas Produk dengan Minat Beli

Berdasarkan temuan di atas antara kualitas produk dan kemauan membeli UKM ikan asap dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan jenis ikan asap, dengan mayoritas responden yaitu 26% sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Karena konsumen mengutamakan kualitas produk saat membeli produk, maka kualitas produk sangat erat kaitannya dengan keinginan konsumen untuk membeli, dan perusahaan akan dapat memberikan kualitas yang memenuhi permintaan konsumen. (Kotler & Keller, 2012) menyatakan bahwa, kualitas produk akhir adalah ciri produk atau jasa yang berdasar pada kesanggupannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang tersurat maupun tersirat. Kualitas produk adalah usaha atau potensi suatu perusahaan untuk memuaskan konsumennya. Hal ini disebabkan oleh kepuasan konsumen yang tidak hanya berkaitan dengan bentuk fisik suatu produk, tetapi juga kepuasan kemasan yang diperoleh melalui pembelian produk tersebut (Lubis, 2015).

4.2.3 Hubungan Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat beli

Hasil temuan yang didapatkan tentang faktor harga dan kualitas produk terhadap niat beli UKM ikan asap, hal ini sangat penting untuk niat beli. Harga dan kualitas produk memiliki dampak positif pada niat beli. Kedua variabel ini memiliki dampak besar pada

niat beli konsumen potensial. Konsumen dapat memutuskan apakah suatu produk layak dibeli berdasarkan kualitas produk dan harga yang ditawarkan.

4.3 Masalah dan Kendala Usaha

Industri ikan asap menghadapi kendala dalam memperoleh bahan baku ikan segar. Di luar musim melaut, sulit mencari ikan. Selain itu, hasil tangkapan pada musimnya juga semakin berkurang, dan hasil tangkapannya sudah lebih sedikit dari biasanya. Terlepas dari kekhawatiran konsumen tentang penampilan yang tidak sedap dipandang (sebagian terbakar), dampak lingkungan yang negatif, kesehatan, senyawa karsinogenik dan polusi udara, produk ini tetap populer di kalangan masyarakat umum. Umumnya masyarakat pengolah dikategorikan sebagai masyarakat yang kurang berpengetahuan, sehingga perokok tidak dilengkapi cerobong asap karena biaya pembuatannya yang tinggi, serta tidak nyaman dan tidak produktif menggunakan alat pengasapan yang sederhana.

4.4 Gambar Dokumentasi



PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Ikan asap merupakan salah satu produk olahan yang digemari konsumen baik di Indonesia maupun di mancanegara karena rasanya yang khas dan aroma yang sedap spesifik. Di Indonesia pengasapan ikan sebagian besar masih bersifat tradisional. Ikan merupakan bahan pangan yang mempunyai nilai gizi yang tinggi.
2. Pengasapan merupakan salah satu teknik mengawetkan ikan yang tidak hanya memperpanjang umur simpannya, tetapi juga mempertahankan keunikan warna dan rasanya. Ikan asap adalah kombinasi dari asin, kering dan diasap. Pengasinan dan pengeringan adalah tentang memudahkan partikel asap menempel pada pengasinan dan membunuh bakteri. Metode penelitian tentang pendekatan penelitian, tempat dan waktu penelitian, Desain penelitian
3. Metode pengumpulan data ini menggunakan teknik wawancara, dokumen, dan kuesioner
 - a. Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui sesi tanya jawab untuk memperoleh informasi data tentang usaha ikan asap.
 - b. Dokumentasi adalah proses memperoleh data yang diperoleh melalui dokumentasi.
 - c. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan pengembangan serangkaian pertanyaan yang disusun secara runtut dan terstandar yang diajukan kepada responden terkait variabel kualitas dan harga produk yang relevan dengan minat beli mereka. Tanggapan kemudian dinilai pada skala Likert.
4. Dalam penelitian ini, penulis menyusun data menjadi satu set data yang terdiri dari 3 pernyataan variabel harga (X1), 3 pernyataan variabel kualitas produk (X2), dan 3 pernyataan variabel niat beli (Y). formulir Kuesioner berupa tabel checklist ini diberikan kepada 50 konsumen usaha kecil ikan asap sebagai sampel penelitian, dengan menggunakan skala likert.

5.2 Saran

1. Disarankan kepada pemilik usaha kecil ikan asap agar lebih meningkatkan keistimewaan kualitas produk, menjaga dan memperhatikan harga agar lebih meningkatkan minat beli konsumen.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap niat beli, dan harga produk yang dijual harus lebih diperhatikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Zaelanie K, Nurdiani R, Dayuti S. 2001. Teknologi Hasil Perikanan I Fakultas Perikanan Universitas Brawijaya. Malang
- Margono. 2004, Metodologi Penelitian Pendidikan, Jakarta :Rineka Cipta
- Hardani, dkk, 2020, Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif , Yogyakarta:Pustaka Ilmu
- Suryana, 2010, Metodologi Penelitian, Model Praktis Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Universitas Pendidikan Indonesia
- Kadeni, Srijani Ninik, (2020) Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat, Jurnal Equilibrium, Vol. 8, No. 2
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Abdullah, T., & Tantri, F. (2010). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Arif, M. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Fastfood Indonesia Store KFC Raja Medan. Jurnal Ilmiah Maksitek, 1(1), 12–19.
- Habibah, U., & Sumiati. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 1(1), 30–43