

# IDENTIFIKASI POTENSI PASAR PRODUK OLAHAN PINDANG WILAYAH PAMOYANAN BOGOR

*Ferdisar Adrian, SE, MM*<sup>1)</sup>

<sup>1)</sup> Dosen Pascasarjana Universitas Pakuan

## A. PENDAHULUAN

Perikanan merupakan salah satu sektor ekonomi yang mempunyai potensi dan peranan penting bagi perekonomian Indonesia. Pembangunan perikanan merupakan bagian integral dari pembangunan nasional. Peranan sektor perikanan dalam pembangunan nasional terutama bisa dilihat dari fungsinya sebagai penyedia ekspor hasil perikanan, penyedia kesempatan kerja, peningkatan pendapatan nelayan atau pembudidaya ikan dan pembangunan daerah, serta peningkatan kelestarian sumberdaya perikanan dan lingkungan hidup (DKP 2009).

Ikan sebagai komoditi utama di sub sektor perikanan merupakan salah satu bahan pangan yang kaya protein. Manusia sangat memerlukan protein ikan karena selain mudah dicerna, pola asam amino protein ikan pun hampir sama dengan pola asam amino yang terdapat dalam tubuh manusia (Afrianto dan Liviawaty, 1989). Di samping itu, kadar lemak ikan yang rendah sangat bermanfaat bagi kesehatan tubuh manusia. Pengolahan ikan dapat membuat ikan menjadi lebih awet sehingga untuk mendistribusikannya lebih mudah untuk sampai ke konsumen.

Hasil perikanan laut yang diolah dengan proses modern maupun tradisional, pada hakikatnya menerapkan konsep efisiensi dan konservasi dalam penggunaan sumber daya alam hayati (Fathurrohman, 2010). Hasil perikanan laut yang merupakan olahan tradisional dapat berupa ikan asin, ikan pindang, ikan asap, dan produk-produk fermentasi (Adawyah, 2007). Pengolahan ikan secara tradisional mempunyai prospek untuk dikembangkan lebih dominan dibandingkan pengolahan secara modern, seperti pembekuan dan pengalengan (Heruwati, 2002), sebab pengolahan tradisional dapat dilakukan dengan biaya yang murah dan peralatan sederhana.

Pengolahan ikan di Indonesia sebagian besar merupakan pengolahan tradisional, karena pengolahan modern memerlukan persyaratan yang sulit dipenuhi oleh perikanan skala kecil, yaitu pasokan bahan baku yang bermutu tinggi dalam jenis dan ukuran yang seragam, dalam jumlah yang cukup banyak sesuai dengan kapasitas industri. Kondisi ini menggambarkan bahwa pengolahan tradisional masih mempunyai prospek untuk dikembangkan. Prospek ini didukung oleh masih tersedianya sumberdaya

ikan di pusat produksi, tingginya permintaan di tingkat konsumsi, sederhananya teknologi, serta banyaknya industri rumah tangga pengolahan tradisional (Heruwati 2002).

Salah satu produk olahan ikan adalah pemindangan ikan, Pada dasarnya pemindangan ikan merupakan upaya pengawetan sekaligus pengolahan ikan yang menggunakan teknis penggaraman dan perebusan. Pengolahan tersebut dilakukan dengan merebus atau dengan memanaskan ikan dalam susunan bergaram dalam waktu tertentu di dalam suatu wadah yg dinamakan badeng. Wadah badeng ini digunakan sebagai tempat ikan selama perebusan atau pemanasan dan sekaligus digunakan sebagai kemasan selama transportasi dan pemasaran. Ikan pindang merupakan salah satu hasil olahan yang cukup populer di Indonesia, dalam urutan hasil olahan tradisional menduduki tempat kedua setelah ikan asin. Dilihat dari sudut program peningkatan konsumsi protein masyarakat, ikan pindang mempunyai prospek yang lebih baik daripada ikan asin. Hal ini mengingat bahwa ikan pindang mempunyai cita-rasa yang lebih lezat dan tidak begitu asin jika dibandingkan dengan ikan asin sehingga dapat dimakan dalam jumlah yang lebih banyak. Kelebihan ikan pindang dari ikan asin ialah ikan pindang merupakan produk yang siap untuk dimakan (*ready to eat*). Di samping itu juga praktis semua jenis

ikan dari berbagai ukuran dapat diolah menjadi ikan pindang (Badan Riset Kelautan dan Perikanan. 2005).

Hasil produksi kegiatan pemindangan sangat disenangi oleh konsumen karena aromanya hampir mendekati ikan kaleng serta tidak terlalu asin, sehingga dapat di konsumsi dalam jumlah yang lebih banyak bila dibandingkan dengan produk ikan asin (Wibowo, 2000). Jenis ikan yang biasa digunakan cukup beragam, mulai dari ikan kecil hingga ikan besar dan dari ikan air tawar sampai ikan laut. Ikan air tawar yang sering dipindang adalah tambakan, nila dan ikan mas. Untuk ikan laut, jenis yang biasa dipindang adalah ikan layang, kembung, tongkol, tuna, cakalang dan ekor kuning.

Salah satu daerah yang mempunyai industri pengolahan ikan pindang yaitu di Kelurahan Pamoyanan, Kecamatan Bogor Selatan, Kota Bogor, Jawa Barat, Indonesia. Industri pengolahan tersebut mempunyai potensi dalam pengembangan bisnis usaha pemindangan ikan karena memiliki potensi pasar yang terbuka. Pemasaran yang telah dilakukan oleh industri pengolahan ini adalah konsumen daerah Pamoyanan dan wilayah Bogor. Sejalan dengan meningkatnya pemasaran dan persaingan yang semakin ketat membuat industri pengolahan berupaya untuk meningkatkan kinerja usahanya, terutama dalam hal memperluas area pemasaran dengan

mengidentifikasi potensi pasar produk olahan pindang. Persaingan yang dialami adalah banyaknya industri-industri lain juga yang bergerak mengolah ikan pindang, dan saat ini sedang memperebutkan potensi pasar, maka industri pengolahan harus memiliki keunggulan strategi pengembangan usaha yang baik sehingga dapat mengatasi persaingan yang sedang dihadapi. Selain memanfaatkan potensi perikanan Indonesia yang ada, pengembangan usaha ini juga akan mampu meningkatkan konsumsi pangan perikanan masyarakat Indonesia, pangan perikanan yang penuh nilai gizi. Peluang pasar yang diperkirakan masih cukup besar di masa yang akan datang tersebut menuntut perusahaan untuk bersaing ketat dalam merebut pasar-pasar yang potensial.

### **1. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut masalah yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana gambaran umum usaha pemindangan ikan di Kelurahan Pamoyanan, Kecamatan Bogor Selatan ?
2. Bagaimana identifikasi potensi pasar produk olahan pindang di Kelurahan Pamoyanan, Kecamatan Bogor Selatan ?

### **2. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian di atas tersebut maka tujuan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Mengetahui gambaran umum usaha pemindangan ikan di Kelurahan Pamoyanan, Kecamatan Bogor Selatan.
2. Mengidentifikasi potensi pasar produk olahan pindang di Kelurahan Pamoyanan, Kecamatan Bogor Selatan.

### **3. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, memberikan pengalaman dan pengetahuan mengenai strategi bisnis dan prospek kegiatan usaha pengolahan ikan.
2. Memberikan masukan bagi industri pengolahan untuk menentukan arah pengembangan usahanya tersebut.
3. Sebagai bahan informasi dan bahan rujukan penelitian bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

## **B. LANDASAN TEORI**

### **1. Peluang Pasar**

Setiap perusahaan perlu memiliki kemampuan untuk mengenal peluang-peluang pasar baru. Tidak ada perusahaan yang

selamanya dapat menggantungkan diri pada produk dan pasar yang dimilikinya sekarang. Peluang yang menarik bagi perusahaan tertentu adalah peluang yang dapat dimanfaatkan perusahaan, dikaitkan dengan sumber daya dan tujuannya. Perencanaan strategi pemasaran berusaha menyesuaikan peluang yang ada dengan sumber daya perusahaan dan tujuannya, yaitu apa yang dapat dan yang ingin dilakukan.

## 2. Identifikasi Peluang Pasar

Organisasi dapat mencari peluang-peluang baru secara sistematis. Banyak organisasi mendapatkan gagasan-gagasan baru dengan hanya memasang telinga dan membuka mata terhadap perubahan pasar. Perusahaan dapat menggunakan metode informal, membaca surat kabar, menghadiri pameran dagang, meneliti produk pesaing untuk memperoleh gagasan dalam peluang pasar yang dapat diambil. Perusahaan juga dapat menggunakan metode formal untuk mengidentifikasi peluang pasar. Salah satu alat yang berguna adalah jaringan ekspansi produk/pasar yaitu *product/market expansion grid* (Kotler dan Keith Cox, 1984: 45).

Produk/pasar grid merupakan model yang telah terbukti sangat berguna dalam strategi bisnis unit proses untuk

menentukan peluang pertumbuhan bisnis. Produk/grid pasar memiliki dua dimensi, yaitu produk dan pasar. Lebih dari 2 dimensi ini, empat strategi pertumbuhan yang dapat dibentuk, antara lain:

- a. Penetrasi pasar (*Market Penetration*) Upaya meningkatkan penjualan produk yang sudah dimiliki perusahaan dalam pasarnya yang sekarang, antara lain melalui bauran pemasaran yang lebih agresif. Perusahaan dapat berusaha memperbesar tingkat penggunaan pelanggan atau menarik pelanggan pesaing atau pelanggan baru yang belum menggunakan produk itu.
- b. Pengembangan pasar (*Market Development*) Upaya meningkatkan penjualan produk yang sekarang dalam pasar yang baru. Pengembangan pasar dapat melibatkan upaya mencari penggunaan baru suatu produk.
- c. Pengembangan produk (*Product Development*) Upaya menawarkan produk baru atau produk yang ditingkatkan bagi pasar sekarang. Perusahaan perlu mengetahui kebutuhan pelanggan yang sekarang. Perusahaan dapat melihat adanya cara menambah atau memodifikasi tampilan

produk (*product feature*), mengadakan beberapa tingkat kualitas, atau memperbanyak jenis atau ukuran untuk lebih memenuhi kebutuhan pelanggan baru.

- d. Diversifikasi (*Diversification*) Bergerak ke lini bisnis yang sama sekali berbeda, yang mungkin mencakup produk, pasar, atau bahkan tingkatan dalam system produksi, pemasaran yang sama sekali tidak dikenal sebelumnya. Cara ini dapat

memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan perubahan yang terjadi pada pasarnya sekarang, atau perubahan yang lebih mendasar dalam lingkungan tak terkendali. Semakin jauh peluang itu dari apa yang sedang dilakukan perusahaan, semakin menarik kelihatannya peluang itu. Tetapi semakin sukar pula penilaiannya. Peluang yang jauh dari pengalaman perusahaan melibatkan risiko yang lebih besar.

	Produk yang ada	Produk baru
Pasar yang ada	1. Penetrasi pasar	1. Pengembangan produk
Pasar baru	2. Pengembangan pasar	2. Diversifikasi

Product / Market Expansion Grid

### 3. Strategi Penetapan Pasar

Keputusan suatu perusahaan dalam menetapkan pembeli mana yang akan menjadi sasaran serta bagaimana memposisikan produk pada setiap sasaran (segmen) merupakan dasar dalam strategi pemasaran. Strategi penempatan posisi menjadi suatu hal yang sangat penting dalam daur hidup pasar yang matang. Terdapat beberapa alternative sasan dalam mentukan posisi di pasar, antara lain:

- a. Keputusan penetapan sasaran menunjukkan bagaimana berbagai segmen akan dilayani.
- b. Manajemen dapat memilih beberapa segmen atau

seluruhnya setelah pasar secara intensif dapat dipenuhi melalui penetapan semua sasaran.

- c. Strategi penetapan posisi (*positioning*) diarahkan pada masing-masing segmen yang telah diputuskan oleh manajemen untuk dilayani.
- d. Strategi penetapan pasar sasaran perusahaan tersebut adalah suatu pendekatan segmentasi melalui perbedaan merek, harga, distribusi, dan program promosi.

Strategi penetapan posisi (*positioning strategy*) adalah kombinasi produk, saluran distribusi, harga, dan strategi

promosi suatu perusahaan yang digunakan untuk penetapan posisinya dalam melawan pesaing dalam mempertemukan keinginan dan kebutuhan pasar sasaran. Strategi ini adalah untuk menetapkan produk dalam mata dan pikiran pembeli yang membedakan dengan produk dari pesaing. Penetapan posisi difokuskan pada seluruh perusahaan, bauran produk, lini produk yang spesifik, atau merek, walaupun sering difokuskan pada merek. Strategi penentuan posisi adalah kombinasi tindakan pemasaran yang digunakan untuk menggambarkan konsep penetapan posisi terhadap pembeli sasaran.

### **C. METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan satuan kasusnya adalah industri pengolahan yang bergerak di bidang pemindangan ikan di Kelurahan Pamoyanan Kecamatan Bogor Selatan. Tujuannya adalah untuk memberikan gambaran terperinci tentang latar belakang, sifat-sifat serta karakter-karakter yang jelas dari kasus ataupun status individu, yang kemudian dari sifat-sifat khas di atas akan dijadikan suatu hal yang bersifat umum. Subjek dari penelitian ini dapat berupa individu, kelompok, lembaga ataupun masyarakat.

Pengumpulan data primer dilakukan dengan wawancara dan observasi terhadap pengolah ikan pindang skala mikro/kecil menengah di Kelurahan Pamoyanan Kecamatan Bogor Selatan.

### **D. HASIL PENELITIAN**

#### **1. Gambaran Usaha**

Sebagaimana diketahui ikan merupakan produk yang sangat mudah mengalami pembusukan. Secara umum kerusakan atau pembusukan ikan dan hasil olahannya dapat digolongkan pada: 1) Kerusakan biologi, 2) Kerusakan enzimatik, 3) Kerusakan fisika, 4) Kerusakan kimiawi. Untuk menghindari pembusukan dilakukan berbagai cara salah satunya adalah pemindangan ikan.

##### **a. Aspek Teknik**

Industri pengolahan ikan pindang di Kelurahan Pamoyanan Kecamatan Bogor Selatan memperoleh bahan baku ikan dari Tempat Penampungan Ikan (TPI) yang bertempat di Pasar Bogor. Jenis-jenis bahan dan alat pemindangan yang digunakan dalam usaha ini adalah sebagai berikut:

##### **1) Ikan Segar**

Untuk mendapatkan ikan segar tersebut pihak pengolah harus mendatangi sendiri lokasi TPI dengan membawa mobil bak jenis L300 untuk mengangkut

ikan segar yang di simpan di dalam kotak untuk memudahkan pengangkutan ikan. Jumlah bahan baku ikan yang dibeli tergantung ketersediaan ikan yang ada di TPI, dan pembelian ikan segar dilakukan setiap hari.

2) Garam

Garam berfungsi dalam pemindangan adalah sebagai pengawet dan pemberi rasa pada ikan yang dipindang.

3) Air

Air untuk pengolahan ikan pindang yang digunakan adalah air bersih yang didapat dari air PDAM, digunakan untuk pencucian ikan dan perebusan saat memasak ikan pindang.

4) Badeng

Badeng adalah wadah yang digunakan dalam proses pemindangan. Badeng ini digunakan dari awal proses pemasakan, sampai proses pemasaran.

5) Kayu Bakar

Usaha pengolah ikan pindang di Kelurahan Pamoyanan ini menggunakan kayu bakar sebagai bahan bakar untuk memasaknya, karena jika menggunakan kayu bakar ikan pindang akan memberikan rasa yang nikmat dibandingkan memasak menggunakan kompor.

b. Proses Produksi

Berikut adalah cara-cara pembuatan ikan pindang yang dilakukan di unit usaha di Kelurahan Pamoyanan dan alur prosesnya.

1) Pemilihan dan Pencucian Ikan

Ikan yang akan diproses sebagai bahan baku pindang sebaiknya dikelompokan terlebih dahulu menurut ukuran dan kesegaran ikan. Setelah itu ikan dicuci bersih untuk menghilangkan lendirnya. Pada ikan yang berukuran besar (lebih dari 1 kilogram) pencucian sekaligus dilakukan penyiangian dengan membuang isi perut, pembuangan isi perut dilakukan dengan cara menariknya dari lubang operculum agar perut ikan tidak rusak sedangkan pada ikan kecil hanya dilakukan pencucian saja pada tubuh ikan.

2) Penyiapan Wadah

Wadah yang digunakan untuk membuat ikan pindang adalah badeng yang terbuat dari aluminium atau besi/seng. Sebelum digunakan wadah badeng dicuci supaya tidak ada kotoran yang menempel dibagian dalam wadahnya, setelah wadah dicuci dibagian dasar wadah diletakkan palang bambu dan anyaman bambu yang

berguna untuk memberi ruang air saat perebusan. Penyusunan dan Penggaraman Ikan yang telah dibersihkan disusun di dalam wadah badeng secara berlapis-lapis dengan cara tubuh ikan disimpan secara vertikal jadi perut ikan membawahi punggung ikan yang ada dibawahnya, sedangkan kepala ikan menghadap ekor ikan lainnya, setiap lapisan ditaburi garam sampai lapisan ikan paling atas. Setelah penyusunan dan penggaraman selesai tambahkan air bersih ke dalam wadah sampai seluruh lapisan ikan terendam.

### 3) Perebusan

Setelah ikan disusun, digarami dan di isi air di dalam wadah selesai, wadah badeng di tutup menggunakan kertas semen yang telah dicuci. Kemudian di panaskan di atas tungku, dengan bahan bakar yang digunakan adalah kayu bakar, hal ini dikarenakan pemanasan dengan menggunakan kayu bakar menurut pengusaha tersebut akan memberikan rasa ikan pindang yang khas dibandingkan dengan menggunakan kompor, proses perebusan berlangsung selama 6-8 jam. Lama perebusan ini

tergantung pada ukuran ikan yang di pindang. Tanda ikan telah masak pada proses perebusan adalah terdapat retakan-retakan pada tubuh ikan terutama pada bagian punggung dan kepala ikan. Selama proses perebusan dilakukan pengecekan secara berkala untuk melihat kematangan ikan, apabila ikan sudah matang air perebusan dibuang dengan membuka penutup lubang didinding bagian bawah wadah. Air sisa dari perebusan ikan pindang ini biasanya oleh warga sekitar di tampung untuk dibuat sebagai bahan pembuatan baku petis ikan.

### 4) Penyimpanan

Dalam proses pengemasan dan penyimpanan ikan pindang dibiarkan tetap berada dalam wadah pemindangan yang ditutup rapat, penutupan ini harus benar-benar di perhatikan agar mutu ikan pindang tidak menurun. Wadah ikan harus tertutup rapat dan sebaik mungkin agar tidak terkontaminasi kotoran dari luar karena pada saat dipasarkan ikan pindang masih tetap berada di dalam badeng. Untuk mendapatkan daya awet yang tinggi, sebaiknya ikan pindang diletakan di dalam ruangan yang kering dan

bertemperatur lingkungan cukup rendah. Setelah itu ikan pindang siap untuk dipasarkan.

## 2. Identifikasi Potensi Pasar

Pemasaran menjadi penghubung antara kegiatan produksi dan konsumsi. Definisi yang paling sesuai dengan tujuan tersebut adalah Manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi serta penyaluran gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individu dan organisasi.

Hasil dari produksi ikan pindang yang dihasilkan oleh usaha pemindangan di Kelurahan Pamoyanan akan langsung dijual kepada pedagang-pedagang eceran. Untuk Usaha Pemindangan di Kelurahan Pamoyanan pemasarannya meliputi pasar Bogor, Cibinong, Citeureup, Ciampea, Cipanas, dan pembeli langsung seperti rumah makan dan warga sekitar. Dalam menganalisis potensi pasar ada beberapa aspek yang harus diperhatikan antara lain:

### 1) Strategi Produk

Jenis ikan pindang yang dijual oleh usaha pemindangan di Kelurahan Pamoyanan beragam, yaitu ikan Cakalang, Tongkol, Layang. Untuk ikan yang banyak digemari oleh

masyarakat adalah Ikan Cakalang. Maka dari itu, usaha pemindangan di Kelurahan Pamoyanan bisa lebih fokus pada ikan yang banyak digemari oleh masyarakat, yaitu ikan Cakalang.

### 2) Strategi Harga

Harga merupakan faktor yang sangat penting. Hal ini disebabkan harga menentukan apakah penerimaan yang diperoleh akan mampu menutup berbagai biaya yang dikeluarkan, menghasilkan keuntungan dan sesuai dengan target yang ingin dicapai oleh usaha pemindangan di Kelurahan Pamoyanan. Penentuan harga dilakukan berdasarkan harga pasar yang berlaku dan berbeda untuk setiap jenis ikannya.

Selain itu, dalam mengidentifikasi potensi pasar usaha pemindangan di Kelurahan Pamoyanan dapat melihat faktor berikut:

### 1) Potensi Pertumbuhan Jumlah Penduduk

Berikut disajikan pertumbuhan jumlah penduduk Kota Bogor dari tahun 2011-2014, yaitu sebagai berikut:

**Penduduk Kota Bogor Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin 2014**

**Population by Subdistricts and sex in Bogor Municipality 2014**

Kecamatan /Subdistrict	Penduduk (orang)/Population (Person)			Rasio Jenis kelamin / Sex Ratio
	Laki-laki / Male	Perempuan / Female	Jumlah/Total	
Bogor Selatan	99 459,00	94 720,00	194 179,00	105.00
Bogor Timur	51 508,00	50 476,00	101 984,00	102.04
Bogor Utara	94 438,00	91 660,00	186 098,00	103.03
Bogor Tengah	52 588,00	51 532,00	104 120,00	102.05
Bogor Barat	116 138,00	112 722,00	228 860,00	103.03
Tanah Sareal	109 348,00	106 131,00	215 479,00	103.03
<b>2014</b>	<b>523 479,00</b>	<b>507 241,00</b>	<b>1 030 720,00</b>	<b>103.20</b>
<b>2013</b>	<b>514 797,00</b>	<b>498 222,00</b>	<b>1 013 019,00</b>	<b>103.43</b>
<b>2012</b>	<b>510 884,00</b>	<b>493 947,00</b>	<b>1 004 831,00</b>	<b>103.43</b>
<b>2011<sup>r</sup></b>	<b>502 243,00</b>	<b>485 072,00</b>	<b>987 315,00</b>	<b>103.54</b>

Sumber : BPS Kota Bogor

Source : BPS-Statistics of Bogor City

r = data diperbaiki/revised

Berdasarkan data tersebut jumlah penduduk Kota Bogor akan terus bertambah setiap tahunnya. Dengan penambahan penduduk ini berarti kebutuhan akan konsumsi menjadi meningkat. Kondisi ini mendukung perkembangan industri makanan di Kota Bogor, salah satunya adalah industri ikan pindang.

2) Potensi Pertumbuhan Ekonomi

Berdasarkan data dari hasil sensus ekonomi tahun 2016 yang dikeluarkan Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bogor, bahwa dari tahun 2010 hingga tahun 2014 tingkat pertumbuhan ekonomi terus merangkak naik. Tren positif ini juga berdampak di hampir seluruh sektor.

Seperti keterangan Kepala BPS Kota Bogor Budi Hardiyono dalam laporan resminya, Jumat (04/03/16), dari 17 sektor dalam Produk

Domestik Regional Bruto (PDRB) Kota Bogor atas dasar harga berlaku menurut lapangan usaha pada 2010-2014 diketahui jika dari ke 17 sektor ini pada tahun 2010 bahwa PDRB mencapai Rp 17.775.588,6.

Kondisi kenaikan pertumbuhan ekonomi ini dapat memberikan dampak terhadap pertumbuhan industri masyarakat salah satunya industri pemindangan ikan yang ada di Kecamatan Pamoyanan.

3) Potensi Pertumbuhan Jumlah Wisatawan

Berdasarkan data BPS, jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Bogor setiap tahunnya selalu mengalami peningkatan, wisatawan tersebut berasal dari lokal dan mancanegara, data tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Perkembangan Kunjungan Wisatawan Ke Kota Bogor 2008-2014

Trend of Tourist Arrivals to Bogor 2008-2014

Tahun/ Year	Kunjungan ke obyek wisata			Menginap di Hotel		
	Wisatawan/Tourist		Jumlah/ Total	Wisatawan/Tourist		Jumlah/ Total
	Nusantara/ Domestic	Mancanegara/ Foreign		Nusantara/ Domestic	Mancanegara/ Foreign	
2008	1 370 119,00	18 174,00	1 388 293,00	716 807,00	31 443,00	748 250,00
2009	1 163 110,00	42 377,00	1 205 487,00	1 086 374,00	102 737,00	1 189 111,00
2010	1 524 044,00	42 812,00	1 566 856,00	1 205 628,00	104 076,00	1 309 704,00
2011	1 630 687,00	43 837,00	1 674 524,00	1 309 875,00	106 137,00	1 416 012,00
2012	1 775 580,00	110 975,00	1 886 555,00	1 426 263,00	104 223,00	*)1530486
2013	3 277 442,00	104 780,00	3 382 222,00	1 632 657,00	99 446,00	*)1732103
2014	4 148 650,00	202 280,00	4 350 930,00	2 896 749,00	124 108,00	3 020 857,00

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bogor

Ket/Note :\*) = Data perkiraan/Data Estimates

Sources: Department of Culture and Tourism of Bogor

Berdasarkan data perkembangan kunjungan wisatawan ke Kota Bogor selama tahun 2008-2014 selalu mengalami peningkatan, kondisi ini sangat menguntukan dan mendorong pertumbuhan usaha atau industri yang ada di Kota Bogor termasuk industri pemindangan ikan yang ada di Kelurahan Pamoyanan.

Dengan melihat beberapa kondisi di atas, peluang pasar pemindangan ikan masih terbuka lebar, baik untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri maupun untuk menembus pasar global. Ikan sebagai bagian dari makanan pokok dalam kehidupan sehari-hari tentunya akan memiliki kesinambungan permintaan. Selain itu selera masyarakat dan kesadaran pentingnya mengkonsumsi ikan juga menjadi faktor penting terhadap permintaan ikan, termasuk ikan pindang sebagai salah satu jenis ikan yang tahan lama karena telah diawetkan melalui pemindangan.

Selain itu, berdasarkan informasi yang diperoleh, pemindangan ikan di

Kelurahan Pamoyanan juga sudah dipasarkan ke pasar swalayan yang berarti konsumennya adalah golongan masyarakat berpendapatan rendah sampai tinggi (semua golongan). Hal ini juga terkait dengan produksi ikan pindang yang kualitasnya terdiri dari beberapa tingkatan, mulai dari kualitas rendah sampai tinggi.

## E. KESIMPULAN

Potensi pasar produk olahan ikan pindang masih sangat terbuka bagi setiap pengusaha ikan pindang, hal ini dikarenakan kebutuhan masyarakat semakin meningkat. Potensi pasar bisa tersebar di beberapa wilayah kota Bogor. Potensi pasar yang terbuka harus dicermati oleh usaha pemindangan di Kelurahan Pamoyanan sebagai peluang dan harus ada upaya strategi yang dilakukan agar peluang adanya

potensi pasar dapat dimaksimalkan dengan baik.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Afrianto, E dan Liviawaty.1989. Pengawetan dan Pengolahan Ikan. Yogyakarta : Penerbit Kanisius.
- Adawyah, Rabiatul. 2007. Pengolahan dan Pengawetan Ikan. Jakarta: Bumi Aksara.
- Fathurrohman, Muhammad. 2010. Definisi Konservasi Lingkungan.  
<http://muhfathurrohman.wordp>
- [ress.com/2013/01/25/konsep-konservasi-lingkungan.html](http://ress.com/2013/01/25/konsep-konservasi-lingkungan.html).
- Heruwati E S. 2002. Pengolahan Ikan Secara Tradisional: Prospek dan Peluang Pengembangan. Jakarta: Jurnal Litbang Pertanian 21(3): 92-99
- Philip Kotler and Keith Cox. 1984. Manajemen dan Strategi Pemasaran, Edisi Revisi, Diterjemahkan Taufik Salim. Jakarta : Erlangga.
- Wibowo, S. 2000. Industri Pemindangan Ikan. Jakarta : Penebar Swadaya