
Studi Tentang Segmentasi pasar terhadap Produk Batari Beku di Kabupaten Sidoarjo

Zulifah Chikmawati

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo
Hikmawatizulifah@gmail.com.

Abstrak

Keuntungan betari beku yang terjual di warung dan restoran di Kabupaten Sidoarjo di pengaruhi oleh Varian jumlah pengunjung dan volume penjualan. Dirjen KKP mengungkapkan bahwa prospek pasar batari yang melimpah sangat dipengaruhi segmentasi pasar utamanya konsumen batari. Kabupaten Sidoarjo menyediakan ikan bandeng yang melimpah untuk di jadikan batari sebagai prospek usaha. Untuk mengetahui korelasi varian jumlah pengunjung dan volume penjualan terhadap keuntungan produk batari beku di warung dan restoran, diperlukan pembuktian empiris. Populasi penelitian diambil dari warung dan restoran yang ada di Kabupaten Sidoarjo, pengambilan sampel 10 warung dan 10 restoran dengan teknik *random sampling*. Dua variabel dalam penelitian yaitu: jumlah pengunjung dan volume penjualan diambil melalui analisa data diskriptif, trend dan ekonomisnya melalui wawancara dan dokumentasi. Uji kualitas data menggunakan *uji t Test dan interpretasi terhadap model (Minitab 14)*. Hasil regresi linier terdapat pengaruh positif variabel varian jumlah pengunjung (0,43) dan volume penjualan (0,45) terhadap keuntungan produk batari beku 86,7 % dan sisanya sebesar 13,3% dijelaskan oleh faktor lain. Kesimpulan terdapat pengaruh yang positif jumlah pengunjung dan volume penjualan terhadap keuntungan produk batari beku secara bersama-sama atau parsial.

***Kata kunci:* Jumlah Konsumen, Volume Penjualan, Warung dan Restoran, Keuntungan Produk Batari Beku.**

Abstract

The benefits of frozen drinks sold in stalls and restaurants in Sidoarjo Regency are influenced by the variance in the number of visitors and sales volume. The KKP Director General revealed that the abundant Batari market prospects were heavily influenced by

market segmentation, especially batari consumers. Sidoarjo Regency provides abundant milkfish for batari as a business prospect. To find out the correlation between the variance in the number of visitors and the sales volume of the profits of frozen batari products in stalls and restaurants, empirical evidence is needed. The study population was taken from stalls and restaurants in Sidoarjo Regency, sampling 10 food stalls and 10 restaurants with random sampling technique. Two variables in the study are: the number of visitors and sales volume taken through descriptive, trend and economic data analysis through interviews and documentation. Test the quality of the data using the Test t test and interpretation of the model (Minitab 14). The results of linear regression have a positive influence on the variance variable of the number of visitors (0.43) and sales volume (0.45) to the profit of frozen batari products 86.7% and the remaining 13.3% is explained by other factors. Conclusion There is a positive influence on the number of visitors and sales volume on the benefits of frozen batari products together or partially.

Keywords: Number of Consumers, Sales Volume, Stalls and Restaurants, Benefits of Frozen Batari Products.

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Salah satu jenis produk perikanan yang terkenal di wilayah Sidoarjo adalah produk batari beku dimana produk ini dikenal dan digemari oleh masyarakat karena rasa dagingnya yang lezat, berprotein tinggi, non kalesterol dan harganya terjangkau. Batari beku masih jarang dijual di restoran apalagi di warung makan.

Menurut Direktorat Penjualan Dalam Negeri Departemen Kelautan dan Perikanan (2008), permintaan pasar dalam negeri terhadap produk perikanan budidaya (salah satunya Bandeng) mengalami peningkatan. maka permintaan Bandeng Tanpa Duri akan berbanding lurus dengan peningkatan permintaan Bandeng itu sendiri

Usaha bisnis batari beku ini peluangnya masih terbuka lebar dengan tujuan mendapatkan keuntungan yang besar. Belum diketahui dengan pasti, apakah usaha batari beku yang dijual di restoran lebih menguntungkan dibandingkan dengan batari beku yang dijual di warung makan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan membuktikan secara empiris melalui **Studi tentang Segmentasi Pasar terhadap Produk Batari Beku di Kabupaten Sidoarjo.** Diduga penjualan batari beku di Restoran dengan di Warung, akan berpengaruh terhadap jumlah konsumen yang beli, volume produk yang terjual dan keuntungan usaha. Dimana dapat ditarik manfaatnya sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti untuk mengetahui secara empiris dengan melakukan Studi tentang segmentasi pasar terhadap produk baterai beku di Kabupaten Sidoarjo.
2. Bagi Politeknik Kelautan dan Perikanan Sidoarjo memberikan masukan yang berguna ke depan sebagai salah satu pengembangan pendidikan bercorak agribisnis.
3. Bagi Taruna dan Pengampu (Dosen) memberikan masukan untuk selalu aktif mengembangkan sarana yang tersedia sebagai wujud terlaksananya penelitian dan pengembangan pendidikan yang berkarakter yang sangat berguna bagi pengembangan keilmuan para Taruna.
4. Bagi Masyarakat sebagai pedoman dasar usaha bisnis baterai beku.
5. Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan memberikan alternatif sistematika logika dan implementatif yang sangat solutif dengan memahami segmentasi pasar terhadap baterai beku.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL

2.1 Baterai Beku

Baterai beku adalah merupakan bandeng tanpa duri (bandeng yang dihilangkan durinya), kemudian dibekukan agar tetap segar (fres) disimpan kedalam Frezer box. Baterai beku bisa langsung dibuat bandeng crispy, atau sebagai bahan baku dalam pembuatan berbagai jenis produk makanan berbasis bahan baku bandeng.

2.2 Segmentasi Pasar

2.2.1 Jenis-jenis Pedagang

2.2.1.1 Pedagang Warung

Pedagang Warung atau yang lebih dikenal dengan *warung* adalah usaha kecil milik keluarga yang berbentuk kedai kecil, atau restoran sederhana — istilah "warung" dapat ditemukan di Indonesia dan Malaysia. Warung adalah salah satu bagian penting dalam kehidupan keseharian rakyat Indonesia.

2.2.1.2 Restoran

Restoran adalah pedagang yang menjual makanan (barang dagangan) siap saji di tempat yang menetap (rumah permanen), dengan sarana dan sarana yang lebih lengkap dan baik dibanding dengan Pedagang kaki lima. Ukuran luas berdagang cukup luas (sekitar 8 m² – 10 m² atau lebih).

2.3 Konsumen

Konsumen merupakan faktor penting di dalam perusahaan, karena dengan adanya konsumen maka perusahaan dapat menjual, memasarkan dan menawarkan produknya. Dalam UUD No.8 Tahun 1999; L. N.

1.4. Volume Penjualan Baterai

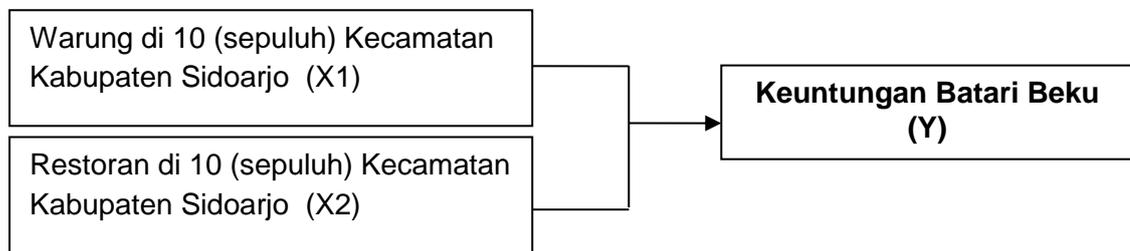
Kapasitas peluang usaha untuk pengembangan usaha bisnis menjadi industri kecil dan rumah tangga di bidang pangan adalah merupakan volume usaha dimana di Indonesia kesempatan terbuka sangat luas, hal ini dimungkinkan karena adanya dukungan faktor internal yang kuat

1.5. Keuntungan Batari

Keuntungan adalah penerimaan total dikurangi biaya total. Jadi keuntungan ditentukan oleh dua hal yaitu penerimaan dan biaya. Jika perubahan penerimaan lebih besar dari pada perubahan biaya dari setiap *output*, maka keuntungan yang diterima akan meningkat. Jika perubahan penerimaan lebih kecil dari pada perubahan biaya, maka keuntungan yang diterima akan menurun. Dengan demikian keuntungan akan maksimal jika perubahan penerimaan sama dengan perubahan biaya (Lipsey *et al.*, 1990).

2.6. Kerangka Berfikir

Segmentasi pasar merupakan bagian penting yang sangat dibutuhkan oleh pelaku usaha batari di Kabupaten Sidoarjo. Dari uraian di atas dapat ditunjukkan skema sebagai berikut:



2.7. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris dengan alat uji yang ada. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- H 1 : Apakah jumlah konsumen yang membeli Batari beku di Warung dengan dengan di Restoran ada perbedaan.
- H 2 : Apakah volume hasil penjualan Batari beku di Warung dengan di Restoran ada perbedaan.
- Y : Apakah jumlah konsumen dan volume penjualan memberikan keuntungan Batari beku di Warung dengan di Restoran ada perbedaan.

III. METODOLOGI

3.1. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian eksperimental skala model dengan menggunakan Uji – t, dimana perlakuan 1 menerapkan penjualan produk batari beku volume 250 kg, dijual di 10 warung, di daerah Kabupaten Sidoarjo, selama 1 (satu) bulan perlakuan 2 menerapkan penjualan produk batari beku volume 250 kg, dijual di

10 restoran di daerah Kabupaten Sidoarjo selama 1 (satu) bulan. (L.Mustofa,at all, 2008).

3.2. Rancangan Penelitian (*Experiment Design*)

Penelitian dirancang dengan 2 (dua) perlakuan dengan menggunakan Uji – t, dimana perlakuan 1 (X1) menerapkan penjualan batari beku volume 250 kg dijual di 10 warung, dan perlakuan 2 (X2) menerapkan penjualan produk Batari beku volume 250 kg di jual di 10 restoran di daerah Kabupaten Sidoarjo, .Informasi data diambil setiap minggu selama 1 (satu) bulan atau 4 (empat).

3.3. Analisis Data

- **Analisis Diskriptif**: digunakan untuk menganalisis pada aspek teknis. Usaha produksi batari beku, proses pembuatan batari beku, pengepakan, penjualan, dan aspek sosial.
- **Analisis Trend** : digunakan untuk menganalisis prosentase jumlah konsumen, volume produksi batari beku dalam waktu 1 (satu) bulan
- **Analisis Ekonomi** : Analisa Ekonomi digunakan secara performance, untuk menganalisa biaya produksi, efisiensi biaya dan keuntungan usaha (Soekartawi,1993).

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Diskripsi Hasil Penelitian

i. Diskripsi Jumlah Konsumen yang membeli produk Batari Beku di Warung dengan di Restoran.

Dari sumber setelah data di olah pada tabel 4.1. dapat disimpulkan bahwa sumber obyek penelitian warung dan restoran ada kecenderungan naiknya volume batari ekor yang terjual di warung dan restoran berbanding lurus (*linier*) dengan banyaknya jumlah konsumen yang datang untuk membeli batari beku di warung dan restoran.

ii. Diskripsi Volume Hasil Penjualan Batari Beku di Warung dengan di Restoran.

Dari sumber setelah data diolah pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa sumber obyek penelitian warung dan restoran ada kecenderungan naiknya keuntungan batari yang terjual di warung dan restoran berbanding lurus (*linier*) dengan naiknya volume hasil penjualan batari beku di warung dan restoran.

iii. Diskripsi Jumlah Keuntungan Hasil Penjualan Batari Beku di

Warung dengan di Restoran.

Dari sumber setelah data diolah pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa sumber obyek penelitian di warung dan di restoran ada kecenderungan

naiknya jumlah konsumen diikuti naiknya volume penjualan baterai ekor yang terjual di warung dan restoran yang berbanding lurus (*linier*) dengan keuntungan yang di peroleh dari hasil penjualan baterai beku di warung dan restoran.

4.2. Pemeriksaan Kualitas Data dengan Uji *t*

4.2.1 Uji Pengaruh *Independent “X” terhadap “Y”*

Nilai *p-value* nya 0,000 kurang dari 0,05 dan nilai *t* hitung sebesar 6,82 lebih dari 1,980 (pada lampiran tabel distribusi tabel *t*) maka diputuskan tolak H_0 yang berarti bahwa jumlah konsumen yang datang ke warung dan restoran secara signifikan berpengaruh terhadap keuntungan baterai beku di warung dan restoran dengan asumsi volume penjualan konstan.

Nilai *p-value* nya 0,000 kurang dari 0,05 dan nilai *t* hitung sebesar 7,17 lebih dari 1,980 (pada lampiran tabel distribusi tabel *t*) maka diputuskan tolak H_0 yang berarti bahwa volume penjualan di warung dan di restoran secara signifikan berpengaruh terhadap keuntungan baterai beku di warung dan restoran dengan asumsi jumlah konsumen yang datang konstan.

4.2.2. Interpretasi Terhadap Model

1. Koefisien regresi X_1 sebesar 0,430 menunjukkan adanya pengaruh signifikan variabel jumlah kunjungan ke warung dan restoran terhadap keuntungan baterai beku atau dapat dikatakan bahwa jumlah kunjungan semakin baik, maka keuntungan baterai beku akan meningkat. Nilai koefisien tersebut dapat diinterpretasikan bahwa jika jumlah kunjungan ditingkatkan 1 unit satuan maka keuntungan baterai beku rata-rata akan meningkat sebesar 0,430.
2. Koefisien regresi X_2 sebesar 0,450 menunjukkan adanya pengaruh signifikan variabel volume penjualan warung dan restoran terhadap keuntungan baterai beku atau dapat dikatakan bahwa volume penjualan warung dan restoran semakin baik, maka keuntungan penjualan akan meningkat. Nilai koefisien tersebut dapat diinterpretasikan bahwa jika volume penjualan ditingkatkan 1 unit satuan maka keuntungan baterai beku rata-rata akan meningkat sebesar 0,450.
3. Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa baik garis regresi sesuai dengan data aktualnya (*goodness of fit*). dengan kata lain koefisien determinasi untuk mengukur prosentase total variansi variabel *Y* yang dijelaskan oleh variabel independent di dalam garis regresi. pada output MINITAB 14 tampak bahwa R^2 sebesar 86,7 % yang berarti bahwa variansi keuntungan produk baterai beku dijelaskan oleh variansi jumlah kunjungan dan volume penjualan sebesar 86,7 % dan sisanya sebesar 13,3% dijelaskan oleh faktor lain diluar jumlah kunjungan dan volume penjualan, misalnya banyaknya pengunjung dan volume penjualan warung-warung dan restoran lainnya di wilayah tersebut.

b. Implikasi Teoritis

Menurut Gasperz (1999), dimana keuntungan di peroleh karena adanya selisih antara penerimaan dengan total yang di keluarkan. Adapun tingkat keuntungan atau profabilitas adalah perbandingan antara keuntungan dari penjualan dengan biaya total yang di nyatakan dalam prosentase (%). Dalam menjalankan usaha untuk mencapai keuntungan, pengusaha akan menghadapi risiko atas kegiatan usaha tersebut. Secara statistik risiko dapat di hitung dengan menggunakan ukuran keragaman (*variance*) atau simpangan baku (*standar deviation*). Hubungan antara simpangan baku dengan keuntungan rata-rata di ukur dengan koefisien variasi (CV) dan batas bawah keuntungan. Hal dengan jumlah kunjungan dan volume penjualan terhadap keuntungan batari beku yang diterima warung dan restoran, dimana rata-rata jumlah pengunjung dan rata-rata volume penjualan dijadikan standar batas bawah atau koefisien variasi dalam memperoleh keuntungan batari beku seperti pada tabel 4.1. dimana jumlah pengunjung dan volume penjualan pada warung rata-rata 99,2 dan jumlah pengunjung dan volume penjualan pada restoran rata-rata 181,2 dan apabila ingin memperoleh keuntungan batari beku harus di atas rata-rata tersebut.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengamatan, analisis dan bahasan tentang segmentasi pasar dengan variabel jumlah pengunjung dan volume penjualan terhadap penjualan batari beku di warung dan restoran dapat disimpulkan bahwa:

- a. Dari hasil analisis dan pengujian hepotesis pertama yang diajukan bahwa terdapat hubungan jumlah pengunjung secara signifikan terhadap volume penjualan di warung dan restoran dengan asumsi jumlah pengunjung semakin banyak, maka volume batari beku akan meningkat.
- b. Dari hasil analisis dan pengujian hepotesis kedua bahwa terdapat hubungan jumlah pengunjung dan volume penjualan secara signifikan terhadap keuntungan batari beku di warung dan restoran dengan asumsi jumlah pengunjung dan volume penjualan semakin banyak, maka keuntungan batari beku akan meningkat.
- c. Dari hasil dan pengujian ketiga melalui analisa diskriptif terdapat adanya perbedaan jumlah pengunjung, volume penjualan dan keuntungan batari beku secara signifikan antara warung dengan restoran di wilayah kecamatan, dimana perbedaannya jumlah pengunjung, volume penjualan dan keuntungan warung dengan restotan di wilayah tertentu peningkatannya tidak selalu sama di karenakan wilayah memiliki segmentasi pasar sendiri sesuai dengan karakter sosial budayanya sendiri.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan dalam hal ini disarankan

- a. Untuk diterapkannya kajian segmentasi pasar terhadap produk baterai beku di Kabupaten Sidoarjo dimana keuntungan berbanding lurus dengan volume penjualan dan jumlah pengunjung yang datang ke warung dan restoran.
- b. Dalam penelitian selanjutnya perlu diperdalam perbedaan segmentasi pasar kelas status sosial pengunjung yang datang ke warung dan restoran untuk memperoleh gambaran riil keuntungan yang diperoleh warung dan restoran dari sisi daya beli pengunjung terhadap produk baterai beku.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan telah diusahakan dengan optimal untuk mendukung tujuan penelitian, namun hasil dalam penelitian ini masih terdapat keterbatasan yang masih dirasakan oleh peneliti, yaitu :

- a. Adanya perbedaan persepsi diantara masing-masing pemilik warung dan restoran tentang segmentasi pasar, volume penjualan dan keuntungan produk baterai beku.
- b. Penggalan data deskriptif yang belum mendalam dan detail.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi wijaya, 2017. Prospek ikan Bandeng di Sidoarjo <https://blogs.uajy.ac.id>.
- Cahya Saporito, 2007. Membuat Aneka Olahan Bandeng. Penerbit Swadaya, Bogor .
- Compass, com. 2015. Pengawetan Ikan Bandeng, Sidoarjo.
- L.Mustofa, et al, 2008. Metode Penelitian; Rancangan Penelitian (*Experiment Design*).
- Rabiatul Adawyah, 2007. Pengolahan dan Pengawetan Ikan. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Soekartawi , 2011. Ilmu Usaha Tani dan Penelitian. Penerbit Universitas Indonesia, Jakarta.