

STRATEGI PENGEMBALIAN CITRA PRODUK BAKSO SAPI PASCA ISU

FORMALIN DAN BORAKS

(Studi Kasus Para Pedagang Bakso di Kota Padang)

Oleh :

DESI YULIA ANWAR

02164044



FAKULTAS PETERNAKAN

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG, 2006

**STRATEGI PENGEMBALIAN CITRA PRODUK BAKSO SAPI PASCA
ISU FORMALIN DAN BORAKS
(Studi Kasus Para Pedagang Bakso di Kota Padang)**

Desi Yulia Anwar, dibawah bimbingan
Ir. Fuad Madarisa, Msc dan Nurhayati, S.Pt. MM
Program Studi Sosial Ekonomi Peternakan Jurusan Produksi Ternak
Fakultas Peternakan Universitas Andalas Padang, 2006

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di kota Padang terhadap para pedagang bakso dan konsumennya, yang bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen dan citra produk bakso dimata konsumen setelah adanya isu formalin dan boraks, disamping itu juga untuk mengetahui mengenai kondisi produk sendiri dan pedaganginya serta strategi apa yang dapat dilakukan untuk mengembalikan citra produk bakso setelah adanya isu formalin dan boraks ini, sehingga dapat meningkatkan tingkat penjualan. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metoda survei, dengan wawancara terhadap pedagang dan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui kuisioner.

Hasil penelitian yang didapatkan, bahwa persepsi konsumen terhadap produk bakso setelah isu formalin dan boraks beredar adalah biasa saja, dengan rata-rata skor 88,6%. Di mana, mereka lebih banyak yang tidak terpengaruh oleh isu dan mereka tetap menyukai produk bakso walaupun ada suatu kecemasan dalam mengkonsumsinya, karena mereka tidak mengetahui bagaimana ciri-ciri bakso yang menggunakan formalin dan boraks. Secara umum, citra yang didapatkan oleh konsumen terhadap produk bakso dan dengan yang diinginkan oleh pedagang bakso belum sama. Apa lagi dalam hal keyakinan produk bebas formalin dan boraks. Untuk kondisi pedagang, sesuai dengan pernyataan Balai POM, pedagang bakso di kota Padang bebas dari menggunakan formalin dan boraks. Walaupun demikian, kondisi pedagang bakso sangat memprihatinkan, sejak terjadinya isu, omset mereka turun hingga 75%.

Formulasi strategi yang bisa dilakukan adalah melakukan promosi oleh pedagang bakso bersama paguyubannya untuk menarik konsumen, berusaha agar harga bakso tetap terjangkau, meningkatkan rasa dan kualitas yang baik, meningkatkan manajemen pengelolaan dan kualitas pelayanannya, serta pedagang sebaiknya mengurus sertifikat bebas formalin dan boraks, sehingga konsumen tidak perlu lagi cemas untuk mengkonsumsi bakso. Selain itu, peran serta pemerintah juga sangat diperlukan dalam mengembalikan citra ini, dengan cara memberikan penyuluhan kepada masyarakat mengenai pembuatan makanan yang baik dan benar, serta mengatur kembali undang- undang tentang obat- obatan dan makanan sehingga obat- obat berbahaya tersebut tidak bebas beredar dan tidak mudah didapatkan oleh masyarakat.

I. PENDAHULUAN

I.1 LATAR BELAKANG

Bakso merupakan sejenis makanan olahan yang terbuat dari daging sapi atau ayam yang diberi bumbu-bumbu tertentu sehingga rasanya menjadi enak dan gurih. Biasanya bakso dimakan dengan memakai kuah berbumbu dan didampangi dengan mi, telur atau tahu. Di kota Padang sendiri, bakso sudah cukup lama dikenal bahkan rata-rata masyarakatnya menggemari produk olahan ini, walaupun bakso tersebut berasal dari pulau Jawa dan sebagian pedagangnya adalah orang Jawa yang merantau ke Padang.

Namun, dewasa ini masyarakat terganggu dengan adanya isu yang menyebutkan adanya pedagang bakso yang menggunakan formalin (pengawet mayat) dan boraks (antiseptik) agar bakso yang dibuat menjadi lebih tahan lama. Hal ini tentu saja dapat merusak kepercayaan terhadap produk olahan yang ditawarkan, tidak terkecuali dengan bakso daging. Sejak isu penggunaan formalin (pengawet mayat) dan boraks (antiseptik) beredar, peminat baksopun menurun dengan drastis. Apalagi isu ini terus bersambut, baik dari mulut ke mulut maupun oleh media massa lain.

Awal merebaknya isu ini terjadi di Pontianak, pertengahan Juni 2004. Dalam harian Kompas (Senin, 14 Juni 2004) dimuat hasil pemeriksaan laboratorium Balai Pengawas Obat dan Makanan (POM) Pontianak, Kalimantan Barat, menunjukkan 46 dari sekitar 60 merek kerupuk yang dijual bebas di Pontianak ternyata mengandung bahan berbahaya, boraks. Pemeriksaan terhadap makanan tersebut dilakukan semata-mata untuk melindungi kepentingan masyarakat dari penggunaan zat kimia

berbahaya. Sesuai dengan peraturan Menteri Kesehatan No. 722/ Menkes/ Per/ IX/ 88, boraks dilarang digunakan untuk bahan makanan. Kemudian pada awal Desember 2005, sampel dan uji laboratorium BPOM menemukan adanya pengawet berbahaya, formalin dan boraks, dalam produk makanan berupa tahu, mi basah, dan ikan, yang dilakukan di wilayah Bandar Lampung, Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Mataram, dan Makasar. Namun, ada baiknya juga seluruh rakyat Indonesia saat ini mewaspadaai kenyataan itu.

Isu tersebut terus bergulir, ditambah lagi adanya salah satu stasiun TV swasta yang menayangkan secara berulang, yaitu tanggal 31 Desember 2005 dan 1 Januari 2006, mengenai investigasi stasiun tersebut terhadap pedagang bakso yang menggunakan formalin dan boraks, bahkan daging tikus. Dengan adanya penayangan tersebut, para pedagang bakso se-Jabotabek yang tergabung dalam Paguyuban Pedagang Bakso (PPB) melakukan protes dengan berunjuk rasa, karena mereka menganggap tayangan tersebut berdampak buruk terhadap kelangsungan usaha.

Isu yang sama sebenarnya bukanlah hal yang baru. Sebelumnya juga pernah muncul isu penggunaan zat pengental boraks dalam bakso. Tetapi, berita itu tidak merebak luas karena tidak diberitakan di televisi. Tingkat pengetahuan yang rendah mengenai bahan pengawet merupakan faktor utama penyebab penggunaan formalin dan boraks pada bakso. Beberapa survei menunjukkan, alasan pedagang menggunakan formalin dan boraks sebagai bahan pengawet karena daya awet lebih lama, bahkan bisa tahan sampai lima hari, dan produk yang dihasilkan bisa lebih bagus, selain itu harga formalin lebih murah. Minimnya akses informasi dan lemahnya media pencerahan kepada masyarakat, telah melahirkan sikap dan perilaku

V. PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1) Persepsi Konsumen.

Secara keseluruhan, persepsi konsumen terhadap produk bakso setelah isu formalin dan boraks beredar adalah biasa saja, dengan rata-rata skor 88,6%. Biasa yang dimaksudkan dalam hal ini adalah mereka lebih banyak yang tidak terpengaruh oleh isu yang ada, mereka tetap menyukai produk bakso walaupun ada suatu kecemasan dalam mengkonsumsinya, karena mereka tidak mengetahui bagaimana ciri-ciri bakso yang menggunakan formalin dan boraks. Oleh karena itu, dalam atribut persepsi ini, mereka merespon baik tahap pentingnya mempunyai pengalaman dan pengetahuan dalam melihat ciri - ciri bakso tersebut, dengan skor 103,2. Diharapkan, dengan pengetahuan tersebut mereka dapat memilih dan tidak perlu takut untuk mengkonsumsinya. Selain pengalaman, penampilan fisik seperti warna, ukuran dan rasa bakso juga mendapatkan interpretasi yang baik (103) dari konsumen, sebab rasa tersebut merupakan faktor stimulus yang sangat memegang peranan penting dalam merebut perhatian konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Amirin, Tatang M. 1986. Menyusun Rencana Penelitian. CV. Rajawali. Jakarta.

Bloom, Paul N. Dan Louise N. Boone. 2006. Strategi Pemasaran Produk. Prestasi Pustaka Publisher. Jakarta.

Chaniago, Amran YS. 2002. Kamus Lengkap Bahasa Indonesia. Departemen Pendidikan dan kebudayaan. Jakarta.

<http://www.kompas.com/kesehatan/news/0601/12/173411.htm>

Harjadi, W. 1990. Ilmu Kimia Analitik Dasar. Cetakan ke-2. PT. Gramedia. Jakarta.

Kasali, Renald. 2003. Manajemen Publik Relation, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia. Pustaka Utama Graffitti. Jakarta.

Kotler. 1994. Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Jilid I. Erlangga. Jakarta.

Kotler, dkk. 1999. Marketing Management; An Asian Perspective. Second Edition. Prentise Hall.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2002. Manajemen Pemasaran. Edisi Millenium. Prenhallindo. Jakarta.

Mulyana, Deddy. 2002. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. PT. Remaja Rosdakarya Offset. Bandung.

Musselman, Vernon A. dan John H. Jackson. 1988. Pengantar Ekonomi Perusahaan. Erlangga. Jakarta.

Reksohadiprodjo, Sukanto. 1987. Manajemen Strategi. BPFE. Yogyakarta.

Schiffman, L.G. dan L.L. Kanuk. 2000. Perilaku Konsumen. Edisi ke-7. Prentice Hall. New Jersey.

Siagian, Sondang P. 2004. Manajemen Strategik. Bumi Aksara. Jakarta.

Simamora, B. 2004. Riset Perilaku Konsumen. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.