

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan Rahmad dan nikmat-Nya kepada kita semua dalam menjalankan amanah sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini. Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana perikanan di Fakultas Perikanan Universitas Brawijaya.

Atas terselesaikannya laporan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

- Ibu Dr. Ir. Harsoko Riniwati,MP selaku Dosen Pembimbing I
- Ibu Ir. Pudji Purwanti,MP selaku Dosen Pembimbing II  
Atas segala petunjuk dan bimbingannya sejak penyusunan usulan penelitian sampai dengan selesainya penyusunan laporan skripsi ini.
- Bapak Mudjiono selaku kepala Desa Wonokerto,yang telah memberikan ijin tempat penelitian.
- Kedua orang tua, adik dan mas agus atas doa dan dorongan yang diberikan
- Semua pihak yang telah memberikan dorongan dan bantuan sehingga dapat tersusunnya laporan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat dan memberikan informasi bagi semua pihak yang berminat dan memerlukan.

Malang, 7 juli 2007

Penulis

**PERILAKU KONSUMEN DALAM MENGGONSUMSI IKAN DAN BARANG  
SUBSTITUSINYA**

**(Studi Kasus di Desa Wonokerto Kecamatan Bantur Kabupaten Malang)**

*sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Perikanan Fakultas  
Perikanan Universitas Brawijaya*

**OLEH:**

**R KUSUMANINGAYU**

**0310840046**

**MENYETUJUI,**

**DOSEN PEMBIMBING I**

**DOSEN PEMBIMBING II**

**Dr.Ir.Harsuko Riniwati, MP**

**Tanggal:**

**Ir. Pudji Purwanti, MP**

**Tanggal:**

**MENGETAHUI,**

**KETUA JURUSAN MSP**

**Ir. Maheno Sriwidodo, MS**

**Tanggal:**

**PERILAKU KOMSUMEN DALAM MENGGONSUMSI IKAN  
DAN BARANG SUBTUTUSINYA**

**(Studi Kasus di Desa Wonokerto Kecamatan Bantur Kabupaten Malang)**

**SKRIPSI  
SOSIAL EKONOMI PERIKANAN**

**OLEH:  
R. KUSUMANINGAYU**

**0310840048**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
FAKULTAR PERIKANAN  
MALANG**

**2007**



## RINGKASAN

**R. Kusumaningayu**, skripsi tentang Perilaku Komsumen dalam Mengkonsumsi Ikan dan Barang Subtitusinya (Studi Kasus Di Desa Wonokerto Kecamatan Bantur Kabupaten Malang) (di bimbing **Dr. Ir. Harsuko Riniwati, MP** dan **Ir. Pudji Purwanti, MP**)

---

---

Meningkatnya ketersediaan hasil ternak dan perikanan telah mendorong peningkatan konsumsi protein hewani. Indonesia sebagai Negara kepulauan dengan luas laut lebih kurang 74% dari luas seluruh wilayah, mempunyai potensi yang sangat besar dalam menyediakan bahan makanan dan sumber gizi hasil laut, utama ikan. Namun pemanfaatan hasil laut belum optimal. Ikan merupakan bahan hasil laut yang kaya akan zat-zat gizi esensial seperti protein, vitamin A, zat besi, seng, selenium, yodium, dan asam lemak tak jenuh ganda rantai panjang kelompok omega-3. Oleh karena itu masyarakat perlu dimotivasi agar meningkatkan konsumsi ikan.

Membangun manusia Indonesia yang berkualitas, dimana salah satu cirinya adalah mewujudkan manusia-manusia Indonesia yang sehat dan cerdas. Untuk mencapai hal tersebut, maka setiap orang hendaknya mengkonsumsi protein hewani rata-rata dari 50 gram per hari, sedangkan kenyataannya yang ada sampai saat ini rata-rata masih kurang dari 10 gram per orang per hari. Tingkat konsumsi ikan yang rendah pada masyarakat disebabkan rendahnya pengetahuan akan kandungan gizi ikan.

Pemahaman terhadap perilaku konsumen merupakan bagian penting dari pemasaran untuk mengetahui potensi dasar dari produk-produk perikanan tersebut. Bahwa pengetahuan umum mengenai perilaku konsumen juga mempertimbangkan masalah nilai pribadi (*personal value*). Untuk satu hal, nilai ini membantu orang menjadi konsumen yang lebih baik dengan mengungkapkan kepadanya bagaimana mereka dan yang lainnya melakukan kegiatan konsumsi. Kita dapat membuat pernyataan yang menyeluruh bahwa studi perilaku konsumen menyediakan tiga jenis informasi: 1) orientasi, 2) fakta-fakta, dan 3) teori-teori.

Bertolak dari kondisi tersebut maka tujuan dari penelitian ini adalah: Mempelajari perilaku konsumen dalam mengambil keputusan dalam pembelian ikan dan barang subtitusinya. Yang kedua adalah mengetahui sejauhmana pengaruh perilaku konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian ikan dan barang subtitusinya. Dan yang ketiga adalah mengetahui pola konsumsi yang berpengaruh dalam rumah tangga konsumen.

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei 2007. metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yaitu deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Analisis penelitian menggunakan analisa data statistik terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, analisa regresi korelasi berganda, dan analisa regresi linier berganda dan menggunakan analisa perilaku konsumen dalam mengkonsumsi ikan dan barang subtitusinya. Pengolahan data menggunakan program SPSS Ver. 13.

Jumlah konsumsi ikan di Desa Wonokerto sebagai variabel dependen dipengaruhi secara nyata maupun tidak nyata oleh variabel bebas, yaitu jumlah konsumen potensial, jumlah pendapatan, kebiasaan dan kesenangan konsumen, harga barang pengganti, harga ikan, budaya, social, pribadi, dan psikologis.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu R Squared menunjukkan nilai sebesar 0.490 artinya 49 % jumlah konsumsi ikan di tentukan oleh jumlah konsumen, tingkat pendapatan konsumen, kebiasaan dan kesenangan konsumen, harga barang pengganti, harga ikan, budaya, social, pribadi, dan psikologis. sedangkan sisanya sebesar 51 % dipengaruhi variabel lain. Dan untuk F hitung menunjukkan nilai sebesar 4.267 dimana lebih besar dari F tabel sebesar 2.21 yang berarti model tersebut layak.

Dari analisa regresi linier berganda dapat dilihat seberapa besar pengaruh variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Persamaannya adalah  $Y = -5.234 + 0.252X1 - 0.847X2 + 1.785X3 + 0.811X4 + 0.158X5 + 0.383X6 - 0.792X7 + 0.549X8 - 0.062X9 + e^u$

Dari persamaan diatas dapat diketahui bahwa setiap variabel bebas memiliki hubungan yang berbeda-beda dengan jumlah permintaan ikan. Hubungan positif berarti bahwa setiap kenaikan satu satuan akan menambah konsumsi ikan sebesar satu satuan dan dari hubungan negatif menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan akan mengurangi konsumsi ikan satu satu satuan juga. Sedangkan untuk uji t secara parsial diketahui bahwa variabel yang berpengaruh secara signifikan adalah variabel tingkat pendapatan konsumen, kebiasaan dan kesenangan konsumen, harga barang pengganti, dan pribadi.

Tingkat konsumsi ikan memiliki kandungan zat gizi yang paling banyak adalah ikan lele sebesar 3273.6 kkal dan kandungan protein yang paling banyak dikonsumsi adalah ikan tongkol dengan jumlah konsumsi sebesar 3616.8 gram. Untuk telur jumlah konsumsi yang memperoleh zat gizi paling banyak adalah sebesar 4573.8 kkal dan jumlah protein yang diperoleh sebesar 3682.8 gram dengan jumlah konsumsi sebesar 33 kg.

Jumlah konsumsi ikan perkapita per bulan adalah sebesar 2.283 kg/kapita/bulan sedangkan jumlah konsumsi per kapita per tahun adalah sebesar 27.397 kg/kapita/tahun. Hal ini menunjukkan konsumsi ikan masyarakat Desa Wonokerto sudah melebihi tingkat konsumsi yang dianjurkan pemerintah.

Perlu diadakan penelitian lebih lanjut mengenai variabel-variabel lain selain jumlah konsumen, tingkat pendapatan konsumen, kebiasaan dan kesenangan konsumen, harga barang pengganti, harga ikan, pribadi, sosial, budaya, dan psikologis. Untuk memperoleh data yang lebih akurat perlu diadakan penelitian lebih lanjut mengenai perilaku konsumen sehingga dapat diketahui hubungan dari masing-masing variabel independent terhadap jumlah konsumsi ikan.

## DAFTAR ISI

<b>RINGKASAN .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GRAFIK .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>I. PENDAHULUAN</b>	
1.1 latar belakang .....	1
1.2 perumusan masalah .....	4
1.3 tujuan penelitian .....	5
1.4 kegunaan penelitian .....	6
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Kebutuhan Gizi .....	7
2.2.1 Protein .....	8
2.2.2 Lemak .....	8
2.2.3 Mineral dan Gizi .....	9
2.3 Permintaan Barang Konsumsi .....	10
2.3.1 Kurva Permintaan .....	13
2.3.2 Elastisitas Permintaan .....	17
2.4 Perilaku konsumen .....	23
2.4.1 Definisi Perilaku Konsumen.....	23
2.4.2 Model Perilaku Konsumen.....	25
2.4.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen.....	26
2.4.4 Proses Pengambilan Keputusan .....	33
2.5 Pengertian Pemasaran .....	35
<b>III. METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	39
3.2 Teknik Pengambilan Sample .....	39
3.3 Metode Penelitian .....	41
3.4 Sumber dan Jenis Data .....	42
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	43
3.6 Metode Analisa Data .....	44

3.6.1 Analisa Kualitatif .....	44
3.6.2 Analisa Kuantitatif .....	44
3.6.2.1 Analisa Data Statistik.....	45
3.6.2.2 Analisa Perilaku Konsumen .....	50
3.7 Pengukuran Variabel .....	51
<b>IV. DESKRIPSI DAERAH PENELITIAN</b>	
4.1 Keadaan Umum Daerah .....	54
4.1.1 Keadaan Geografi .....	54
4.1.2 Demografi .....	54
4.2 Kondisi Perikanan .....	57
<b>V. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
5.1 Karakteristik Responden .....	63
5.1.1 Jumlah Konsumsi Ikan .....	64
5.1.2 Jumlah Anggota Keluarga .....	66
5.1.3 Tingkat Pendapatan Konsumen .....	67
5.1.4 Kebiasaan dan Kesenangan Konsumen .....	69
5.1.5 Harga Barang Pengganti .....	71
5.1.6 Harga Ikan .....	72
5.2 Permintaan Barang Konsumsi .....	74
5.2.1 Permintaan Ikan Berdasarkan Harga-Harga Ikan .....	74
5.2.2 Permintaan Ikan Dihubungkan Dengan Pendapatan Keluarga ..	75
5.2.3 Permintaan Untuk Barang Substitusi .....	76
5.3 Distribusi Frekuensi Beberapa Variable .....	77
5.3.1 Jumlah Anggota Keluarga .....	77
5.3.2 Tingkat Pendapatan Konsumen .....	79
5.3.3 Kebiasaan dan Kesenangan Konsumen .....	80
5.3.4 Harga Barang Pengganti .....	81
5.3.5 Harga Ikan .....	82
5.3.6 Budaya .....	83
5.3.7 Sosial .....	84
5.3.8 Pribadi .....	86
5.3.9 Psikologis .....	87
5.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen .....	88
5.4.1 Uji Validitas .....	89
5.4.2 Uji Reliabilitas .....	90
5.4.3 Analisa Korelasi Linier Berganda .....	91
5.4.4 Analisa Regresi Linier Berganda.....	92
5.5 Kandungan Zat Gizi .....	98
5.5.1 Kandungan Zat Gizi Ikan .....	98
5.5.2 Kandungan Zat Gizi Telur .....	103
5.5.3 Perbandingan Zat Gizi Ikan Dan Telur .....	105
5.6 Jumlah Konsumsi Perkapita .....	105
5.7 Pengembangan kebijakan .....	106

**VI. KESIMPULAN DAN SARAN**

6.1 Kesimpulan ..... 108  
6.2 Saran ..... 109

**DAFTAR PUSTAKA ..... 111**

**LAMPIRAN ..... 113**



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>halaman</b>
1. Kedudukan ikan dibanding hasil hewani lain.....	10
2. Kriteria indek reliabilitas .....	46
3. Kelompok usia tenaga kerja penduduk desa wonokerto .....	53
4. Tingkat pendidikan penduduk desa Wonokerto .....	55
5. Jenis mata pencaharian penduduk desa Wonokerto .....	55
6. Jenis peluang usaha .....	56
7. Karakteristik keluarga responden berdasarkan umur .....	63
8. Karakteristik keluarga responden berdasarkan jenis pekerjaan .....	64
9. Konsumsi ikan desa wonokerto berdasarkan jumlah ikan yang dikonsumsi..65	65
10. Perbandingan jumlah konsumsi ikan laut dan ikan air tawar .....	65
11. Konsumsi kan desa wonokerto berdasarkan jumlah anggota keluarga .....	66
12. Konsumsi kan desa wonokerto berdasarkan tingkat pendapatan .....	68
13. Konsumsi kan desa wonokerto berdasarkan konsumsi ikan dalam 1 bulan ...70	70
14. Pendapat masyarakat terhadap ikan .....	70
15. Perbandingan harga ikan dan substitusi pada waktu penelitian .....	72
16. Jumlsk konsumsi telur .....	72
17. Konsumsi kan desa wonokerto berdasarkan harga ikan .....	73
18. Penilaian responden dalam anggota keluarga desa Wonokerto .....	77
19. Penilaian responden dalam pendapatan desa Wonokerto .....	79
20. Penilaian responden dalam selera desa Wonokerto .....	80
21. Penilaian responden dalam harga barang pengganti desa Wonokerto .....	81
22. Penilaian responden dalam harga ikan desa Wonokerto .....	82
23. Penilaian responden dalam budaya desa Wonokerto .....	83
24. Penilaian responden dalam sosial desa Wonokerto .....	84
25. Penilaian responden dalam pribadi desa Wonokerto .....	86
26. Penilaian responden dalam psikoogis desa Wonokerto .....	87
27. Analisa validitas di Desa Wonokerto .....	89

28. Analisa reliabilitas .....90

29. Analisa hubungan jumlah konsumsi ikan dan faktor yang mempengaruhi...91

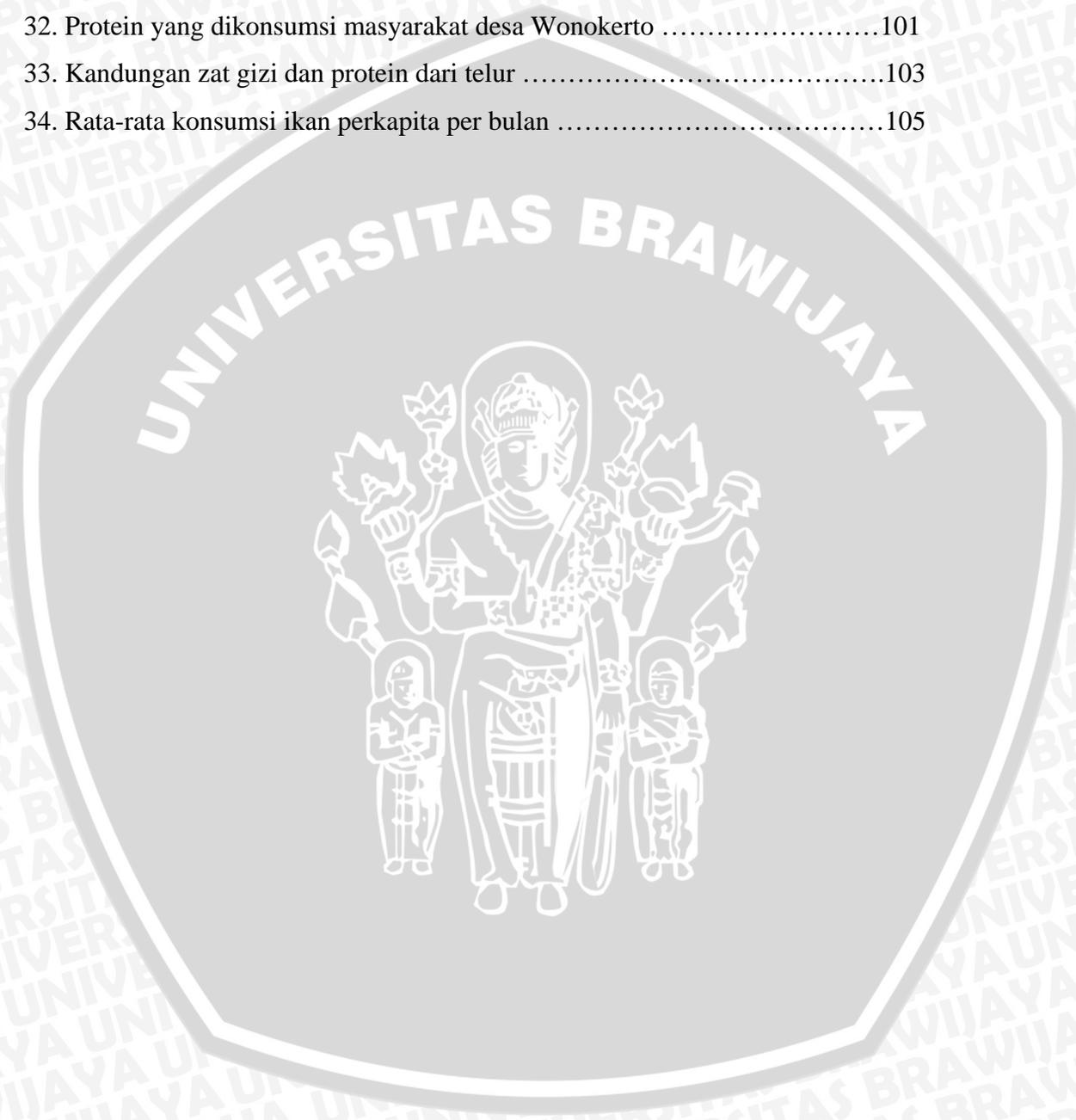
30. t Hitung pada tingkat signifikan tertentu .....96

31. Kandungan zat gizi yang dikonsumsi per bulan Desa Wonokerto .....99

32. Protein yang dikonsumsi masyarakat desa Wonokerto .....101

33. Kandungan zat gizi dan protein dari telur .....103

34. Rata-rata konsumsi ikan perkapita per bulan .....105



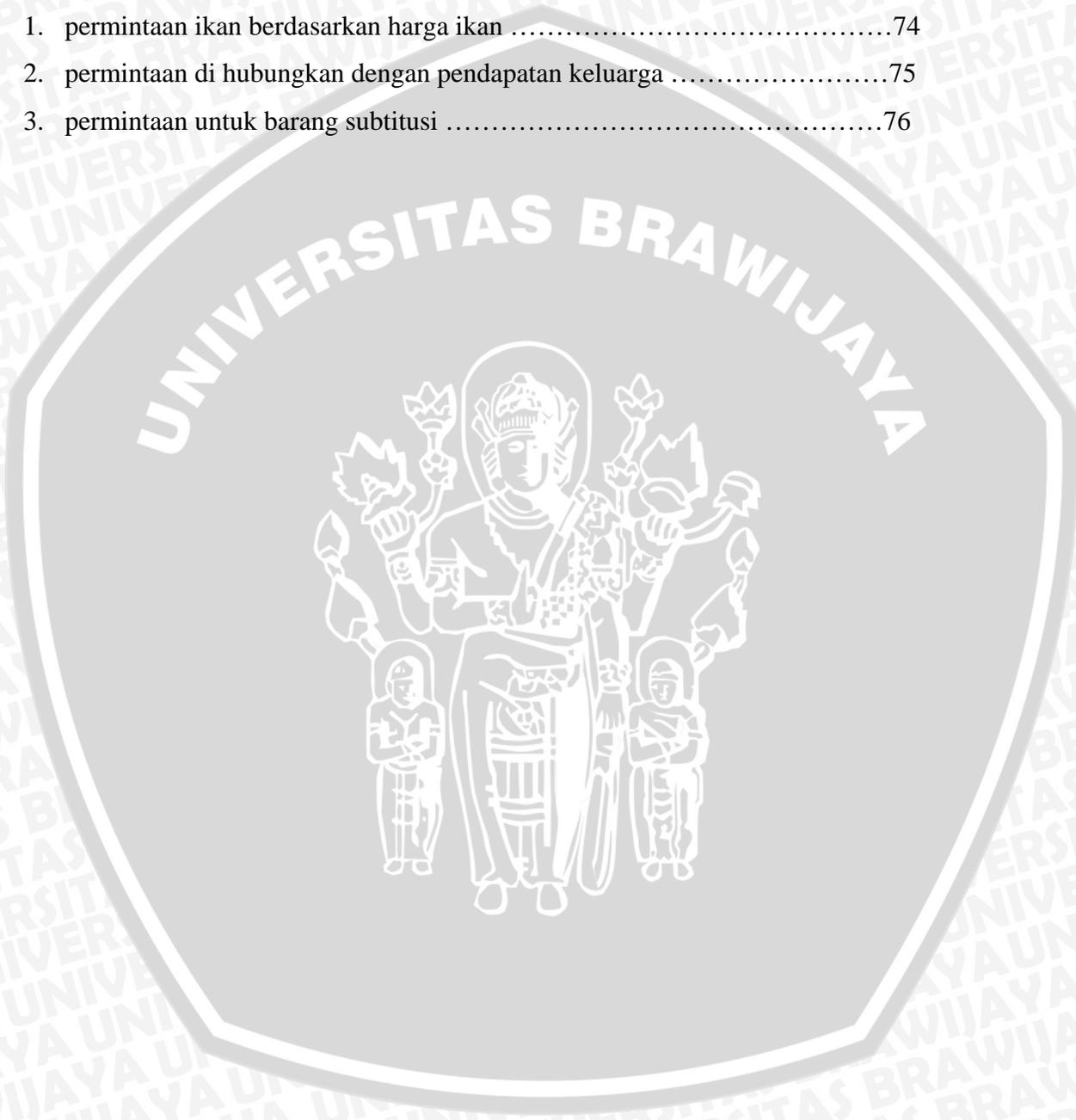
## GAFTAR GAMBAR

Gambar	halaman
1. Kurva permintaan dihubungkan dengan harga barang bersangkutan .....	14
2. Kurva engel untuk barang normal dan barang tunai .....	15
3. Kurva permintaan untuk barang saling mengganti dan berkonplemen .....	16
4. Perhitungan elastisitas permintaan .....	17
5. Kurva barang elastis dan inelastis .....	18
6. Kurva permintaan inelastis sempurna dan elastis sempurna .....	19
7. Kurva permintaan yang unitary elasticity .....	19
8. Model perilaku konsumen .....	26
9. Proses keputusan panjang .....	35



## DAFTA GRAFIK

Grafik	halaman
1. permintaan ikan berdasarkan harga ikan .....	74
2. permintaan di hubungkan dengan pendapatan keluarga .....	75
3. permintaan untuk barang substitusi .....	76



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	halaman
1. Peta potensi kabupaten malang .....	112
2. Data hasil penelitian.....	113
3. Data hasil regresi .....	114
4. Uji validitas .....	118
5. Uji reliabilitas .....	121
6. Kuisisioner responden .....	123



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Konsumsi pangan merupakan faktor yang secara langsung berpengaruh terhadap status gizi individu, keluarga, dan masyarakat. Status gizi ini sesungguhnya dipengaruhi oleh tinggi rendahnya konsumsi gizi yang berasal dari berbagai bahan pangan. Dalam mencapai status gizi yang baik tubuh harus mengkonsumsi gizi dalam jumlah yang cukup. Nilai kecukupan gizi masyarakat harus memiliki terutama kecukupan kalori dan protein. Besarnya konsumsi kalori dan protein dihitung dengan mengalikan kuantitas setiap makanan yang dikonsumsi dengan besarnya kandungan kalori dan protein dalam setiap jenis makanan.

Meningkatnya ketersediaan hasil ternak dan perikanan telah mendorong peningkatan konsumsi protein hewani. Indonesia sebagai Negara kepulauan dengan luas laut lebih kurang 74% dari luas seluruh wilayah, mempunyai potensi yang sangat besar dalam menyediakan bahan makanan dan sumber gizi hasil laut, utama ikan. Namun pemanfaatan hasil laut belum optimal. Ikan merupakan bahan hasil laut yang kaya akan zat-zat gizi esensial seperti protein, vitamin A, zat besi, seng, selenium, yodium, dan asam lemak tak jenuh ganda rantai panjang kelompok omega-3. Oleh karena itu masyarakat perlu dimotivasi agar meningkatkan konsumsi ikan. (Rai N, 1996; 84).

Dari segi kandungan protein, ikan tidak kalah dengan daging atau telur. Ikan teripun mempunyai kelebihan karena mengandung lebih banyak garam kalsium. Sebagian bahan makanan berasal dari laut, tentunya juga mengandung zat yodium yang memadai.

Lemak ikan mengandung vitamin A, dan belakangan juga ditemukan adanya zat yang disebut omega-3. Asam lemak esensial ini dapat memberi sumbngan bagi kecerdasan otak janin dan anak, serta terbukti dapat mencegah terjadinya penyakit jantung koroner dan proses arteriosclerosis system sirkulasi darah (Rai, 1996: 91).

Makanan yang dikonsumsi akan mempengaruhi status gizi dan status kesehatan seseorang, karena didalam bahan makanan tidak hanya kandungan gizi tetapi juga zat-zat non- gizi, bahkan mungkin terkandung cemaran mikroba pathogen atau penghasil toksin serta zat-zat beracun lainnya baik yang terdapat secara alami maupun yang terbentuk selama proses pengolahan. Meskipun hal-hal tersebut di atas harus diwaspadai, kasus keracunan atau timbulnya penyakit akibat mengkonsumsi ikan sangat jarang terjadi, demikian juga perlu diutarakan bahwa pada umumnya zat racun (toksin) alami hanya terdapat pada ikan-ikan yang tidak dikonsumsi oleh masyarakat secara luas (Muchtadi, 1996;100).

Perhatian terhadap keamanan makanan yang berasal dari ikan harus dimulai dari prapanen hingga dikonsumsi. Pengawasan mutu harus meliputi seluruh mata rantai kegiatan yang dimulai dari prapanen, panen, penyiapan bahan baku, pengolahan, pengemasan, penyajian dan distribusi serta penyimpanan dan penyajian oleh konsumen, hingga produk siap dikonsumsi (Zumrotin, 1996; 78).

Membangun manusia Indonesia yang berkualitas, dimana salah satu cirinya adalah mewujudkan manusia-manusia Indonesia yang sehat dan cerdas. Untuk mencapai hal tersebut, maka setiap orang hendaknya mengkonsumsi protein hewani rata-rata dari 50 gram per hari, sedangkan kenyataannya yang ada sampai saat ini rata-rata masih kurang dari 10 gram per orang per hari. Tingkat konsumsi ikan yang rendah pada

masyarakat disebabkan rendahnya pengetahuan akan kandungan gizi ikan (Riniwati, 2005; 57).

Perkembangan konsumsi ikan di Indonesia dan Jawa Timur (2000-2003) adalah sebesar 14,8 kg/kap/th di Jawa Timur, sedangkan di Indonesia adalah sebesar 24,67 kg/kap/th (Riniwati, 2005; 59). Hal ini menunjukkan bahwa tingkat konsumsi ikan di Jawa Timur masih rendah. Tingkat konsumsi ikan di Indonesia juga termasuk rendah dibandingkan dengan negara-negara berkembang lain dimana tingkat konsumsi yang dianjurkan adalah sebesar 25 kg/kap/th. Seperti Malaysia, konsumsi ikan perkapita rata-rata sudah mencapai lebih dari 30 kg, Thailand 40 kg, bahkan Jepang sudah mencapai 110 kg/kap/th (Riniwati, 2005; 57).

Rendahannya tingkat konsumsi ikan per kapita di Indonesia ini nampaknya disebabkan karena masih adanya anggapan dikalangan masyarakat bahwa makan ikan kurang bergensi atau identik dengan kemiskinan. Bahwa masih ada anggapan bahwa kalau makan ikan akan menyebabkan cacingan atau alergi. Ada pula anggapan bahwa mengkonsumsi ikan menyebabkan bau badan amis dan bila dikonsumsi ibu-ibu yang sedang menyusui maka air susunya menjadi kurang sedap. Di samping itu, banyak ibu-ibu yang enggan untuk masak ikan karena harus membersihkan isi perutnya, membuang sisik dan duri sehingga menimbulkan kesan bahwa masak ikan sangat merepotkan (Riniwati, 2005; 57).

Pemahaman terhadap perilaku konsumen merupakan bagian penting dari pemasaran untuk mengetahui potensi dasar dari produk-produk perikanan tersebut. Seperti menurut Mowen (2002; 10), bahwa pengetahuan umum mengenai perilaku konsumen juga mempertimbangkan masalah nilai pribadi (*personal value*). Untuk satu

hal, nilai ini membantu orang menjadi konsumen yang lebih baik dengan mengungkapkan kepadanya bagaimana mereka dan yang lainnya melakukan kegiatan konsumsi. Kita dapat membuat pernyataan yang menyeluruh bahwa studi perilaku konsumen menyediakan tiga jenis informasi: 1) orientasi, 2) fakta-fakta, dan 3) teori-teori.

Perilaku konsumen berkaitan dengan kebutuhan dan kepuasan konsumen sebagai pemakai produk. Selain perilaku konsumen juga mengetengahkan pola pengambilan keputusan didalam melakukan pemilihan atas produk yang akan dipakai. Seorang konsumen dalam menetapkan keputusan untuk membeli suatu produk tertentu, tidak lain karena konsumen tersebut merasa bahwa tindakannya akan menimbulkan kepuasan yang paling besar.

Beberapa ahli yang meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli seperti Kotler (2002; 183), menerangkan bahwa para konsumen dalam membuat keputusan tidak dalam suatu tempat yang terisolasi dari lingkungan sekitar tetapi perilaku membeli konsumen juga sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor kebudayaan sosial psikologi.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Meskipun dewasa ini Indonesia banyak dikenal sebagai negara bahari dengan segenap potensi kelautannya dan perikanannya yang besar dan sebagian besar penduduknya hidup di wilayah pesisir, tetapi tingkat konsumsi ikan masih terbilang rendah. Penyebab rendahnya masyarakat dalam mengkonsumsi ikan ini disinyalir akibat dari rendahnya tingkat pengetahuan masyarakat akan manfaat dan kandungan gizi ikan.

Selain itu faktor lain yang signifikan indikasinya adalah rendahnya pengetahuan dan keterampilan masyarakat Indonesia dalam mengolah hasil perikanan sehingga dapat lebih bersaing dan variatif dibandingkan dengan produk olahan makanan lain selain ikan yang menjadi substitusi produk olahan perikanan, seperti telur dan daging, serta rendahnya tingkat pendidikan.

Rendahnya tingkat pendidikan dari masyarakat Indonesia merupakan penyebab utama dalam keberhasilan peningkatan dari kualitas sumber daya manusia yang akan dihasilkan. Tetapi tingkat pendidikan bukan penentu utama dari perilaku konsumen dalam mengkonsumsi ikan dan barang substitusi sebagai pemenuhan kebutuhan. Selain itu yang berperan dalam perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian juga ditentukan dari tingkat pendapatan masyarakat yang tergolong masih rendah.

Berkenaan dengan permasalahan diatas, maka perlu untuk melakukan penelitian tentang:

1. Bagaimana mempelajari perilaku konsumen dalam mengambil keputusan dalam pembelian ikan dan barang substitusinya?
2. Sejauhmana pengaruh perilaku konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian ikan dan barang substitusinya?
3. Bagaimana pola konsumsi yang berpengaruh dalam rumah tangga konsumen?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mempelajari perilaku konsumen dalam mengambil keputusan dalam pembelian ikan dan barang substitusinya.

2. Mengetahui sejauhmana pengaruh perilaku konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian ikan dan barang substitusinya.
3. Mengetahui pola konsumsi yang berpengaruh dalam rumah tangga konsumen.

#### 1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak, yaitu:

1. Pemerintah, yaitu sebagai bahan informasi dan pertimbangan dalam membuat suatu kebijaksanaan dalam upaya meningkatkan dan memasyarakatkan konsumsi ikan.
2. Produsen, sebagai bahan pertimbangan dalam usaha peningkatan produk perikanan yang lebih baik yang mampu diterima oleh pasar lokal maupun pasar internasional.
3. Perguruan tinggi, yaitu dapat memberi gambaran suatu permasalahan yang sekiranya dapat diadakan penelitian lebih lanjut.
4. Peneliti, yaitu sebagai bahan informasi untuk penelitian selanjutnya.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian Sudarwanti I (2004), pola konsumsi ikan dipengaruhi oleh pendapatan, harga ikan, jumlah anggota keluarga, lama pendidikan, tingkat selera, harga telur, dan harga ayam.

Dari hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel bebas secara seempak atau bersama-sama dapat mempengaruhi variabel terikat yaitu jumlah konsumsi ikan perbulan, hal ini didasari atas pengujian t hitung.

Pengujian tingkat probabilitas (tingkat kesalahan), variabel bebas yang terdiri dari pendapatan, harga ikan, jumlah anggota keluarga, lama pendidikan, tingkat selera, harga telur, dan harga ayam memiliki tingkat kebenaran dalam mempengaruhi variabel terikat yaitu jumlah konsumsi ikan perbulan.

#### 2.2 Kebutuhan Gizi

Upaya perbaikan pangan dan gizi masyarakat merupakan syarat penting untuk mewujudkan sumberdaya manusia yang maju, mandiri karena upaya tersebut akan meningkatkan kesehatan masyarakat termasuk ibu mengandung dan ibu menyusui, menurunkan angka kematian bayi dan anak dibawah lima tahun (balita), meningkatkan tumbuh kembang fisik, mental, intelektual dan sosial anak, serta untuk meningkatkan produktivitas kerja dan prestasi, baik dibidang akademika maupun jasmani seperti olahraga (Rai Nyoman K, 1996; 83).

Makanan berfungsi utama sebagai penyedia energi bagi aktivitas sel-sel tubuh. Karbohidrat, lemak, dan protein merupakan zat gizi dalam makanan yang berfungsi

sebagai sumber energi tubuh. Protein, bersama dengan mineral dan air merupakan bahan baku utama dalam pembentukan sel-sel dan jaringan tubuh, sedangkan protein bersama-sama dengan mineral dan vitamin, berfungsi dalam pengaturan suhu tubuh serta pengaturan proses metabolisme dalam tubuh (Buwono, 2000; 9).

Ikan merupakan salah satu sumber gizi penting bagi proses kelangsungan hidup manusia. Manusia telah memanfaatkan ikan sebagai bahan pangan sejak beberapa abad yang lalu. Sebagai baan pangan, ikan mengandung zat gizi utama berupa protein, lemak, vitamin, dan mineral(Junianto,2003; 1).

### **2.2.1 Protein**

Protein ikan menyediakan kurang lebih 2/3 dari kebutuhan protein hewani yang diperlukan manusia. Protein ikan banyak mengandung asam amino esensial. Pada umumnya, kandungan asam amino dalam daging ikan kaya akan lisin, tetapi kurang kandungan triptofan. Protein ikan bersifat tidak stabil dan mempunyai sifat dapat berubah (denaturasi) dengan berubahnya kondisi lingkungan. Protein ikan apabila dipanaskan seperti dalam penggorengan , protein ikan akan menggumpal atau koagulasi. Protein juga dapat mengalami denaturasi apabila dilakukan pengurangan kandungan air, baik selama pengeringan maupun pembekuan (Junianto,2003; 1).

### **2.2.2 Lemak**

lemak pada daging ikan terdiri dari 95% trigliserolida dan asam-asam lemak. Lemak ikan banyak mengandung asam lemak tidak jenuh. Jenis asam lemak tidak jenuh yang paling banyak terdapat adalah asam linoleat, linolenat, dan arachidonat. Ketiga jenis asam lemak tidak jenuh tersebut merupakan asam lemak esensial. Omega-3 yang

diyakini dapat mencegah terjadinya penyakit jantung koroner, pada dasarnya berasal dari sintesis asam lemak linoleat dan linolenat (Junianto,2003; 3).

Asam lemak omega-3 yang terdapat dalam lemak ikan adalah EPA (eikosapentaenoat, C20:5n-3) dan DHA (dokosaheksaenoat, C22:6n-3). Selain omega-3 dapat mencegah timbulnya penyakit jantung koroner, asam lemak omega-3 juga penting untuk perkembangan otak anak-anak, sehingga akan meningkatkan kecerdasannya, dan oleh karena itu asam lemak omega-3 sangat dianjurkan untuk dikonsumsi oleh para ibu-ibu hamil dan menyusui (Muchtadi, 1996; 106).

### **2.2.3 Mineral dan Gizi**

Ikan juga merupakan sumber zat gizi mineral dan vitamin. Jumlah mineral pada daging ikan hanya sedikit. Selain itu, ikan juga dipandang sebagai sumber kalsium, besi, tembaga, dan yodium. Vitamin yang terdapat pada daging ikan terbagi menjadi dua golongan, yaitu vitamin yang larut dalam air seperti vitamin B kompleks dan vitamin yang larut dalam lemak seperti vitamin A, D, dan E. Vitamin A dan D banyak ditemukan pada spesies-spesies ikan berlemak, terutama dalam hati, seperti pada ikan cod (Junianto,2003; 4).

Konsumen menuntut mutu makanan yang lebih dari sekedar nilai gizi, tetapi juga menuntut kenikmatan rasa, keindahan penampilan serta kesegaran. Semakin tinggi status konsumen, semakin tinggi pula tingkat mutu yang dituntut.

**Tabel 1 kedudukan ikan dibanding beberapa hasil hewani**

komponen	Ikan	udang	Daging sapi	Daging ayam	Telur utuh	Susu sapi
Protein %	16-20	18,1	18,0	20	11,8	3,3
Lemak %	2-22	0,8	3,0	7	11,0	3,8
Karbohidrat %	0,5-1,5	1,5	1,2	1,1	11,7	4,7
Abu %	2,5-4,5	1,4	0,7	-	-	-
Air %	56,79	78,2	75,5	739	65,5	87,6
Kolestrol %	70	125	70	60	550	11
Vit. A, IU/g	50.000					35
Vit. D, IU/g	20-200.000					

(Sumber: Hadiwiyoto, 1993 dalam Zumrotin, 1996; 78).

Secara sederhana gizi diartikan sebagai sesuatu yang berhubungan dengan makanan dan kesehatan tubuh. Definisi mutakhir tentang gizi mengungkapkan bahwa gizi adalah makanan dan zat dalam makanan yang berguna bagi kesehatan makhluk hidup. Manusia, pangan (bahan makanan) dan makanan adalah obyek ilmu gizi. Makanan merupakan pangan siap santap baik dalam bentuk padat maupun cair. Suatu susunan konsumsi pangan atau makanan dikatakan cukup bagi seseorang bila jumlah masing-masing zat gizi yang diperoleh dari pangan yang dikonsumsi tersebut memenuhi kebutuhan atau kecukupan tubuh akan masing-masing zat gizi tersebut. Untuk mengetahui jumlah beragam zat gizi yang dikonsumsi dari suatu susunan konsumsi pangan atau makanan diperlukan kegiatan penilaian konsumsi pangan (Hardiansyah dan Briawan, 1990: 1).

Dalam rangka memperbaiki mutu gizi pangan penduduk Indonesia diperlukan peningkatan konsumsi protein, terutama protein hewani dan sumber mineral dan vitamin yaitu buah dan sayur. Konsumsi ikan relatif hemat sumber daya baik air maupun lahan. Peningkatan konsumsi ikan sebagai substitusi dari telur dalam penyediaan protein memiliki pengaruh penting bagi imbalanced konsumsi sumber protein hewani (Sutrisno, 1996: 96)

### 2.3 Permintaan Barang Konsumsi

Manusia memiliki keinginan yang tidak terbatas, sumber-sumber daya yang ingin diperolehnyalah yang terbatas. Oleh karena itu, setiap orang akan berusaha untuk memperoleh keinginan yang optimal dengan sumber daya yang ada. Keinginan yang disertai daya beli yang cukup dinamakan permintaan (Simamora, 2003; 3).

Permintaan (demand) dapat didefinisikan sebagai jumlah suatu barang yang akan dibeli oleh konsumen pada kondisi waktu dan harga tertentu. Permintaan konsumen berarti jumlah barang yang akan dibeli oleh konsumen akhir disuatu pasar eceran dengan harga eceran tertentu selama suatu jangka waktu tertentu pula. Harga harus dikhususkan dengan jelas, karena ketersediaan konsumen untuk membeli tergantung pada tingkat harga dari barang tersebut. Jika harga lebih rendah akan lebih banyak konsumen membeli produk itu, dan banyak anggota konsumen akan membeli dalam jumlah lebih besar dari pada jika harga lebih tinggi. Sebaliknya jika harga lebih tinggi, hanya beberapa orang daripadanya akan membeli lebih sedikit dibandingkan jika harga lebih rendah (Hanafiah dan Saefuddin, 1983; 57).

Seperti telah dikemukakan bahwa istilah permintaan sering dipergunakan sebagai sinonim untuk konsumsi, yang artinya adalah penggunaan barang untuk memenuhi keinginan konsumen. Permintaan keluarga timbul karena adanya keperluan konsumsi. Konsumsi bahan makanan mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

1. Konsumsi untuk seluruh bahan makanan oleh keluarga relatif stabil.
2. Pengeluaran keluarga untuk bahan makanan menunjukkan suatu pengeluaran yang termasuk dalam kategori pokok dari keluarga.

3. Bagian dari pendapatan konsumen yang dikeluarkan untuk bahan makanan berkurang akibat bertambahnya pendapatan.
4. Tidak semua kelompok bahan makanan dikonsumsi dalam jumlah sama banyak, tetapi kita mengkonsumsi lebih banyak dari beberapa kelompok bahan makanan saja.
5. Bahan makanan tertentu yang relatif penting dalam susunan makanan kita sehari-hari konsumsinya akan berubah sepanjang tahun (Hanafiah dan Saefuddin, 1983; 59).

Menurut Hanafiah dan Saefuddin (1983; 49) Permintaan atau jumlah suatu macam barang yang mau dibeli konsumen pada harga tertentu berubah-ubah dari waktu ke waktu. Jumlah suatu produk yang akan dibeli oleh konsumen di suatu pasar selama suatu periode waktu tertentu dan pada harga tertentu ditentukan oleh sejumlah faktor; yang terpenting diantaranya:

a) Jumlah konsumen potensial

Keluarga merupakan unit konsumen yang penting. Jumlah keluarga ditambah dengan orang-orang yang hidup di luar hubungan keluarga merupakan jumlah unit konsumen. Jumlah penduduk di suatu tempat merupakan konsumen potensial. Pertumbuhan penduduk akan mempengaruhi jumlah maupun struktur permintaan.

b) Tingkat pendapatan konsumen

Pendapatan individu berbeda diantara daerah disuatu negeri, di antara masyarakat disuatu daerah, dan di antara keluarga disuatu masyarakat. Pendapatan seseorang berbeda dari waktu ke waktu tergantung dari tingkat upah, kesehatan dan alasan-alasan lain dari orang bersangkutan. Perubahan pendapatan yang diterima konsumen ini akan memberi perubahan pula pada konsumsi mereka.

c) Kebiasaan dan kesenangan konsumsi dari konsumen

Tiap-tiap konsumen mempunyai preferensi berbeda-beda terhadap barang. Kriteria seperti ras, agama, penduduk kota atau desa, pendidikan, pergaulan, tahyul dan tabu (pantangan) akan berpengaruh pada penentu preferensi. Di negara-negara sedang berkembang dengan pendapatan rendah, preferensi konsumen belum terlihat sebagai faktor penentu terhadap permintaan ikan. Di negara-negara ini di mana tingkat konsumsi ikan umumnya masih rendah dibandingkan dengan di negara-negara maju, permintaan akan hasil perikanan akan meningkat apabila pendapatan perkapita naik.

d) Adanya harga barang pengganti

Adanya dan harga barang pengganti merupakan faktor penentu permintaan hasil perikanan pula. Ikan merupakan bahan makanan penting dalam susunan makanan sehari-hari bagi rakyat Indonesia di mana ikan dan nasi merupakan kombinasi yang tidak dapat dipisah-pisahkan. Karenanya barang pengganti bagi ikan cukup banyak bagi rakyat Indonesia. Di samping daging-dagingan dan telur, maka tempe, tahu dan sayur-sayur adalah barang-barang pengganti terpenting.

Bila harga barang pengganti berubah maka akan terjadi perubahan permintaan hasil perikanan. Bila harga barang pengganti naik, maka perhatian konsumen berlebih untuk membeli hasil perikanan dan bila harga barang pengganti turun lebih rendah dari pada harga hasil perikanan, maka perhatian konsumen beralih untuk membeli barang pengganti. Hal serupa terjadi di antara hasil perikanan yang dianggap barang mewah dan yang dianggap bukan barang mewah.

### 2.3.1 Kurva Permintaan

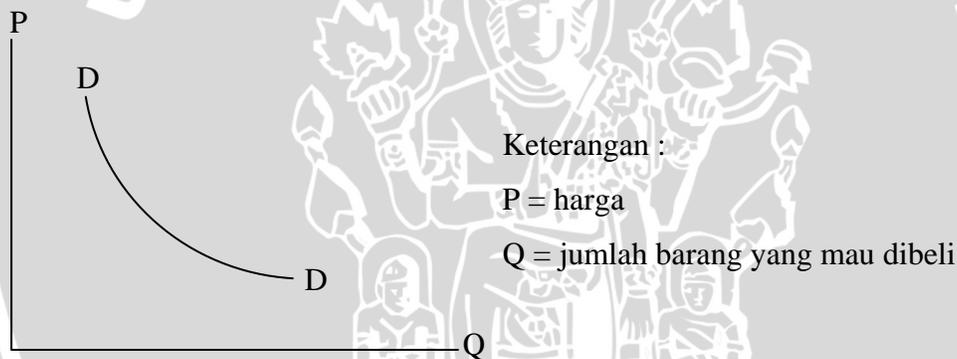
Menurut Hanafiah dan Saefuddin (1983:49) Pada umumnya kerva-kurva permintaan (baik individual maupun total) menyatakan, bahwa makin banyak jumlah

yang akan dibeli pada harga-harga lebih rendah daripada harga-harga lebih tinggi. Kurva permintaan pada umumnya mempunyai sifat: “bergerak dari kiri atas ke arah kanan bawah.”

Berikut ini ditunjukkan bentuk-bentuk kurva permintaan masing-masing dihubungkan dengan harga barang bersangkutan, pendapatan keluarga dan harga barang-barang lain.

### **Kurva permintaan dihubungkan dengan harga barang bersangkutan**

Kurva ini menggambarkan hubungan antara jumlah suatu macam barang yang diberi oleh konsumen dengan harga barang bersangkutan selama jangka waktu tertentu pada pasar tertentu.



Gb. 1. Kurva permintaan dihubungkan dengan harga barang bersangkutan

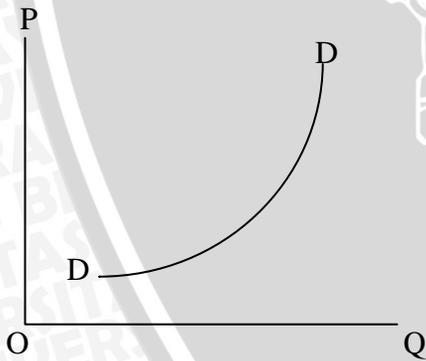
Bentuk kurva permintaan ini menyatakan bahwa semakin rendah harga suatu macam barang semakin besar jumlah barang itu diminta (ceteris paribus). Sebaliknya semakin tinggi harga suatu macam barang semakin kecil jumlah barang itu dibeli konsumen. Dengan demikian pula dapatlah dipahami bahwa antara jumlah suatu barang yang dibeli konsumen dan harga barang tersebut terdapat suatu hubungan berlawanan arah (inverse relationship). Hubungan itu dikenal dengan sebagai hukum permintaan (the law of demand).

Bagi kebanyakan orang, apabila harga suatu barang tinggi dan tinggi dan tidak terjangkau oleh daya belinya, maka mereka akan berusaha membeli barang pengganti (substitute) yang lebih rendah harganya, dan apabila harga barang tersebut turun maka lebih banyak orang membeli barang itu.

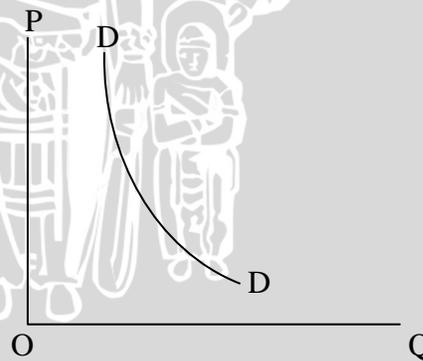
**Kurva permintaan dihubungkan dengan tingkat pendapatan keluarga (Engle curve).**

Kurva ini menggambarkan hubungan antara macam-macam jumlah suatu barang yang akan dibeli oleh konsumen dengan berbagai tingkat pendapatan dalam jangka waktu tertentu, (ceteris paribus).

Hubungan antara jumlah suatu macam barang yang diminta dengan pendapatan-pendapatan yang berhubungan, tergantung pada apakah barang tersebut merupakan barang normal ataukah barang tuna nilai (inferior goods). Untuk barang normal bentuk kurva Engle seperti Gb. 2A sedangkan untuk barang tuna nilai bentuk kurva Engle seperti Gb. 2B.



Gb. 2A. Kurva Engle untuk barang normal



Gb. 2A. Kurva Engle untuk barang tuna nilai

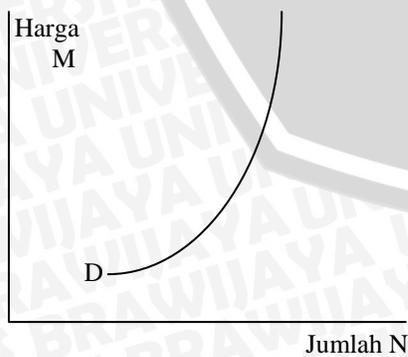
Gambar A menerangkan bahwa apabila pendapatan naik maka jumlah barang yang diminta bertambah, dan apabila pendapatan konsumen turun maka jumlah barang yang diminta turun pula. Tetapi sebaliknya gambar B menjelaskan bahwa apabila

pendapatan konsumen naik maka jumlah barang turun dan apabila pendapatan konsumen turun maka jumlah barang yang diminta naik.

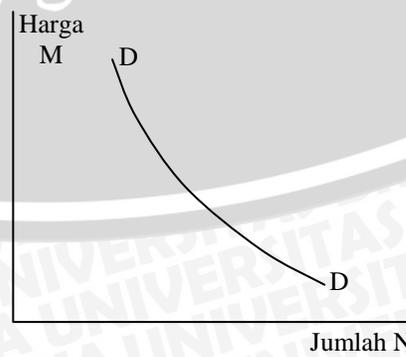
Kurva permintaan dihubungkan dengan dengan harga barang lain

Kurva permintaan ini menggambarkan hubungan antara maam-macam barang yang akan dibeli oleh konsumen dengan harga barang-barang lain. Antara barang-barang terdapat hubungan-hubungan yang bersifat: “*saling menggantikan atau komplementer*. Karena adanya hubungan ini maka harga suatu jenis barang berpengaruh pada permintaan barang lain. Kuat tidaknya pengaruh ini tergantung pada sifat hubungan tadi.

Misanya barang M dan barang N saling dapat menggantikan. Hubungan antara dua macam barang ini dapat digambarkan seperti Gb. 3A. Apabila hubungan ntara M dan N bersifat komplementer, maka hubungan ini dapat digambarkan seperti Gb. 3B. Gambar 3A menjelaskan bahwa apabila harga barang M turun maka jumlah barang N yang dibeli turun, dan apabila harga barang M naik maka jumlah barang N yang dibeli naik. Gambar 3B menjelaskan bahwa apabila harga barang M naik maka jumlah barang N yang dibeli turun, dan apabila harga barang M turun maka jumlah barang N nyang dibeli naik. (M berkomplementer dengan N), artinya apabila harga barang M naik maka harga barang N naik pula dan sebaliknya.



Gb. 3A. Kurva permintaan untuk barang saling dapat menggantikan



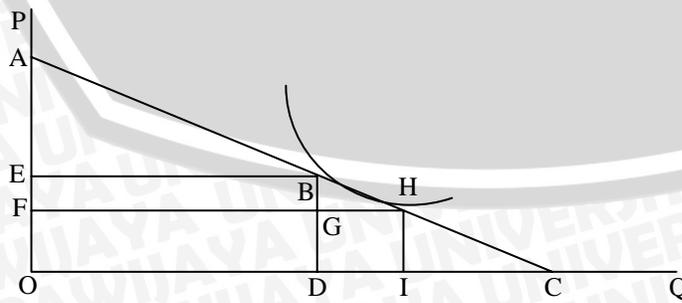
Gb. 3B. Kurva permintaan untuk barang berkomplemen

### 2.3.2 Elastisitas Permintaan

Kurva Permintaan menyatakan bahwa biasanya jumlah barang yang diminta konsumen mempunyai hubungan dalam arah yang berlawanan terhadap perubahan harga. Bila harga naik maka jumlah barang yang diminta berkurang dan bila harga turun maka jumlah barang yang diminta bertambah. Bagi beberapa produk, perubahan kecil dalam harga mengakibatkan perubahan besar dalam jumlah barang yang diminta, sedang beberapa produk lainnya hanya mengalami perubahan kecil, bahkan tidak mengalami perubahan dalam jumlah yang diminta. Artinya permintaan akan berbagai barang bervariasi dari tidak berubah sama sekali hingga berubah sempurna akibat perubahan dalam harganya.

Besarnya perubahan jumlah barang yang diminta konsumen akibat perubahan harganya dapat diukur dengan *elastisitas permintaan*. Elastisitas permintaan adalah ratio (hasil bagi) dari perubahan relatif dalam jumlah barang yang dibeli konsumen dan perubahan relatif dalam harga barang tersebut.

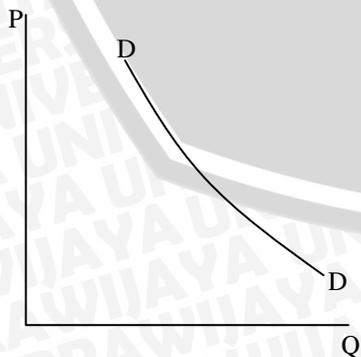
Jika kurva permintaan dari suatu barang diketahui, maka elastisitas permintaan dari barang tersebut pada setiap titik kurva dapat dihitung dengan cara geometris seperti berikut:



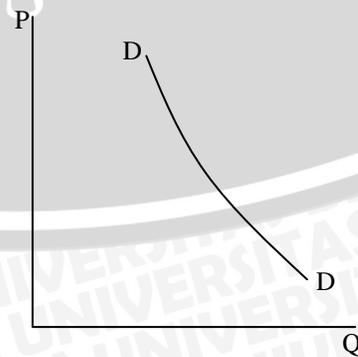
Gb. 4. Perhitungan elastisitas permintaan

Mula-mula membuat garis singgung pada kurva permintaan bersangkutan malalui suatu titik (misalkan titik B) dan kemudian mencari hasil bagi dari bagian-bagian garis singgung. Pada gambar 4A bagian-bagian garis singgung dimaksud masing-masing adalah BC dan AB. Apabila hasil bagi  $\left(\frac{BC}{AB}\right)$  lebih besar dari satu, maka besarnya elastisitas permintaan pada titik B adalah lebih besar dari satu. Artinya permintaan barang pada titik tersebut) dalam hal ini titik B) adalah elastis. Barang-barang yang permintaannya elastis, apabila harga berubah satu persen maka akan diikuti oleh perubahan jumlah barang yang dibeli lebih besar dari satu persen. Sebaliknya apabila hasil bagi  $\left(\frac{BC}{AB}\right)$  lebih kecil dari satu, maka permintaan barang tersebut pada titik bersangkutan adalah tidak elastis (inelastis). Bagi barang-barang yang permintaannya inelastis, apabila perubahan harga sebesar satu persen akan diikuti oleh perubahan jumlah yang dibeli kurang dari satu persen.

Dengan demikian dapatlah dimengerti bahwa kurv permintaan dari barang-barang elastis lebih landai sedang kurva permintaan dari barang-barang inelastis lebih curam, seperti terlihat pada gambar 5A dan 5B.

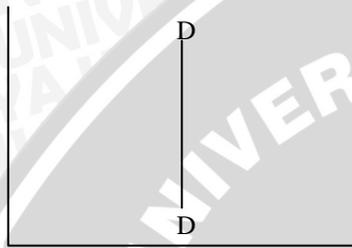


Gb. 5A. Kurva permintaan barang elastis

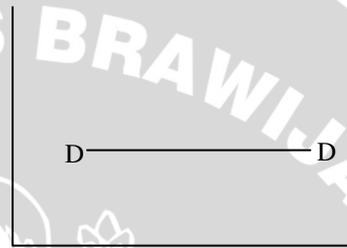


Gb. 5B. Kurva permintaan barang inelastis

Permintaan inelastis sempurna berarti bahwa tidak ada perubahan dalam jumlah yang dibeli akibat perubahan harga; kurvanya berbentuk garis lurus tegak lurus sumbu horisontal. Permintaan elastis sempurna berarti bahwa pembelian (jumlah barang yang dibeli) tidak terbatas pada harga yang sama; kurvanya berbentuk garis lurus yang sejajar dengan sumbu horisontal. Bentuk dari kedua kurva permintaan yang ekstrim ini seperti gambar 12A dan 12B.

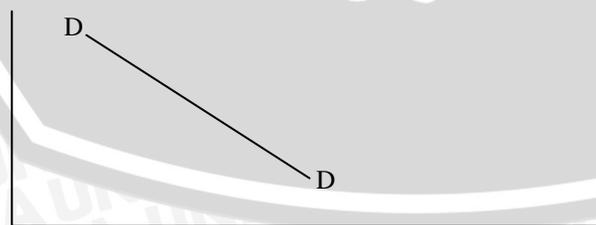


Gb. 6A. Kurva permintaan inelastis sempurna ( $e_D = 0$ )



Gb. 6B. Kurva permintaan elastis sempurna ( $e_D = \infty$ )

Pada pokoknya permintaan barang dapat dibedakan ke dalam elastis, inelastis dan *unitary elasticity*. Kedua jenis permintaan tersebut pertama sudah dikemukakan di atas. Permintaan yang *unitary elasticity* berarti bahwa apabila perubahan harga satu persen akan diikuti oleh perubahan jumlah barang yang dibeli sebesar satu persen pula. Kurva permintaan yang “*unitary elasticity*” ini bentuknya seperti gambar 13. kurva memotong sumbu horisontal dan sumbu vertikal dengan sudut  $45^\circ$ .



Gb. 7. Kurva permintaan yang unitari elasticity

Konsep elastisitas permintaan sangat penting dan berguna terutama bagi pengusaha (produsen maupun pedagang), karena konsep ini menunjukkan bagaimana konsumen akan bereaksi terhadap perubahan kondisi harga. Jika harga suatu macam produk berubah maka jumlah barang akan dibeli konsumen berubah dan jumlah uang yang dibelanjakan konsumen berubah pula, tergantung pada elastisitas permintaan dari barang bersangkutan.

Suatu penurunan harga barang akan menyebabkan konsumen untuk:

- a. Membelanjakan uang lebih banyak untuk barang-barang yang permintaannya elastis ( $E_D > 1$ ),
- b. Membelanjakan uang dalam jumlah yang sama (tidak berubah) untuk barang-barang yang permintaannya *unitary elasticity*. ( $E_D = 1$ ),
- c. Membelanjakan lebih sedikit uang untuk barang-barang yang permintaannya inelastis ( $E < 1$ ).

Atau suatu kenaikan harga dari barang akan menyebabkan konsumen:

- a. Membelanjakan uang lebih sedikit daripada sebelumnya untuk barang-barang yang permintaannya elastis,
- b. Membelanjakan uang dalam jumlah yang sama untuk barang-barang yang permintaannya *unitary elasticity*,
- c. Membelanjakan uang lebih banyak daripada sebelumnya untuk barang-barang yang permintaannya inelastis.

Elastisitas yang diuraikan diatas adalah elastisitas harga dari permintaan. Elastisitas ini menyatakan bagaimana pengaruh perubahan harga terhadap konsumsi, atau

pengaruh penduduk, pendapatan dan harga barang lain terhadap hubungan harga dan jumlah suatu barang tertentu akan dibeli.

Jelaslah bahwa elastisitas harga dari permintaan sangat penting bagi industri karena mengungkapkan bagaimana nilai penjualan total berubah karena perubahan harga. Jika suatu perusahaan memproduksi atau menjual yang permintaannya elastis, maka akan lebih banyak dapat dijual dengan menurunkan harga, dengan demikian nilai penjualan total akan lebih besar. Menaikkan harga atau mengurangi jumlah yang dijual akan menurunkan nilai penjualan total. Jika barang yang dijual adalah barang yang permintaannya inelastis maka nilai penjualan akan dinaikkan dengan jalan menaikkan harga dan mengurangi jumlah yang dijual. Jika yang dijual itu permintaannya mempunyai nilai elastisitas satu (unitary elasticity), maka nilai penjualan total tidak akan berubah walaupun perubahan dalam harga.

Tetapi tidak semua barang mempunyai elastisitas pendapatan dari permintaan bertanda positif. Adakalanya elastisitas pendapatan dari permintaan suatu barang bertanda negatif, yang berarti kenaikan pendapatan konsumen mengakibatkan penurunan permintaan untuk barang bersangkutan. Berhubungan dengan ini maka barang-barang konsumsi dapat digolongkan ke dalam:

- a. Barang-barang normal, yaitu golongan barang dengan elastisitas pendapatan bertanda positif, artinya kenaikan pendapatan mengakibatkan kenaikan jumlah permintaan.
- b. Barang-barang tuna nilai (inferior goods), yaitu golongan barang dengan elastisitas pendapatan dari permintaan bertanda negatif, artinya kenaikan pendapatan mengakibatkan penurunan permintaan akan barang tersebut.

Elastisitas pendapatan dari permintaan untuk ikan lebih rendah daripada daging untuk di negara-negara berkembang (developed countries). Akan tetapi untuk di negara-negara dengan pendapatan rendah peningkatan pendapatan penduduk masih memberi respons ke arah penambahan konsumsi ikan, yang berarti elastisitas pendapatan dari permintaan untuk ikan sebagai keseluruhan bertanda positif.

### **Faktor-faktor yang mempengaruhi elastisitas permintaan**

Sudah dikemukakan bahwa permintaan akan kebanyakan hasil perikanan relatif inelastis. Dalam periode waktu yang lama permintaannya menjadi lebih inelastis, dan hal ini mungkin terjadi akibat dari adanya peningkatan standard hidup dan penambahan lebih banyak jasa dalam tataniaga.

Permintaan akan produk yang berbeda mempunyai elastisitas yang berbeda pula. Apakah permintaan sesuatu produk elastis atau inelastis tergantung pada beberapa faktor seperti diuraikan di bawah:

- a. Kemungkinan tentang barang pengganti. Produk dengan sedikit barang penggantinya mempunyai permintaan lebih inelastis.
- b. Jumlah kemungkinan penggunaan. Semakin besar kemungkinan penggunaan dari sesuatu produk semakin besar pula elastisitas permintaan.
- c. Arti pengeluaran untuk suatu barang dibandingkan dengan pendapatan. Jika harga (pengeluaran untuk barang) merupakan bagian kecil dari pendapatan, seperti garam, maka permintaan akan barang itu menjadi tidak elastis.
- d. Tradisi. Jika penggunaan dari satu barang semakin menjadi tradisi atau kebiasaan yang tetap

## 2.4 Perilaku Konsumen

### 2.4.1 Definisi Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen (*consumer behavior*) didefinisikan sebagai studi tentang unit pembelian (*buying units*) dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman, serta ide-ide (Mowen, 2002; 6). Menurut Engel (1994; 3) Perilaku konsumen sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. Menurut Supranto (2007; 4) Perilaku konsumen merupakan tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, menggunakan (memakai, mengkonsumsi) dan menghabiskan produk (barang dan jasa) termasuk proses yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut. Menurut Ma'ruf (2006; 50) perilaku konsumen adalah proses yang terjadi pada konsumen ketika ia memutuskan membeli, apa yang dibeli, di mana, kapan, dan bagaimana membelinya. Riniwati (2005), mengatakan bahwa perilaku konsumen adalah bagaimana konsumen membuat keputusan tentang pemilihan diantara berbagai macam barang yang akan dibeli dan berapa jumlahnya. Demikian juga Hunt (1983) mengatakan perilaku konsumen adalah proses pengambilan keputusan dalam pembelian barang.

Setiap pembelian konsumen tercipta karena adanya *need* (kebutuhan, keperluan) atau *wants* (keinginan) atau campuran keduanya. Selain kebutuhan dan keinginan, ada satu kata lagi yang berdekatan, yaitu, "harapan". Harapan sering kali disembunyikan di hati pelanggan. Sebagian mereka mau mengekspresikannya, baik karena mereka terbiasa terbuka ataupun terbiasa memilih kata-kata yang tepat. Sebagian

lainnya tidak mengutarakan harapan karena tidak menemukan kata yang tepat atau karena malu (Ma'ruf, 2006; 50).

Konsumen pada umumnya adalah pembeli yang agak hati-hati; artinya berusaha untuk membandingkan mutu dan nilai suatu barang. Antara konsumen pedesaan dan konsumen kota tentunya terlihat adanya sekedar perbedaan dalam intensitas usahanya untuk mengadakan penilaian-penilaian semacam itu; perbedaan ini mungkin disebabkan oleh perbedaan dalam pendapatan dan kemampuan membaca serta menulis. Pendapatan yang rendah dari sebagian besar konsumen pedesaan menyebabkan mereka bersikap hati-hati sebelum membeli sesuatu.

Seperti layaknya ilmu sosial, perilaku konsumen menggunakan metode serta prosedur riset dari psikologi, sosiologi, ekonomi dan antropologi. Untuk menggeneralisasikan, riset perilaku konsumen dilakukan berdasarkan tiga perspektif riset yang bertindak sebagai pedoman pemikiran dan pengidentifikasian faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Ketiga perspektif ini adalah:

a. Perspektif pengambilan keputusan

Perspektif ini menggambarkan seorang konsumen sedang melakukan serangkaian langkah-langkah tertentu pada saat melakukan pembelian. Langkah-langkah ini termasuk pengenalan masalah, mencari, evaluasi alternatif, memilih dan evaluasi pascaperolehan. Akar dari permasalahan ini adalah pengalaman kognitif dan psikologi serta factor-faktor ekonomi lainnya.

b. Perspektif pengalaman

Perspektif ini menyatakan bahwa untuk beberapa hal konsumen tidak melakukan pembelian sesuai dengan proses pengambilan keputusan yang rasional.

Namun mereka membeli produk dan jasa tertentu untuk memperoleh kesenangan, menciptakan fantasi, atau perasaan emosi saja. Pengklasifikasian berdasarkan perspektif pengalaman menyatakan bahwa pembelian akan dilakukan karena dorongan hati dan mencari variasi.

c. Perspektif pengaruh perilaku

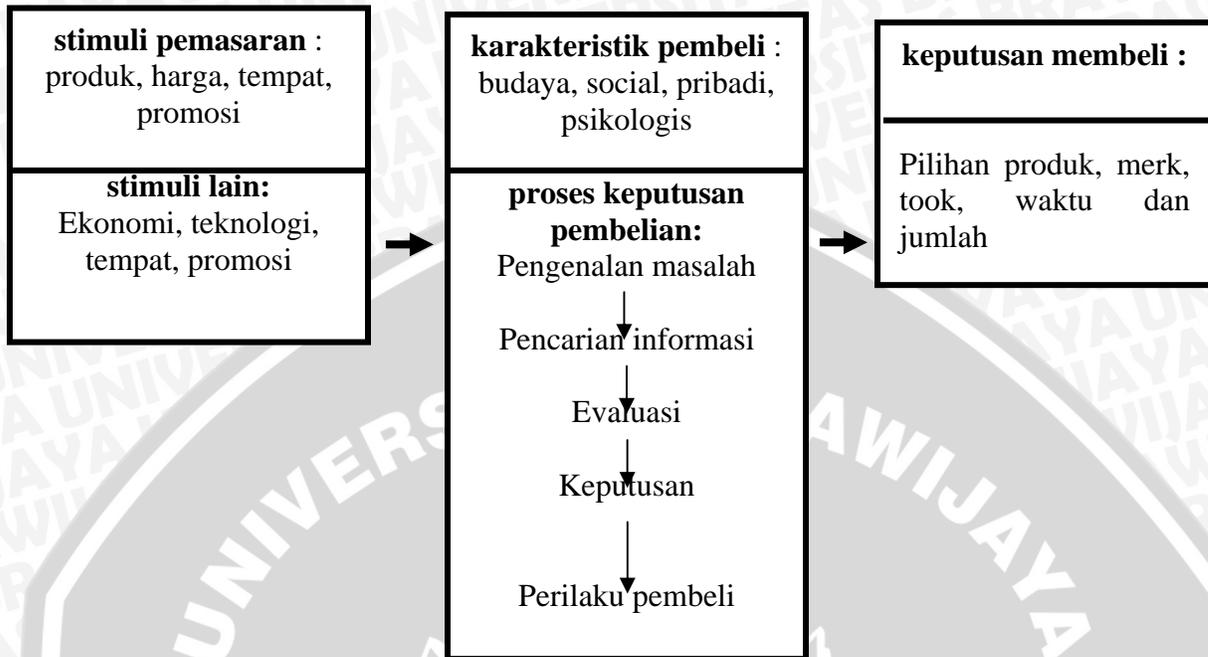
Perspektif ini mengasumsikan bahwa kekuatan lingkungan memaksa konsumen untuk melakukan pembelian tanpa harus terlebih dahulu membangun perasaan atau kepercayaan terhadap produk. Menurut perspektif ini, konsumen tidak saja melalui proses pengambilan keputusan rasional, namun juga bergantung pada perasaan dan kekuatan lingkungan, seperti sarana promosi penjualan, nilai-nilai budaya, lingkungan fisik dan tekanan ekonomi (Mowen, 2002; 11).

Menurut Supranto (2007; 13) Proses keputusan konsumen merupakan intervensi antara strategi pasar. Ini artinya, hasil dari strategi pemasaran perusahaan ditentukan interaksinya dengan proses keputusan konsumen. Perusahaan akan berhasil hanya kalau konsumen melihat suatu kebutuhan yang biasa dipenuhi oleh produk yang ditawarkan perusahaan. Menyadari bahwa produk mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dan ini merupakan pemecahan terbaik yang tersedia, maka langsung membelinya dan menjadi puas dengan produk yang dibelinya.

#### **2.4.2 model perilaku konsumen**

Menurut Kotler (1997) dalam Simamora (2003; 99), menjelaskan bahwa keputusan pembelian seseorang atas merek, kategori produk, tempat untuk didatangi, waktu pembelian, dan jumlah pembelian, merupakan hasil dari rangsangan (stimuli) yang berasal dari luar dirinya, yang diolah dalam diri konsumen.

Model perilaku konsumen (Simamoro, 2003; 99):



Gambar 8. Model Perilaku Konsumen

### 2.4.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen

Menurut Ma'ruf (2006; 57) Proses keputusan memilih barang atau jasa dan lain-lainnya itu dipengaruhi oleh faktor lingkungan dan faktor pribadi-internal dalam dirinya sendiri.

#### Faktor Lingkungan

Faktor lingkungan terdiri atas:

- ✚ Faktor budaya

Budaya adalah faktor mendasar dalam pembentukan norma-norma yang dimiliki seseorang yang kemudian membentuk atau mendorong keinginan dan perilaku

yang menjadi seseorang konsumen. Sedangkan menurut McCracken dalam Engel (1994; 69) menjelaskan :

*Budaya merupakan dunia fenomena dalam dua hal. Pertama, budaya adalah "lensa" yang digunakan individu untuk memandang individu untuk memandang fenomena; sebagaimana ditunjukkan, budaya menentukan bagaimana fenomena tersebut akan dipahami dan diterima. Kedua, budaya adalah "cetak biru" dari kegiatan manusia, yang menentukan koordinat dari tindakan sosial dan kegiatan produktif, dan menetapkan perilaku dan objek yang keluar dari keduanya. Sebagai lensa, budaya menentukan bagaimana dunia dipandang. Sebagai cetak biru, budaya menentukan bagaimana dunia akan dibentuk oleh upaya manusia. Singkatnya, budaya membentuk dunia dengan menyuplinya dengan makna.*

Menurut Ma'ruf (2006; 57) Budaya meliputi yang dipelajari dari keluarga, tetangga, teman, guru, dan tokoh masyarakat yang meliputi:

- *Nilai-nilai*: Nilai-nilai (*values*) adalah norma yang dianut oleh masyarakat. Akibat dari situasi seperti ini adalah keluarga menjadi besar dan ketika hendak bepergian memerlukan mobil yang dapat memuat banyak orang.
- *Persepsi*: Persepsi adalah cara pandang sesuatu. Contohnya: barang dari luar negeri lebih baik daripada barang buatan dalam negeri.
- *Preferensi*: Preferensi adalah rasa lebih suka pada sesuatu dibandingkan yang lainnya. Contohnya: sekelompok masyarakat lebih menyukai makanan yang berasa manis, sementara sekelompok yang lainnya menyukai ada lalapan di antara lauk pauk mereka. Aspek preferensi melahirkan alasan pilihan pada

*merchandise* (pilihan, mutu, *style*/desain, *exclusivity*, harga, loyalitas pada merek, private label, dll).

- *Behavior* (tindak-tanduk): Contohnya adalah kebiasaan menaruh uang receh di dalam mobil karena sewaktu-waktu diperlukan, cara memegang surat kabar waktu membacanya, waktu kebiasaan nonton tv.

#### ✚ Faktor sosial

Perilaku konsumen juga akan dipengaruhi oleh faktor sosial seperti kelompok kecil, keluarga, peran dan status sosial dari konsumen. Faktor-faktor ini sangat mempengaruhi tanggapan konsumen (Simamora, 2003; 87).

- ✓ *Reference group*: faktor ini adalah kelompok yang mempengaruhi anggotanya dalam membuat keputusan terhadap pembelian suatu barang atau jasa, meskipun ada kekecualian pada sedikit orang. *Reference group* berlaku untuk semua orang dalam segala usia, profesi, wilayah.
- ✓ Keluarga: faktor ini juga penting pengaruhnya bagi seseorang dalam memilih suatu barang dan jasa. Sama dengan *reference group* yang dapat mempengaruhi anggotanya, demikian juga keluarga.

Menurut Engel (1994; 194) Keluarga (*family*) adalah kelompok yang terdiri dari dua orang atau lebih orang yang berhubungan melalui darah, perkawinan, atau adopsi dan tinggal bersama. Menurut Simamora (2003; 88) anggota keluarga pembeli dapat memberikan pengaruh yang terhadap perilaku pembeli. Keluarga orientasi adalah yang terdiri dari orangtua yang memberikan arah menuju penghayatan agama, aktivitas politik dan ekonomi, serta pembentukan harga diri.

- ✓ Peran dan status: peran seseorang di masyarakat atau di perusahaan akan mempengaruhi pola tindakannya dalam membeli barang atau jasa (disebut berbelanja). Demikian juga status. Orang yang dalam status tidak bekerja akan sangat bertolak belakang dalam berbelanja dari orang yang berstatus bekerja.

### **Faktor pribadi**

Faktor pribadi atau faktor internal dalam diri seseorang adalah faktor penting bagi proses pembelian dalam diri konsumen. Suatu stimulasi, misalnya program pemasaran suatu perusahaan, akan mempunyai dampak yang berbeda terhadap seorang konsumen dibandingkan konsumen lainnya. Pemahaman atas faktor pribadi ini penting untuk meningkatkan efisiensi suatu program pemasaran.

Menurut Kotler (2002; 191) Faktor pribadi terdiri atas:

- ✚ Aspek pribadi: seorang konsumen akan berbeda dari seorang konsumen lainnya karena faktor pribadi dalam hal-hal berikut:
  - ❖ Usia dan tahap hidup: orang membeli barang dan jasa yang berbeda sepanjang hidupnya. Selera orang terhadap pakaian, perabot, dan rekreasi juga berhubungan dengan usia. Konsumsi juga dibentuk oleh *siklus hidup keluarga*. Pemasar sering memilih kelompok-kelompok berdasarkan siklus hidup sebagai pasar sasaran mereka. Namun, rumah tangga yang menjadi sasaran tidak selalu berdasarkan konsep keluarga.
  - ❖ Pekerjaan dan Lingkungan Ekonomi: pekerjaan seseorang juga mempengaruhi pola konsumsinya. Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang: penghasilan yang dapat dibelanjakan (level,

kestabilan, pola waktu), tabungan dan aktiva (termasuk presentase aktiva ang lancar/*likuid*), utang, kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap belanja atau menabung.

- ❖ Kondisi keluarga: kebanyakan riset perilaku konsumen menggunakan individu konsumen sebagai unit analisis. Biasanya tujuan riset untuk menguraikan dan memahami bagaimana individu/perorangan membuat keputusan pembelian sehingga strategi pemasaran dapat dikembangkan agar bisa mempengaruhi proses ini secara efektif. Bisa juga keluarga diperlakukan sebagai unit analisis untuk mengetahui bagaimana keluarga membuat keputusan pembelian untuk memenuhi keperluan keluarga (Supranto, 2007; 63).
- ❖ Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan "keseluruhan diri seseorang" yang berinteraksi dengan lingkungan. Menurut Simamora (2003; 89) gaya hidup seseorang yang berasal dari subkultur, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama dapat mempunyai gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup seseorang menunjukkan pola kehidupan seseorang yang bersangkutan yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya.
- ❖ Kepribadian adalah karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungannya.

Menurut Engel (1994; 367) Kepribadian sebagai respons yang konsisten terhadap stimulus lingkungan. Keadaan organisasi dalam diri individu, yang diacu sebagai kepribadian, mengadakan persiapan untuk pengalaman dan perilaku yang berhubungan secara rapi dan koheren. Kepribadian juga menyediakan pola khusus organisasi yang membuat individu unik dan berbeda dengan semua individu yang lain.

❖ Konsep diri: memiliki catatan keberhasilan yang beragam dalam meramalkan tanggapan konsumen terhadap citra merek.

✚ Aspek kejiwaan/psikologis: Pilihan pembelian seseorang juga dipengaruhi oleh empat faktor psikologis, yaitu:

- Mitovasi, motivasi seseorang mempunyai kebutuhan pada waktu tertentu yang terjadi antara lain:
  - ✓ Biogenic yaitu muncul dari ketegangan fisiologis, seperti lapar, dahaga dan tidak enak.
  - ✓ Psikogenic yaitu muncul dari ketegangan psikologis, seperti kebutuhan untuk diakui, dihargai atau merasa diterima oleh lingkungan.

Menurut Simamora (2003; 90) kebanyakan dari kebutuhan-kebutuhan yang ada tidak cukup kuat untuk memotivasi seseorang untuk bertindak. Suatu kebutuhan akan berubah menjadi motif apabila kebutuhan itu telah mencapai tingkat tertentu. Motif adalah suatu kebutuhan yang cukup menekan seseorang untuk mengejar kepuasan. Para ahli telah mengembangkan teori tentang motivasi. Dua diantaranya adalah teori Sigmund Freud dan Abraham Maslow.

**Teori motivasi Freud:**

Bahwa kebanyakan orang tidak menyadari adanya kekuatan psikologis nyata yang membentuk perilaku mereka. Ia melihat manusia sebagai makhluk yang tumbuh makin dewasa dan menekan banyak dorongan. Dorongan itu tidak pernah hilang namun tetap berada di bawah kendali sempurna. Menurutnya, seseorang tidak pernah utuh dalam memahami motivasinya.

**Teori motivasi Maslow:**

Kebutuhan manusia tersusun secara berjenjang, mulai dari yang paling banyak menggerakkan sampai yang paling sedikit memberikan dorongan. Pertama-tama orang akan memuaskan kebutuhan yang paling penting dahulu, baru kemudian memenuhi kebutuhan berikutnya. Berdasarkan urutan pentingnya, jenjang kebutuhan adalah kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan, dan kebutuhan aktualisasi diri.

- Persepsi, yaitu daya tafsir seseorang untuk berpendapat terhadap sesuatu yang dilihat.

Menurut Kotler dalam Simamora (2003; 91) Persepsi diartikan sebagai proses dimana individu memilih, merumuskan, dan menafsirkan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti mengenai dunia.

- Kepercayaan dan sikap, kepercayaan adalah suatu gagasan diskriptif yang diakui oleh seseorang tentang sesuatu. Sikap adalah penilaian kognitif yang baik maupun tidak baik, perasaan-erasaan emosional dan kecenderungan berbuat yang bertahan selama waktu tertentu terhadap beberapa objek atau gagasan.

- Belajar, belajar menggambarkan perubahan-perubahan dalam perilaku individu yang timbul dari pengalaman. Teoritis belajar mengatakan bahwa pelajaran seseorang dihasilkan melalui dorongan, rangsangan, isyarat, tanggapan dan penguatan.

#### 2.4.4 Proses pengambilan keputusan

Menurut Engel (1994; 31) Dengan mengidentifikasi pembuat keputusan, maka dapat ditentukan lima peran yang dimainkan orang dalam suatu keputusan pembelian.

Lima peran dalam pengambilan keputusan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pencetus ide, adalah seseorang yang pertama kali mengeluarkan ide untuk membeli suatu produk atau jasa tertentu.
2. Pemberi pengaruh, adalah seseorang yang pandangan atau pendapatnya mempengaruhi keputusan pembeli.
3. Pengambil keputusan, adalah seseorang yang memutuskan setiap komponen dalam keputusan pembelian.
4. Pembeli, adalah seseorang yang melakukan pembelian yang sebenarnya.
5. Pemakai, adalah yang mengkonsumsi atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Langkah-langkah proses pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Pengenalan kebutuhan

Proses pembelian dimulai karena adanya suatu kebutuhan. Pembelian memberikan pandangan yang berbeda antara keadaan yang diinginkannya. Kebutuhan dapat dirangsang oleh rangsangan dari alam seperti rasa lapar, haus dan sebagainya atau rangsangan yang berasal dari luar seperti pengaruh lingkungan atau orang lain.

## 2. Pencarian informasi

Seorang konsumen yang telah dipengaruhi itu, untuk selanjutnya mereka dapat atau tidak untuk mencari informasi lebih lanjut terhadap barang atau jasa yang ditawarkan.

## 3. Evaluasi alternatif

Bagaimana konsumen memproses informasi yang didapat tentang merk yang bersaing dan membuat pertimbangan nilai terakhir.

## 4. Keputusan pembelian

Pada tahap evaluasi, konsumen menyusun peringkat merk dalam beberapa pilihan sehingga diperoleh nilai pembelian. Konsumen biasanya akan membeli merk yang paling disukai, tetapi ada juga faktor yang bisa muncul antara lain niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor itu adalah sikap orang, faktor situasi yang tidak diinginkan.

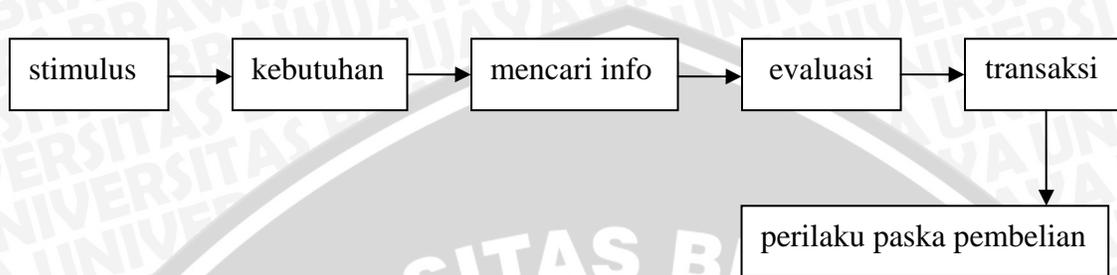
## 5. Perilaku setelah pembelian

Setelah membeli produk, konsumen akan mengalami tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Konsumen juga akan terlibat dalam tindakan sesudah pembelian pada pemasar.

Sedangkan menurut Ma'ruf (2006; 61) dalam membeli suatu barang atau jasa, seorang konsumen akan melalui suatu proses keputusan pembelian. Terdapat tiga proses keputusan pembelian: proses yang panjang, proses terbatas, dan proses rutin. Proses yang panjang dan yang terbatas dapat dikatakan sebagai pembelian yang incidental, yaitu yang hanya sekali atau sekali-kali saja dibeli.

1. Proses keputusan panjang (*extended decision making*)

Proses keputusan panjang menurut Berman dan Evans dalam Ma'ruf (2006) adalah:



**Gambar 9 Proses Keputusan Panjang**

Stimulus adalah situasi yang menyebabkan munculnya kebutuhan dalam diri konsumen. Ada dua faktor yang mempengaruhi proses keputusan pembelian, yaitu: demo grafi dan gaya hidup.

2. Proses keputusan terbatas (*limited decision making*), sama dengan proses yang diatas tetapi terjadi lebih cepat dan kadang meloncati tahapan. Contohnya: dari adanya kebutuhan lalu mengevaluasi pilihan (karena pilihan-pilihan sudah termasuk dalam pikiran) lalu ke transaksi.
3. Proses pembelian rutin: keputusan pembelian yang terjadi secara kebiasaan sehingga proses pembelian sangat singkat saja. Begitu dirasakan ada kebutuhan, langsung dilakukan pembelian, misalnya membeli baterai.

## 2.5 Pengertian Pemasaran

Menurut Philip Kotler (2002; 9) Pemasaran adalah proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Sedang menurut Stanton dalam Swastha dan Irawan (2000; 5), pemasaran adalah suatu keseluruhan sistem dari kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, untuk mempromosikan dan mendistribusikan barang serta jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah segala usaha yang dilakukan oleh suatu produsen untuk membuat suatu produk, memperkenalkan produk, dan mendistribusikan produk sampai ke tangan konsumen.

Berkaitan dengan pemasaran maka tidak akan lepas dari istilah konsep pemasaran, yaitu sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup suatu usaha. Konsep pemasaran memiliki tiga unsur pokok, yaitu orientasi konsumen, volume penjualan yang menguntungkan, dan koordinasi serta integrasi seluruh kegiatan pemasaran (Swastha dan Irawan, 2000; 10).



## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei 2007 di Desa Wonokerto Kecamatan Bantur Kabupaten Malang. Penentuan lokasi ini didasarkan pada Desa Wonokerto merupakan suatu desa yang terletak pada Kabupaten Malang bagian selatan. Dimana daerah tersebut dekat dengan Sendang Biru sebagai penghasil utama perikanan tangkap di Kabupaten Malang.

#### 3.2. Teknik Pengambilan Sampel

Responden sangat diperlukan untuk mengetahui tingkat validitas terhadap data yang dikumpulkan. Responden adalah individu atau sekelompok orang yang memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan dari peneliti. Penentuan responden tergantung dari apa yang dijadikan bahan pertimbangan terhadap suatu masalah yang diteliti.

Penentuan responden dilakukan secara acak terhadap penduduk Desa Wonokerto. Teknik pengambilan samplingnya menggunakan *random sanpling*. Dalam teknik ini, masing-masing populasi mempunyai peluang dan kemungkinan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Untuk menentukan jumlah responden dilakukan dengan menggunakan *linier time function*. Menurut Sari yang dikutip dari Novi (2005), jumlah sample yang diambil dalam penelitian ini ditentukan

berdasarkan waktu penelitian dengan *linier time function* menggunakan rumus sebagai berikut:

$$T = T_0 + T_1 n$$

Dimana:

T = jumlah waktu yang digunakan dalam penelitian (5 hari/ 210 menit)

T<sub>0</sub> = jumlah waktu yang tidak tetap, tidak tergantung pada besarnya sample (3,5 jam/ 210 menit)

T<sub>1</sub> = waktu yang digunakan untuk mengisi kuisisioner (17 menit)

n = jumlah responden/ sample

Penelitian ini dilakukan dengan cara memberikan kuesioner kepada ibu-ibu penduduk warga Desa Wonokerto yaitu 50 orang. Responden sangat diperlukan untuk mengetahui tingkat validitas terhadap data yang dikumpulkan. Responden adalah individu atau sekelompok orang yang memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan dari peneliti. Penentuan responden tergantung dari apa yang dijadikan bahan pertimbangan terhadap suatu masalah yang diteliti.

Jumlah dari responden yang dijadikan sampel sebanyak 50 responden, dari seluruh kepala keluarga yang ada di Desa Wonokerto. Pengambilan sampel sebanyak 50 responden ini dikarenakan adanya keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga. Sebenarnya semakin banyak jumlah responden yang diambil maka semakin baik pula hasil yang didapat tetapi dari 50 responden ini sudah mewakili dari keberadaan masyarakat Desa Wonokerto.

Mengingat bahwa penelitian ini menyangkut masalah perilaku konsumen maka unit sampelnya adalah ibu rumah tangga di Desa Wonokerto. Hal ini dikarenakan ibu

rumah tangga dianggap mempunyai peranan yang paling besar dalam pengambilan keputusan mengenai penelitian perilaku konsumen dalam mengkonsumsi bahan pangan.

### 3.3. Metode Penelitian

Metode merupakan cara utama yang dipergunakan untuk mencapai suatu tujuan, misalnya untuk menguji suatu hipotesa dengan menggunakan teknik dan alat-alat tertentu. Keputusan mengenai metode yang akan digunakan tergantung pada masalah yang ada dan tujuan yang ingin dicapai.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif. Menurut Nazir (2003), penelitian deskriptif adalah metode penelitian untuk membuat gambaran mengenai situasi atau kejadian, sehingga metode ini berkehendak mengadakan akumulasi data dasar belaka .

Metode penelitian yang dipakai adalah studi kasus. Studi kasus atau penelitian kasus adalah penelitian tentang status subyek penelitian yang berkenaan dengan suatu fase spesifik atau khas dari personalitas. Subyek penelitian dapat saja individu, kelompok, lembaga, maupun masyarakat. Tujuan studi kasus adalah untuk memberikan gambaran secara mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat serta karakter-karakter yang khas dari kasus, ataupun status dari individu, yang kemudian dari sifat-sifat khas diatas akan dijadikan bersifat umum (Nazir, 2002:57).

### 3.4. Sumber dan Jenis Data

Sumber yang diambil dalam penelitian ini meliputi:

#### a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, diambil dan dicatat untuk pertama kali.

Sumber data penelitian ini diperoleh dengan cara :

- Quisioner:

Quisioner merupakan suatu alat bantu dalam penelitian yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang tersusun secara sistematis dan disebarakan kepada responden dimana tiap jawaban mempunyai makna dalam penelitian.

Jenis data primer yang diambil meliputi:

- Identitas rumah tangga responden
- Pendapatan keluarga
- Pendidikan istri/ibu
- Umur responden
- Jumlah anak/tanggung keluarga
- Jumlah, frekuensi dan jenis ikan yang dikonsumsi
- Jumlah non ikan (telur)
- Budaya yang mempengaruhi konsumen
- Sosial yang mempengaruhi konsumen
- Pribadi yang mempengaruhi konsumen
- Kejiwaan yang mempengaruhi konsumen

Dari berbagai jenis-jenis ikan yang dikonsumsi masyarakat di Desa Wonokerto maka data yang digunakan untuk menghitung nilai jumlah konsumsi ikan (Y) di Desa Wonokerto diambil dari jenis ikan yang paling dominan atau paling digemari oleh responden.

#### **b. Data Sekunder**

Menurut Marzuki (1986), data sekunder adalah data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti atau berasal dari tangan kedua atau sebenarnya. Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan metode dokumentasi. Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal yang berupa catatan, buku, atau surat kabar dan sebagainya (Arikunto, 1986). Sumber data sekunder diperoleh dengan mencari keterangan dari berbagai tempat, yaitu dari:

- Kantor Cabang Dinas Perikanan setempat
- Kantor dan instansi yang terkait
- Keterangan atau publikasi lainnya
- Kepustakaan

Jenis data sekunder yang diambil meliputi:

- Keadaan Geografis dan Topografi
- Keadaan penduduk
- Keadaan umum perikanan

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data untuk memperoleh informasi yaitu dilakukan dengan cara:

a. Observasi

Observasi yaitu metode dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena yang diteliti. Teknik ini menuntut adanya pengamatan dari peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap obyek penelitiannya. Observasi dilakukan untuk memperoleh data dengan memonitor aktivitas di tempat penelitian.

b. Angket (Kuesioner)

Quisioner merupakan suatu alat bantu dalam penelitian yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang tersusun secara sistematis dan disebarakan kepada responden dimana tiap jawaban mempunyai makna dalam penelitian.

### 3.6 Metode Analisis Data

Metode analisa data dalam penelitian ini meliputi:

#### 3.6.1 Analisa Kualitatif

Merupakan kegiatan menganalisa data yang berbentuk uraian atau laporan dengan membandingkan antara data yang satu dengan data yang lainnya guna mendapatkan kesimpulan yang terdiri dari analisis untuk melihat dan gambaran dari pelaksanaan strategi pemasaran yang dilakukan pada usaha tersebut.

#### 3.6.2 Analisa Kuantitatif

Merupakan suatu penggambaran keadaan atau status fenomena yang dinyatakan dengan angka-angka hasil perhitungan atau pengukuran yang dapat diproses dengan beberapa cara. Analisa deskriptif kualitatif dibagi menjadi dua cara yaitu:

- Analisa statistik, dan
- Analisa perilaku konsumen dalam mengkonsumsi ikan

### 3.6.2.1 Analisa Data Statistik

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan salah satu uji yang dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Tujuan dari uji ini adalah untuk mengetahui apakah instrument pengukuran (kuesioner) dapat mengukur variable yang diteliti secara tepat. Pengolahan dari uji ini menggunakan *Correlation Pearson*. Sedangkan kriteria pengambilan keputusannya yaitu dengan membandingkan  $r$  hitung dengan  $r$  table untuk setiap variable yang ada. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  table maka item yang ada pada variable tersebut dapat dikatakan valid. Dan sebaliknya jika  $r$  hitung  $<$   $r$  table maka item yang ada pada variable tersebut dapat dikatakan tidak valid. Uji validitas pertanyaan-pertanyaan pada masing-masing variable dikerjakan dengan menggunakan program *SPSS Versi 13*, hasil perhitungan untuk masing-masing item pertanyaan untuk masing-masing variabel.

#### 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah angka yang menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Tujuan dilakukan uji ini adalah untuk mengetahui konsistensi alat ukur/ kuesioner (Yarnest, 2004).

Untuk menguji tingkat reliabilitas dapat digunakan rumus *Standardized Item Alpha* (Ebel, 1991;89). Setelah diperoleh nilai  $\alpha$ , selanjutnya dibandingkan nilai tersebut

dengan angka kritik reliabilitas pada tabel  $\alpha$ , yaitu tabel yang menunjukkan hubungan antara jumlah item pertanyaan dengan reliabilitas instrumen.

**Tabel 2 kriteria indeks reliabilitas (Arikonto, 1993)**

No	Interval	Kriteria
1	< 0,200	Sangat rendah
2	0,200 – 0,399	Rendah
3	0,400 – 0,599	Cukup
4	0,600 – 0,799	Tinggi
5	0,800 – 1,00	Sangat tinggi

Sumber: Yarnest, (2003: 68)

### 3. Analisa Korelasi Berganda

Analisa ini untuk mengetahui seberapa besar keeratan hubungan antara variable bebas yang meliputi jumlah konsumen, tingkat pendapatan konsumen, kebiasaan dan kesenangan konsumen (selera), harga barang substitusi, harga ikan, budaya, sosial, pribadi, psikologis, jumlah konsumsi ikan yang berpengaruh terhadap jumlah konsumsi ikan.

#### 3.1 Uji F

Pengujian hipotesis pertama, untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel tergantung, dinyatakan sebagai berikut:

$H_0$  : Variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ ) tidak berpengaruh nyata terhadap variable terikat (Y)

$H_1$  : Variabel bebas berpengaruh nyata terhadap variable terikat

Untuk menguji kebenaran hipotesis tersebut digunakan uji F yang oleh Supranto (1983), dinyatakan bahwa uji F ditujukan untuk mengetahui tingkat pengaruh semua variabel independent secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Kriteria uji ini dengan membandingkan nilai F hitung dan F tabel. Bila F hitung > dari F tabel maka

hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima artinya, hipotesis tersebut memiliki pengaruh nyata (*signifikan*). Dan sebaliknya jika nilai  $F$  hitung  $<$  dari  $F$  tabel maka hipotesis  $H_0$  diterima dan menolak hipotesis  $H_1$ , artinya pengujian tersebut tidak berbeda nyata (*non signifikan*).

Dengan demikian criteria uji  $F$  dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Jika  $F$  hitung  $>$   $F$  tabel,  $H_0$  ditolak. Hal ini berarti variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh secara penting/ nyata terhadap variabel tergantung, pada signifikansi tertentu.
2. Jika  $F$  hitung  $<$   $F$  tabel,  $H_0$  diterima. Hal ini berarti variabel bebas secara bersama-sama tidak berpengaruh secara nyata/ penting terhadap variabel tergantung pada signifikansi tertentu.

#### 4. Analisa Regresi Linier Berganda

Regresi merupakan suatu alat ukur yang juga digunakan untuk mengukur ada tidaknya korelasi antar variabel. Regresi linier berganda adalah regresi linier dimana sebuah variabel terikat (variabel  $Y$ ) dihubungkan dengan dua atau lebih variabel bebas (Variabel  $X$ ). Jadi untuk mengetahui adakah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat (Hasan, 1990 dalam Prasetyowati, 2005; 35)

Dalam permasalahan ini, tafsiran regresi linier dengan bentuk fungsi:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + \dots + b_nX_n + e^u$$

Keterangan:

$Y$  = Variabel tergantung (intensitas pembelian)

$X$  = Variabel bebas

$a$  = konstanta

$b$  = koefisien regresi

$e^u$  = eror term

Salah satu kriteria yang menentukan apakah sample fungsi regresi yang digunakan cukup tepat adalah dengan melihat besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ). Semakin tinggi nilai koefisien determinasi akan semakin baik kemampuan variable independent dalam menjelaskan perilaku variable dependent.

Alat pengukuran ketepatan yang lain adalah koefisien determinasi yang telah disesuaikan (adjusted R Square). Pada regresi berganda, penggunaan koefisien determinasi yang telah disesuaikan (adjusted R Square) lebih baik dalam melihat seberapa baik model dibandingkan dengan koefisien determinasi.

Kemudian perlu juga diketahui  $R^2$  (koefisien determinasi majemuk yang disesuaikan) digunakan untuk mengetahui besarnya proporsi variasi dalam variable yang tergantung yang dijelaskan atau yang dipengaruhi oleh variabel bebasnya secara bersama-sama, setelah memperhatikan derajat bebasnya. Nilai  $R^2$  bergerak antara 0 dan 1. Apabila  $R^2$  mendekati 1 maka model yang digunakan adalah cukup baik. Demikian juga sebaliknya, apabila  $R^2$  mendekati 0 berarti model yang digunakan kurang sesuai (Nachrowi, 2002;98).

#### 4.1 Uji t

Pengujian hipotesis ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas sendiri-sendiri/ individu terhadap variabel tergantung yang dinyatakan sebagai berikut:

$H_0 : b_1 = 0$

$H_0 : b_1 \neq 0$

Untuk menguji kebenaran hipotesis di atas, digunakan uji t yang menurut Soekartawi (1994) dinyatakan bahwa uji t adalah untuk menguji masing-masing koefisien regresi. Secara sistematis dinyatakan sebagai berikut:

$$t\text{-hitung} = \frac{b_i}{S(b_i)}$$

Keterangan:

$b_i$  : koefisien

$S_{b_i}$  : standart error dari b

Dengan membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel dapat digunakan sebagai acuan untuk menerima atau menolak  $H_0$ . Jika  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan hipotesis alternative  $H_1$  diterima, artinya hasil pengujian signifikan. Dengan demikian juga sebaliknya jika  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan hipotesis  $H_1$  ditolak, ini berarti hasil pengujian non signifikan.

Kriteria uji t dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Jika  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ,  $H_0$  ditolak. Hal ini berarti bahwa variable bebas secara sendiri-sendiri berpengaruh secara penting/ nyata terhadap variable tergantung pada tingkat signifikansi tertentu.

2. Jika  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ ,  $H_0$  diterima. Hal ini berarti variable bebas secara sendiri-sendiri tidak berpengaruh nyata terhadap variable tergantung, pada tingkat signifikansi tertentu.

Jika  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ ,  $H_0$  diterima. Hal ini berarti variable bebas secara sendiri-sendiri tidak berpengaruh nyata terhadap variable tergantung, pada tingkat signifikansi tertentu.

### 3.6.2.2 Analisa Perilaku Konsumen Dalam Mengkonsumsi Ikan dan Barang

#### Subtitusinya

Analisa perilaku konsumen dalam mengkonsumsi ikan juga dilakukan dengan menghitung jumlah energi dan protein yang diperoleh konsumen dalam mengkonsumsi ikan dan telur sebagai barang subtitusinya.

Dalam menghitung jumlah energi dan protein masing-masing kelompok bahan makanan dengan rumus sebagai berikut (Hardinsyah dan Briawan, 1990:5):

$$KG_{ij} = (B_{ij}/100) \times G_{ij} \times (BDD_j)$$

Dimana :

$KG_{ij}$  : Kandungan zat gizi  $i$  dari bahan makanan  $j$  dengan berat  $B$  gr.

$B_j$  : Berat bahan makanan  $j$  (gr)

$G_{ij}$  : Kandungan zat gizi  $i$  dalam 100 gr BDD bahan makanan  $j$

$BDD_j$  : Persen bahan makanan  $j$  yang dapat dimakan ( % BDD).

### 3.7 Pengukuran variabel

Pada penelitian ini digunakan pengukuran data kuesioner dengan pertanyaan tiap variabel, kemudian dicari nilai rata-ratanya. Adapun variabelnya adalah sebagai berikut:

- ❖ Variabel tingkat konsumsi ikan atau jumlah konsumsi ikan ( $Y$ ).  
Adalah jumlah ikan yang dikonsumsi dalam setiap bulannya dinyatakan dalam kg.
- ❖ Variabel jumlah konsumen potensial ( $X_1$ )  
Banyaknya anggota rumah tangga yang ada dalam rumah tangga responden, yang juga turut serta dalam kegiatan konsumsi.
- ❖ Variable pendapatan konsumen ( $X_2$ )  
Adalah sejumlah uang atau penghasilan yang diterima dari pekerjaan yang dilakukan oleh anggota keluarga dalam satu bulan, baik kepala keluarga maupun anggota keluarga lainnya dinyatakan dalam satuan rupiah. Pendapat dihitung bukan hanya dari pekerjaan tetap melainkan juga dari pekerjaan sampingan.
- ❖ Variabel kebiasaan dan kesenangan konsumen ( $X_3$ )  
Bahan makanan yang lebih sering dikonsumsi dibandingkan bahan makanan lain. Dari kebiasaan mengkonsumsi bahan makanan ini konsumen cenderung memiliki kesenangan tersendiri pada bahan makanan tersebut.
- ❖ Harga barang substitusi ( $X_4$ )  
Adalah sejumlah uang dari nilai tukar barang pengganti dari ikan dalam hal ini adalah harga dari telur yang dinyatakan dalam satuan rupiah yang terjadi pada saat penelitian berlangsung.

Dalam penelitian ini penggunaan barang substitusi dari ikan adalah telur hal ini dikarenakan:

- Dari segi harga, harga telur saat penelitian adalah sebesar Rp 7500,-. Sehingga harga dari telur dapat dijangkau oleh masyarakat Desa Wonokerto. Jika dibandingkan dengan daging ayam dan daging sapi harga telur lebih murah, hal ini sesuai dengan tingkat pendapatan masyarakat kebanyakan masuk dalam golongan pendapatan sedang dan rendah.
- Dari segi lingkungan, Di Desa Wonokerto terdapat peternakan ayam petelur sebanyak dua orang. Sehingga dari adanya peternakan ini merupakan pemasok ketersediaan telur yang ada di Desa Wokerto.
- Dilihat dari kandungan gizi, kandungan izi dari telur hampir sama dengan kandungan gizi dari ikan yaitu dapat dilihat pada table1.

❖ Variabel harga ikan ( $X_5$ )

Adalah sejumlah uang dari nilai tukar dari ikan yang dinyatakan dalam satuan rupiah. Harga ikan yang dimasukkan dalam model adalah harga ikan yang dominan dikonsumsi oleh rumah tangga responden. Harga barang dipasar ditentukan dari ketersediaan, adanya persaingan dari produk sejenis atau barang substitusi dari barang tersebut dipasar.

❖ Variabel budaya ( $X_6$ )

Budaya adalah faktor mendasar dalam pembentukan norma-norma yang dimiliki seseorang yang kemudian membentuk atau mendorong keinginan dan perilaku yang menjadi seorang konsumen.

- ❖ Variabel sosial ( $X_7$ )

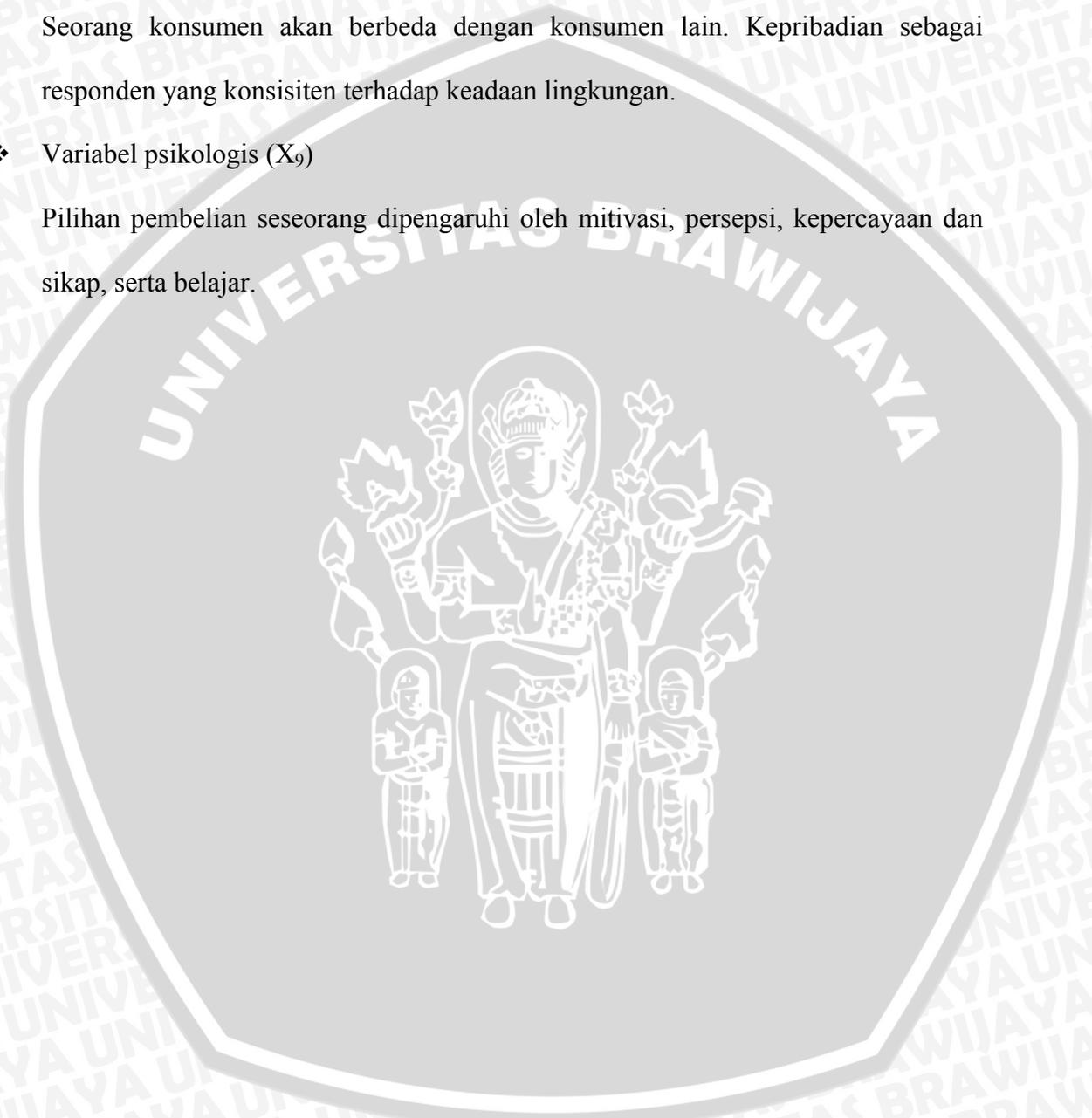
Faktor social ini sangat mempengaruhi tanggapan konsumen.

- ❖ Variabel pribadi ( $X_8$ )

Seorang konsumen akan berbeda dengan konsumen lain. Kepribadian sebagai responden yang konsisiten terhadap keadaan lingkungan.

- ❖ Variabel psikologis ( $X_9$ )

Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh mitivasi, persepsi, kepercayaan dan sikap, serta belajar.



## BAB IV

### DESKRIPSI DAERAH PENELITIAN

#### 4.1 Keadaan Umum Daerah

##### 4.1.1 Keadaan Geografi

Wilayah Kabupaten Malang terletak pada posisi  $112^{\circ} 17' 10,90''$  –  $122^{\circ} 57' 00,00''$  Bujur Timur dan  $7^{\circ} 44' 55,44''$  –  $8^{\circ} 26' 35,54''$  Lintang Selatan, serta berada pada ketinggian 200 m dari permukaan air laut. Jarak Desa Wonokerto dari Ibukota Kecamatan adalah 14 km dan jarak dari Ibukota Kabupaten adalah 30 km. Desa Wonokerto merupakan salah satu desa yang berada di Wilayah Kecamatan Bantur, dimana luas wilayah Desa Wonokerto yaitu 10.114 Ha (Sumber: Kantor Desa Wonokerto, 2007).

Data wilayah Desa Wonokerto menunjukkan bahwa secara geografis Desa ini mempunyai batas-batas:

Bagian Utara dibatasi : Desa Kademangan dan Desa Suwaru

Bagian Selatan dibatasi : Desa Rejosari

Bagian Barat dibatasi : Desa Rejoyoso

Bagian Timur dibatasi : Desa Sumberejo

##### 4.1.2 Demografi

Ditinjau dari segi demografi, jumlah penduduk Desa Wonokerto sebesar 8562 orang. Berdasarkan jenis kelamin, penduduk laki-laki berjumlah 4213 orang, penduduk perempuan mempunyai jumlah 4349 orang. Hal ini menunjukkan jumlah penduduk laki-laki dan perempuan memiliki jumlah yang hampir sama.

Berdasarkan kelompok usia tenaga kerja produktif adalah penduduk yang berusia 15-55 tahun sejumlah 5605 orang. Sedangkan untuk usia tidak produktif yaitu penduduk yang berusia 0-14 tahun dan 60 tahun keatas sejumlah 2957 orang. Mengetahui lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 3 Kelompok usia tenaga kerja penduduk Desa Wonokerto**

No	Usia (tahun)	Jumlah (orang)
1	0-5	653
2	6-10	678
3	11-15	675
4	16-20	862
5	21-25	865
6	26-30	823
7	31-35	756
8	36-40	725
9	41-45	621
10	46-50	512
11	51-55	441
12	56-60	330
13	61>	692

Sumber: Kantor Desa Wonokerto, 2007

Untuk mengetahui tingkat pendidikan penduduk dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

**Tabel 4 Tingkat pendidikan desa wonokerto**

No	Lulusan pendidikan umum	Jumlah (orang)
1	Sekolah dasar (SD)	4215
2	SLTP	1579
3	SMU	954
4	Akademi dan Sarjana	163

Sumber: Kantor Desa Wonokerto, 2007

Mayoritas penduduk Desa Wonokerto berpendidikan SD (Sekolah Dasar), sebagian saja yang melanjutkan ke SLTP dan SMU alasannya adalah biaya pendidikan saat ini sangat tinggi. Apalagi rata-rata penghasilan penduduk desa wonokerto hanya dari bertani.

Jenis mata pencaharian penduduk Desa Wonokerto bervariasi. Hal ini disebabkan karena lingkungan yang ada di daerah tersebut sangat mempengaruhi, misalnya topografi dan jenis lahannya. Jenis mata pencaharian penduduk desa sampai dengan 25 mei 2007 terdapat 8 jenis yang dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 5 Jenis mata pencaharian penduduk desa wonokerto**

No	Jenis mata pencaharian	Jumlah (orang)
1	PNS	216
2	TNI dan POLRI	28
3	Swasta/pedagang	440
4	Wiraswasta	427
5	Tani dan buruh tani	3210
6	Pertukangan/jasa	415
7	Purnawirawan	14
8	Pensiunan PNS	96

*Sumber: Desa Wonokerto, 2007*

Dari data diatas menunjukkan bahwa sebagian besar penduduk Desa Wonokerto bekerja sebagai tani dan buruh tani, untuk bagian kedua yang menduduki posisi adalah sebagai swasta/pedagang, dan berikutnya secara berurutan adalah wraswasta dan pertukangan/jasa.

Alasan mengapa penduduk Desa Wonokerto bekerja sebai tani dan buruh tani adalah sebagian wilayah desa wonokerto adalah daerah sawah dan ladang. Dan wilayah bagian utara yang berbatasan dengan desa Kademangan dan Suwaru dan dilalui sungai lesti, sehingga daerah ini sangat cocok untuk sawah dan ladang pertanian. Hal ini ditunjang pula tanah Desa Wonokerto merupakan tanah yang subur.

## 4.2 Kondisi Perikanan

Usaha perikanan di Desa Wonokerto adalah usaha pembesaran ikan lele. Untuk usaha pembesaran ikan lele ini masih tergolong sedikit karena hanya 8 orang. Daerah pemasaran ikan hanya sebatas pemenuhan kebutuhan desa saja karena masih tergolong usaha kecil.

### *Perikanan Laut*

Keadaan perikanan di Kabupaten Malang dapat dibedakan berdasarkan jenis cabang usahanya. Berdasarkan jenis cabang usaha, perikanan di kabupaten Malang dibedakan menjadi usaha penangkapan, budidaya dan pengolahan ikan untuk berbagai jenis ikan laut/ikan karang ekonomis penting komoditas ekspor.

#### **1. Penangkapan.**

Dilihat dari luas total potensi perikanan laut Kabupaten Malang sejauh 4 mil mencapai 570,801 km<sup>2</sup> (setara 57.080,10 ha), jika produksi perairan mencapai rata-rata 456,66 kg/ha/th setara sumberdaya ikan, maka Kabupaten Malang mampu mendukung potensi perikanan sebesar 26.099,198 ton ikan per tahun. Sedangkan MSY dihitung sampai ZEEI Jawa Timur ± 403.444 ton pemanfaatan aktual potensi perikanan sampai tahun 2000 baru mencapai 3.159,51 ton atau baru mencapai ± 12,11 % dari potensi lestari. Dengan demikian pemanfaatan potensi sumberdaya perikanan tangkap di laut untuk mencapai potensi lestari dibutuhkan waktu sekitar 150 tahun, ini berarti status penangkapan masih under exploited atau perlu pengembangan usaha penangkapan yang lebih besar. Untuk memanfaatkan potensi tersebut langkah peningkatan produksi dapat ditempuh melalui peningkatan investasi atau penambahan armada penangkapan dengan ukuran tonase yang lebih besar. Konsekuensinya harus diimbangi dengan peningkatan

sarana dan prasarana penangkapan. Untuk mengantisipasi konsekuensi pengembangan tersebut di pantai Sendangbiru perlu dilakukan pengembangan PPI Pondokdadap menjadi Pelabuhan Perikanan serta sarana penunjang kegiatan pasca tangkap (penyediaan es yang cukup), sedangkan di pantai Sipelot perlu dibangun Pusat Pendaratan Ikan (PPI) yang memadai untuk mengakomodasikan pendaratan ikan hasil tangkap di wilayah Timur pantai Kabupaten Malang. Jenis ikan laut ekonomis penting yang tertangkap di perairan laut Malang Selatan meliputi tuna, cakalang, hiu/cucut, tongkol, lemuru, layang, cumi-cumi, udang barong (lobster), ikan karang dan jenis ikan laut lainnya. Jumlah armada perikanan pada tahun 2000 menurut jenis/ukurannya adalah sebagai berikut :

- Kapal motor 5 -10 GT dan 10 -30 GT sebanyak 38 unit
- Perahu motor tempel 179 unit
- Perahu papan 130 unit dan perahu jukung 83 unit.

Sedangkan jenis dan jumlah alat tangkap payang 45 unit, gill net 122 unit, pancing 427 unit, jaring lain 15 unit dan alat tangkap lain 134 unit.

## 2. Budidaya

Di pantai Malang Selatan terdapat potensi perairan laut yang terlindung dan arusnya tenang sehingga dapat digunakan untuk pengembangan dan pemberdayaan budidaya laut. Budidaya laut yang dapat dikembangkan di wilayah ini antara lain budidaya ikan kerapu dan kakap di jaring apung, pengembangan budidaya rumput laut (*Eucheuma sp*, *Gracillaria*) dan jenis kerang-kerangan dengan sistem rakit apung. Selama ini telah dilakukan uji coba budidaya ikan kerapu lumpur (*Epinephelus tauvina*)

di perairan pantai Sipelot Desa Pujiharjo Kecamatan Tirtoyudo dengan hasil pertumbuhan yang sangat bagus. Sedangkan perairan pantai lain yang dapat digunakan untuk pengembangan budidaya laut adalah di pantai Lenggosono Desa Purwodadi Kecamatan Tirtoyudo dan sebagian Selat Sempu di Sendangbiru. Untuk mengembangkan potensi budidaya laut yang ada perlu ada investasi dari para pengusaha. Dalam rangka pengamanan investasi usaha budidaya laut masyarakat/nelayan setempat perlu dilibatkan sebagai pekerja dalam usaha tersebut.

### **3. Pengolahan**

Dalam rangka menunjang penanganan pasca tangkap ikan di laut perlu ada usaha pengolahan ikan. Kegiatan pengolahan ikan di kawasan pantai Malang Selatan didominasi oleh kegiatan pemindangan dan beberapa kegiatan pengeringan serta pembuatan abon ikan. Sebagian besar hasil pengolahan ikan dari daerah Sipelot, Kondang Merak dan Lenggosono dalam bentuk pindang, sedangkan produksi ikan di pantai Sendangbiru yang merupakan sentra produksi Kabupaten Malang dipasarkan dalam bentuk olahan dan dalam bentuk segar. Pengolah ikan di Sendangbiru meliputi pemindang 30 orang, pengasinan skala besar 5 orang, pengasinan skala kecil 25 orang dan pembuat abon ikan 1 orang. Dimasa mendatang selain jenis usaha tersebut, dapat dikembangkan industri minyak ikan, tepung ikan, pengasapan ikan, pengalengan ikan (canning), petis, terasi, kerupuk ikan, fillet ikan dan lain-lain.

**Table 6. Jenis peluang usaha**

Jenis Peluang Usaha				
Penangkapan	Budidaya	Pengolahan	Wisata Bahari	Sarana Penunjang
-Peningkatan jumlah armada 5-50 GT -Penangkapan ikan karang, beberapa jenis ikan ekonomis penting kualitas ekspor dengan alat tangkap ramah lingkungan	-Ikan kerapu /kakap di jaring apung -Rumput laut -Tiram/kerang -Hatchery	-Minyak ikan -Tepung ikan -Pengasapan ikan - Pengalengan ikan -Petis -Terasi -Kerupuk ikan -Fillet ikan -Abon ikan	-Pantai Sendangbiru dan Pulau Sempu -Pantai Balekambang -Pantai Ngliyep -Pantai Kondang merak -Pantai Jonggrik Saloka -Pantai Licin -Pantai Sipelot -Pantai Tamban -Pantai Bajulmati	-Pabrik es -SPBU -BPR -Bengkel perahu -Toko bahan dan alat perikanan -Cold storage dan pergudangan -Transportasi laut (lokal) -Sarana Telekomunikasi -Air bersih -Prasarana jalan

*Sumber: dinas kelautan dan perikanan kabupaten malang, 2006*

**Perikanan Air Tawar**

Potensi perikanan air tawar tersebar di 33 kecamatan di Kabupaten Malang yang kegiatan usahanya didominasi oleh pembesaran ikan untuk konsumsi. Jenis-jenis ikan yang diusahakan yaitu ikan lele, tombro, nila dan gurame. Sedangkan kebutuhan benih untuk usaha pembesaran ikan diupayakan dapat dipenuhi oleh 70 UPR ( Usaha Pembenihan Rakyat ) skala rumah tangga, 1 (satu) Balai Benih Ikan (BBI) yang ada di wilayah Kabupaten Malang. Salah satu kegiatan yang menarik untuk diupayakan sebagai peluang usaha yang memberikan keuntungan relatif tinggi dan memiliki prospek pasar, baik lokal maupun ekspor adalah kegiatan budidaya di Waduk Selorejo Kecamatan Ngantang melalui sistem pembesaran ikan di tempat terbatas. Faktor pendukung

keberhasilan usaha tersebut meliputi adanya sumberdaya manusia yang berada di 6 desa tepi waduk yang tergabung dalam 8 Kelompok Usaha Bersama ( KUB) dibawah koordinasi KUD Agromina Restu Taruna Jaya, dan Jenis ikan yang cukup prospektif.

### ***Perikanan Payau***

- Potensi lahan untuk pengembangan usaha perikanan payau (budidaya tambak) di Kabupaten Malang sangat besar dan kondisi perairan pantai masih bersih dari pengaruh polusi atau belum terkena limbah. Dalam rangka lebih mengoptimalkan pengusahaan potensi lahan tambak, pada tahun 2001 telah diadakan kerja sama dengan Fakultas Perikanan Universitas Brawijaya Malang untuk melakukan pemetaan potensi perairan laut dan pantai .
- Wilayah tambak yang ada di Kabupaten Malang luasnya sekitar 154 ha (yang memiliki ijin usaha) dan terdapat di beberapa pantai antara lain Pantai Sipelot Desa Pujiharjo Kecamatan Tirtoyudo seluas 24 ha, Pantai Lenggoksono Desa Purwodadi Kecamatan Tirtoyudo seluas 11 ha , Pantai Tamban Desa Tambakrejo Kecamatan Sumbermanjing Wetan seluas 32 ha, Pantai Tambakasri Desa Tambakasri Kecamatan Sumbermanjing Wetan seluas 9 ha, Pantai Bajulmati Desa Gajahrejo Kecamatan Gedangan seluas 63 ha dan Pantai Wonogoro Desa Tumpakrejo Kecamatan Gedangan seluas 15 ha. Sedangkan jenis komoditi yang dibudidayakan adalah udang windu ( *Penaeus monodon* ) dengan sistem pengelolaan tambak secara intensif.
- Penataan lahan tambak diarahkan pada pengelolaan intern dan ekstern lingkungan tambak yang ditempuh melalui :

1. Pengaturan sistem irigasi, manajemen budidaya, pengendalian hama dan penyakit serta pembangunan unit pengolahan air masuk dan keluar.
  2. Pengaturan sistem pola tanam dilakukan melalui diversifikasi komoditi seperti budidaya ikan bandeng, kerapu atau kakap serta memutus siklus dan jaringan hama/penyakit, sehingga kontinuitas dan peningkatan produksi masing-masing komoditi dapat terjamin.
  3. Pengaturan pola pengambilan air dengan cara mempelajari siklus pasang surut, pola arus dan kualitas air.
- Untuk meningkatkan sumberdaya tambak maka perlu adanya peningkatan pengelolaan tambak dengan cara :
    1. Penataan kawasan tambak yang sesuai dengan daya dukung
    2. Memberikan percontohan / demplot budidaya ikan selain udang, seperti bandeng, kerapu dan kakap
    3. Melakukan penelitian berkala tentang kondisi oceanografi di pantai Malang Selatan

## BAB V

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 5.1 Karakteristik Responden

Spesialisasi responden yang diambil adalah ibu rumah tangga baik yang baru saja menikah ataupun yang sudah lama menikah. Pengambilan responden ini dikarenakan ibu rumah tangga diduga memiliki peranan yang nyata dan besar dalam pengambilan keputusan mengenai bahan makanan yang akan dikonsumsi oleh keluarga tersebut.

Dari data yang diperoleh dari penelitian menunjukkan umur responden di Desa Wonokerto adalah sebagai berikut:

**Tabel 7 Karakteristik keluarga responden berdasarkan umur**

Usia (tahun)	Jumlah	Persen(%)
16-20	5	10
21-25	8	16
26-30	6	12
31-35	8	16
36-40	7	14
41-45	9	18
46-50	4	8
51-55	3	6
<b>jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

*Sumber: Hasil Penelitian, 2007*

Dari data diatas menunjukkan bahwa ibu-ibu yang menjadi responden adalah ibu-ibu yang masih produktif terbukti dengan dari usia 21-25 tahun sebanyak 24%, usia 26-30 tahun sebanyak 26%,usia 31-35 tahun sebanyak 18%, dan usia 36-40 tahun serta usia 41-45 tahun sebanyak 16%.

Sedangkan jenis pekerjaan dari responden terbagi dari 3 kategori yaitu sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS) menunjukkan sejumlah 3 responden dan mewakili 6%. Untuk jenis pekerjaan Wiraswasta sejumlah 10 responden dan mewakili 20%. Selanjutnya untuk jenis pekerjaan sebagai pegawai swasta (pedagang) menunjukkan sejumlah 4 responden dan mewakili 8%. dan yang tidak bekerja (ibu rumah tangga) saja sebanyak 33 responden dan mewakili presentasi terbesar dengan jumlah 66%. Untuk lebih jelasnya mengenai karakteristik keluarga responden dijelaskan pada tabel berikut ini:

**Tabel 8 Karakteristik keluarga responden berdasarkan jenis pekerjaan**

no	Klasifikasi pekerjaan	jumlah	%
1	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	3	6
2	Wiraswasta	10	20
3	Pegawai swasta	4	8
4	Ibu rumah tangga	33	66
<b>Jumlah</b>		<b>50</b>	<b>100</b>

*Sumber: Hasil Penelitian, 2007*

Untuk mengetahui seberapa besar faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk, maka perlu dijelaskan secara rinci faktor-faktor yang sesuai dengan keadaan di lapangan. Faktor-faktor tersebut adalah:

### 5.1.1 Jumlah Konsumsi Ikan

Dari hasil penelitian didapatkan hasil yang bervariasi dari jumlah konsumsi ikan masing-masing responden. Mulai dari 3 kg setiap kali konsumsi sampai 33 kg setiap kali konsumsi. Jumlah konsumsi ikan dimaksudkan adalah jumlah seluruh ikan yang dikonsumsi keluarga responden dalam setiap bulannya.

**Tabel 9 Konsumsi ikan di Desa Wonokerto berdasarkan jumlah ikan yang dikonsumsi**

No	Jenis ikan	Jumlah Rumah Tangga yang mengkonsumsi ikan dalam setiap kali konsumsi			$\Sigma$ Rumah Tangga	$\Sigma$ konsumsi (kg/skk)
		1 kg	2 kg	3 kg		
1	Lele	9	-	-	9	9
2	Mujair	6	1	-	7	8
3	Tuna	4	2	1	7	11
4	Tongkol	13	1	5	19	30
5	Pindang	7	1	-	8	9
<b>jumlah</b>					<b>50</b>	<b>67</b>

Sumber: Hasil Penelitian, 2007

Keterangan skk= setiap kali konsumsi

Dari kelima jenis ikan yang ada masyarakat lebih senang mengkonsumsi ikan tongkol dengan jumlah konsumsi sebesar 30 kg/setiap kali konsumsi. Untuk ikan tuna masyarakat lebih senang mengkonsumsi ikan sebesar 14 kg/setiap kali konsumsi. Untuk jenis ikan lainnya merata yaitu untuk ikan mujair, ikan lele, dan ikan pindang secara berturut-turut adalah sebesar 8kg/setiap kali konsumsi, 9 kg/setiap kali konsumsi, dan 8 kg/setiap kali konsumsi.

**Tabel 10 perbandingan konsumsi ikan laut dan ikan air tawar**

No	Jenis ikan	Jumlah RT yang mengkonsumsi ikan dalam setiap kali konsumsi			$\Sigma$ RT	% RT	$\Sigma$ konsumsi (kg/skk)	Rata-rata konsumsi (kg/RT/skk)
		1kg	2kg	3kg				
1	ikan laut	25	4	6	35	70	51	1.457
2	Ikan air tawar	14	1	-	15	30	16	1.066
<b>Jumlah</b>					<b>50</b>	<b>100</b>		

Sumber: Hasil Penelitian, 2007

Keterangan skk= setiap kali konsumsi

Antara ikan laut dan ikan air tawar terdapat perbedaan yang sangat mencolok sekali. Ikan laut menjadi dominan sekali dalam 35 keluarga responden dan jumlah total kebutuhan setiap konsumsi adalah sebesar 51 kg/setiap kali konsumsi. Untuk konsumsi

ikan air tawar lebih sedikit dibandingkan yang mengkonsumsi ikan laut yaitu 15 keluarga dan jumlah kebutuhan setiap konsumsi adalah sebesar 16 kg/setiap kali konsumsi. Ikan laut banyak peminatnya karena ikan laut banyak pedagang yang mensuplai ke daerah tersebut.

### 5.1.2 Jumlah Anggota Keluarga

Hasil dari penelitian didapatkan bahwa jumlah anggota keluarga dari masing-masing responden cukup bervariasi mulai 2 sampai 8 orang. Jumlah anggota keluarga yang dimaksud adalah jumlah seluruh anggota keluarga yang terdapat dalam satu keluarga.

Dari data para responden disimpulkan bahwa sebuah keluarga dengan jumlah anggota keluarga yang banyak tentu permintaan akan ikan untuk dikonsumsi besar. Untuk lebih jelasnya mengenai konsumsi ikan dari masing-masing responden berdasarkan jumlah anggota keluarga dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 11 Jumlah konsumsi ikan rata-rata pada rumah tangga di Desa Wonokerto berdasarkan jumlah anggota keluarga**

No	Jumlah anggota keluarga	Jumlah Rumah Tangga yang mengkonsumsi ikan dalam setiap kali konsumsi			$\Sigma$ Rumah Tangga	% Rumah Tangga	$\Sigma$ konsumsi (kg/skk)	Rata-rata konsumsi (kg/RT/skk)
		1kg	2kg	3kg				
1	2	2	-	-	2	4	2	1
2	3	10	2	1	13	16	17	1.307
3	4	14	-	2	16	32	20	1.25
4	5	10	2	1	13	26	17	1.307
5	6	2	-	-	2	4	2	1
6	7	1	-	-	1	2	1	1
7	8	-	-	3	3	6	9	3
<b>Jumlah</b>					<b>50</b>	<b>100</b>	<b>68</b>	

Sumber: Hasil Penelitian, 2007

Keterangan skk= setiap kali konsumsi

### 5.1.2 Tingkat Pendapatan Konsumen

Pendapatan yang diterima oleh sebuah rumah tangga dalam kurun waktu tertentu (misalnya dalam 1 bulan) merupakan hasil dari pekerjaan yang dilakukan oleh anggota keluarga tersebut, baik kepada keluarga maupun anggota keluarga yang lain, yang diperoleh dari pekerjaan tetap maupun pekerjaan sampingan yang dinyatakan dalam rupiah.

Dari hasil penelitian didapatkan bahwa pendapatan yang diterima oleh suatu keluarga terbagi dalam 4 kelompok yaitu:

- **Kelompok pendapatan rendah atau kurang dari Rp 500.000,-**

Umumnya keluarga yang masuk ke dalam kelompok ini adalah keluarga yang hanya kepala rumah tangga saja atau istrinya saja yang bekerja sehingga pendapatan yang mereka terima setiap bulannya tergolong dalam jumlah rendah karena kebanyakan mereka bekerja sebagai buruh. Jumlah dari responden yang termasuk ke dalam kelompok ini adalah sebanyak 19 keluarga dan mewakili presentase sebesar 38%.

- **Kelompok pendapatan sedang yaitu antara Rp 500.000,- sampai Rp 1.000.000,-**

Umumnya dalam keluarga yang masuk ke dalam kelompok ini adalah keluarga yang baik kepala keluarga dan istrinya sama-sama bekerja atau pekerjaan kepala keluarga saja yang bekerja dan termasuk tenaga kerja terampil, sehingga dari hasil keduanya bisa terkumpul jumlahnya untuk memenuhi kebutuhannya. Jumlah dari responden yang termasuk dalam penghasilan sedang ini adalah sebanyak 24 keluarga dan mewakili presentase sebesar 48% dari total responden yang diambil.

- **Kelompok pendapatan tinggi yaitu antara Rp 1.000.000,- sampai Rp 2.000.000,-**

Ciri dari kelompok ini adalah suami dan istri sama-sama bekerja dan dari hasil semuanya digunakan sebagai pemenuhan kebutuhan. Jumlah dari responden yang termasuk dalam penghasilan tinggi ini adalah sebanyak 5 keluarga dan mewakili presentase sebesar 10% dari total responden yang diambil.

- **Kelompok pendapatan sangat tinggi yaitu lebih besar Rp 2.000.000,-**

Dari kelompok pendapatan sangat tinggi ini adalah suami istri sama-sama bekerja tetapi masih punya penghasilan tambahan lain yang sangat membantu dalam pemenuhan kebutuhan. Dari total responden 50 yang memiliki penghasilan sangat tinggi hanya terdapat 2 responden saja yang mempunyai presentase 4%.

Jadi di Desa Wonokerto masyarakatnya adalah sebagian besar masih dalam taraf yang memiliki pendapatan sedang. Untuk mengetahui jumlah konsumsi ikan dari masing-masing responden pada ke 4 kelompok tingkat pendapatan, dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 12 konsumsi ikan di Desa Wonokerto berdasarkan tingkat pendapatan**

No	Tingkat pendapatan	Jumlah rumah tangga yang mengkonsumsi ikan dalam setiap kali konsumsi			$\Sigma$ RT	%RT	$\Sigma$ konsumsi (kg/skk)	Rata-rata konsumsi (kg/RT/skk)
		1kg	2kg	3kg				
1	<500.000	18	-	1	19	38	21	1.105
2	500rb – 1jt	18	2	4	24	48	34	1.416
3	1 jt – 2 jt	3	1	1	5	10	8	1.6
4	> 2 jt	-	1	1	2	4	5	7
<b>Jumlah</b>					<b>50</b>	<b>100</b>		

Sumber: Hasil Penelitian, 2007

Keterangan skk= setiap kali konsumsi

Dari tabel didapatkan bahwa pada golongan pendapatan < Rp 500.000,- dan Rp 500.000,- sampai Rp 1.000.000,- yang mayoritas mengkonsumsi ikan dalam satu bulan sejumlah 1 kg yaitu sejumlah 36 keluarga sisanya sejumlah 7 keluarga mengkonsumsi ikan dalam satu bulannya sejumlah 2 kg dan 3 kg, hal ini terlihat dari rata-rata konsumsi ikan yang tinggi terbukti pada tingkat pendapatan rendah rata-rata konsumsinya adalah 1,105 kg/RT/skk, lebih tinggi dibandingkan dengan golongan pendapatan sedang yaitu rata-rata konsumsinya adalah 1,416 kg/RT/skk. Kemudian dari pendapatan tinggi dan sangat tinggi tingkat konsumsi menurun dengan kenaikan pendapatan hal ini terbukti rata-rata konsumsi ikan untuk pendapatan tinggi yaitu sebesar 1,6 kg/RT/skk dan untuk pendapatan sangat tinggi rata-rata konsumsi ikan per bulannya adalah sebesar 2,5 kg/RT/skk. Sehingga setiap kenaikan pendapatan penduduk Desa Wonokerto lebih memilih barang lain dari pada ikan.

### **5.1.3 Kebiasaan dan Kesenangan Konsumen (Selera)**

Selera responden menyatakan suka pada ikan baik segar maupun olahan, hanya saja mereka memiliki pendapat bahwa ikan memiliki bau amis, membuat alergi, pengolahannya rumit, harganya mahal, dan paling enak hanya digoreng. Selera merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi konsumsi bahan pangan. Demikian juga dengan ikan sebagai lauk pauk sehari-hari. Pengukuran tingkat selera terhadap konsumsi ikan dihitung berdasarkan presentase. Hal ini dikarenakan dari seluruh anggota keluarga menyukai ikan untuk dikonsumsi sebagai lauk pauk sehari-hari.

**Tabel 13** jumlah rata-rata konsumsi ikan di Desa Wonokerto berdasarkan konsumsi ikan dalam satu bulan

No	Konsumsi ikan dalam satu bulan	Jumlah rumah tangga yang mengkonsumsi ikan dalam setiap kali konsumsi			$\Sigma$ RT	% RT	$\Sigma$ konsumsi (kg/bln)	Rata-rata konsumsi (kg/RT/bln)
		1 kg	2kg	3 kg				
1	4 kali	9	1	-	10	20	44	4.4
2	6 kali	12	2	-	14	28	96	6.857
3	8 kali	10	1	2	13	26	144	11.076
4	10 kali	6	-	3	9	18	150	16.666
5	11 kali	3	-	1	4	8	66	16.5
<b>jumlah</b>					<b>50</b>		<b>500</b>	

Sumber: Hasil Penelitian, 2007

Keterangan skk= setiap kali konsumsi

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa masyarakat Desa Wonokerto yang mengkonsumsi ikan dalam satu bulan 4 kali dengan jumlah konsumsi sebanyak 44 kg. Masyarakat yang mengkonsumsi ikan dalam satu bulan 6 kali dengan jumlah konsumsi sebanyak 96 kg. Masyarakat yang mengkonsumsi ikan dalam satu bulan 8 kali dengan jumlah konsumsi sebanyak 144 kg. Masyarakat yang mengkonsumsi ikan dalam satu bulan 10 kali dengan jumlah konsumsi sebanyak 150 kg. Dan masyarakat yang mengkonsumsi ikan dalam satu bulan 11 kali dengan jumlah konsumsi sebanyak 66 kg.

Sedangkan banyak masyarakat memiliki pendapat terhadap ikan dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 14** pendapat masyarakat terhadap ikan

	Pendapat masyarakat	Jumlah	Presentase %
1	Bau amis	16	32
2	Membuat alergi	6	12
3	Pengolahanya rumit	5	10
4	Harganya mahal	8	16
5	Paling enak digoreng	15	30
<b>Jumlah</b>		<b>50</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Penelitian, 2007

Dari pendapat masyarakat dapat disimpulkan bahwa pendapat masyarakat terhadap ikan adalah: ikan baunya amis sebanyak 32% dengan jumlah 16 responden dan untuk pendapat ikan paling enak hanya digoreng sebanyak 30% dengan jumlah 15 responden. Sedangkan sisanya berpendapat bahwa ikan harganya mahal 16% dengan jumlah 8 responden, ikan membuat alergi 12% dengan jumlah 6 responden, dan ikan dalam pengolahannya rumit 10% dengan jumlah 5 responden.

#### **5.1.4 Harga Barang Pengganti (Barang Substitusi)**

Harga ikan dan harga barang substitusi merupakan faktor yang dapat mempengaruhi besarnya konsumsi ikan. Barang substitusi untuk ikan dalam penelitian ini adalah telur. Jika harga ikan rendah atau tepat pada waktu musimnya maka akan lebih banyak konsumen yang akan membeli ikan, begitu pula sebaliknya jika harga barang substitusi lebih rendah dibandingkan ikan, maka konsumen akan lebih memilih membeli barang substitusi tersebut.

Pemilihan dalam membeli antara ikan dan barang substitusinya oleh konsumen berkaitan dengan terbatasnya pendapatan yang diterima oleh konsumen untuk dapat mengkonsumsi ikan. Masyarakat banyak memilih telur jika harga ikan naik karena banyaknya ketersediaan telur di Desa Wonokerto karena terdapat 2 orang peternak yang selalu menyediakan telur ayam dalam jumlah besar. Harga telur ayam pada saat penelitian adalah Rp 7500,-/kg. Berikut adalah perbandingan harga ikan dan substitusinya yang berlaku pada saat penelitian berlangsung dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 15 Perbandingan harga ikan dan subtisinya yang berlaku pada saat penelitian.**

No	Jenis	Harga setiap kg (Rp)
1	Ikan lele	9.000
2	Ikan mujaer	8.000
3	Ikan pindang	6.000
4	Ikan tuna	11.000
5	Ikan tongkol	9.000

Sumber: Hasil Penelitian, 2007

**Tabel 16 Jumlah Konsumsi Telur**

No	Konsumsi telur dalam 1 bulan	Jumlah rumah tangga yang mengkonsumsi ikan dalam setiap kali konsumsi			$\Sigma$ RT	% RT	$\Sigma$ konsumsi (kg/bln)	Rata-rata konsumsi (kg/RT/bln)
		1 kg	2 kg	3 kg				
1	4 kali	6	-	-	11	22	44	4
2	6 kali	5	-	-	5	10	30	3
3	8 kali	6	-	1	7	14	72	10.285
4	10 kali	12	2	-	14	28	160	11.428
5	11 kali	6	2	5	13	26	275	21.153
<b>Jumlah</b>					<b>50</b>	<b>100</b>	<b>581</b>	

Sumber: Hasil Penelitian, 2007

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa masyarakat Desa Wonokerto yang mengkonsumsi telur dalam satu bulan 4 kali dengan jumlah konsumsi sebanyak 44 kg. Masyarakat yang mengkonsumsi telur dalam satu bulan 6 kali dengan jumlah konsumsi sebanyak 30 kg. Masyarakat yang mengkonsumsi telur dalam satu bulan 8 kali dengan jumlah konsumsi sebanyak 72 kg. Masyarakat yang mengkonsumsi telur dalam satu bulan 10 kali dengan jumlah konsumsi sebanyak 160 kg. Dan masyarakat yang mengkonsumsi telur dalam satu bulan 11 kali dengan jumlah konsumsi sebanyak 275kg.

### 5.1.5 Harga Ikan

Harga ikan yang tersedia dipasaran beraneka ragam, mulai yang terendah sampai yang tertinggi. Pada saat penelitian harga ikan yang berlaku di Desa Wonokerto adalah harga yang terendah Rp 6.000,- dan yang termahal adalah Rp 11.000,- yang biasa dikonsumsi oleh responden.

Harga ikan untuk: Ikan Lele Rp 9.000,-  
 Ikan Mujair Rp 8.000,-  
 Ikan Pindang Rp 6.000,-  
 Ikan Tuna Rp 11.000,-  
 Ikan Tongkol Rp 9.000,-

Untuk mengetahui jumlah konsumsi ikan berdasarkan harga ikan dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 17 Jumlah konsumsi ikan di Desa Wonokerto berdasarkan harga ikan.**

No	Jenis ikan	Jumlah RT yang mengkonsumsi ikan dalam setiap kali konsumsi			$\Sigma$ RT	%RT	$\Sigma$ konsumsi (kg/skk)	Rata-rata konsumsi (kg/RT/skk)
		1kg	2kg	3kg				
1	Ikan lele	9	-	-	9	18	9	1
2	Ikan mujair	6	1	-	7	14	8	1.142
3	Ikan tuna	4	2	1	7	14	11	1.571
4	Ikan tongkol	13	1	5	19	38	30	1.578
5	Ikan pindang	7	1	-	8	16	9	1.125
<b>Jumlah</b>					<b>50</b>	<b>100</b>		

Sumber: Hasil Penelitian, 2007

Keterangan skk= setiap kali konsumsi

Disimpulkan dari responden sebanyak 19 keluarga dengan perwakilan 38% lebih memilih untuk mengkonsumsi ikan tongkol, biasanya untuk ikan tongkol banyak dikonsumsi masyarakat Desa Wonokerto karena ikan tongkol mudah didapat banyak

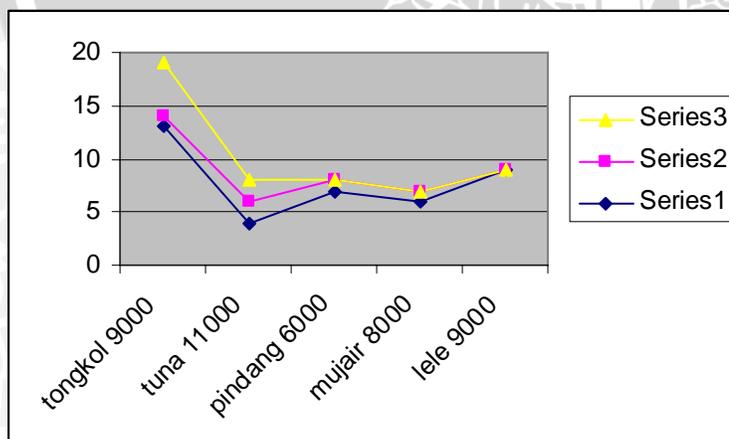
pedagang yang mensuplai ikan ke pasar Desa Wonokerto. jika dibandingkan dengan ikan tuna, ikan tuna memiliki kandungan gizinya lebih banyak ikan tongkol tapi jika dilihat dari segi harga masyarakat lebih cenderung memilih ikan tongkol karena harganya lebih murah. Untuk ikan air tawar masyarakat Desa Wonokerto banyak memilih ikan lele karena adanya usaha budidaya iakn lelel di Desa Wonokerto dan jika mereka ingin membeli ikan mujair mereka harus membeli di pasar luar Desa Wonokerto. Sehingga responden yang mengkonsumsi ikan lele sebanyak 9 responden atau 18%.

## 5.2 Permintaan Barang Konsumsi

Permintaan masyarakat terhadap ikan digolongkan kedalam 3 kelompok yaitu permintaan: 1 kg setiap kali konsumsi, 2 kg setiap kali konsumsi, dan 3 kg setiap kali konsumsi.

### 5.2.1 Permintaan Ikan Berdasarkan Harga Ikan

**Grafik 1. Permintaan Ikan Berdasarkan Harga Ikan**



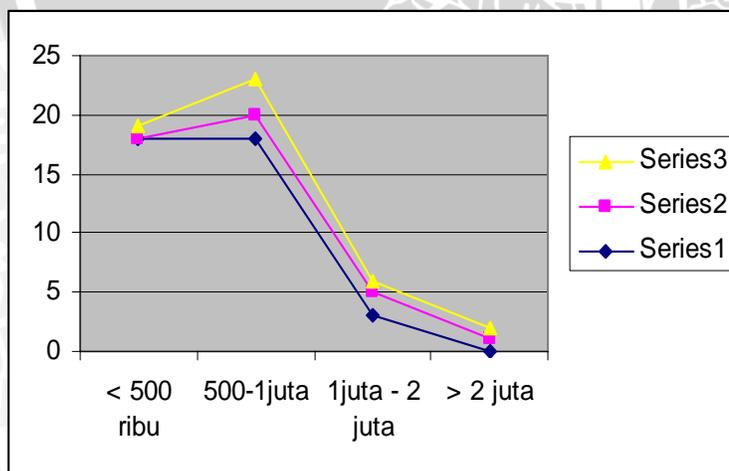
Sumber: hasil penelitian, 2007

Berdasarkan grafik diatas bahwa permintaan ikan di Desa Wonokerto yang paling tinggi adalah ikan tongkol dengan harga Rp 9.000,- dengan jumlah permintaan 1

kg setiap kali konsumsi dengan jumlah responden sebanyak 13 responden. Dan untuk konsumsi ikan tongkol dengan jumlah permintaan 3 kg setiap kali konsumsi adalah sebanyak 5 responden. Untuk ikan tuna dengan harga paling tinggi yaitu sebesar Rp 11.000,- jumlah permintaan paling rendah. Jumlah permintaan ikan tuna dengan jumlah permintaan 1 kg setiap kali konsumsi dengan jumlah responden sebanyak 4 responden, jumlah permintaan 2 kg setiap kali konsumsi untuk ikan tuna jumlah respondennya adalah sebanyak 2 responden, dan untuk jumlah permintaan 3 kg setiap kali konsumsi adalah sebanyak 2 responden. Tetapi untuk ikan dengan harga paling murah Rp 6.000,- yaitu ikan pindang, jumlah permintaan 1 kg setiap kali konsumsi dengan jumlah responden sebanyak 7 responden dan untuk jumlah permintaan 2 kg setiap kali konsumsi dengan jumlah responden 1 responden saja. Hal ini membuktikan tingkat permintaan masyarakat Desa Wonokerto akan ikan tidak berdasarkan harga ikan.

**5.2.2 Permintaan Terhadap Ikan Dihubungkan Dengan Pendapatan Keluarga**

**Grafik 2. Permintaan Dihubungkan Dengan Pendapatan Keluarga**

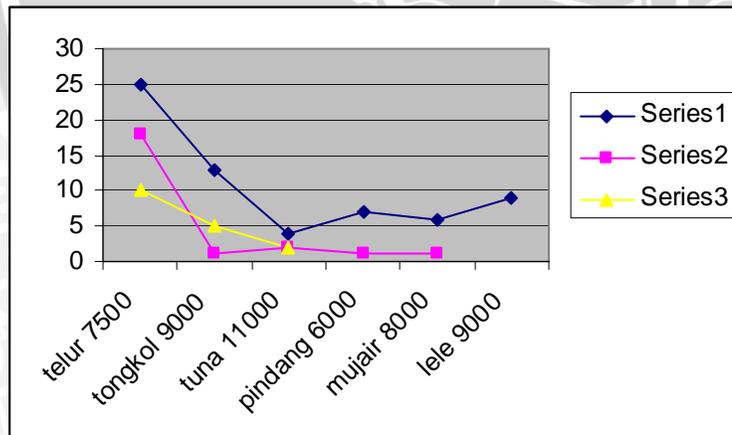


Sumber: Hasil Penelitian, 2007

Berdasarkan grafik diatas pendapatan masyarakat yang rendah yaitu kurang dari Rp 500.000,- yaitu dengan jumlah permintaan ikan 1 kg setiap kali konsumsi yaitu dengan jumlah responden sebanyak 18 responden, demikian juga untuk masyarakat memiliki pendapatan Rp 500.000,- sampai dengan 1.000.000,- dengan jumlah permintaan ikan 1 kg setiap kali konsumsi yaitu dengan jumlah responden sebanyak 18 responden, untuk jumlah permintaan ikan 3 kg setiap kali konsumsi yaitu dengan jumlah responden 3 responden hal ini dikarenakan jumlah keluarga dari responden yang banyak. Dan untuk masyarakat yang memiliki pendapatan sangat tinggi yaitu lebih besar dari Rp 2.000.000,- dengan jumlah permintaan ikan 2 kg dan 3 kg setiap kali konsumsi dengan jumlah responden sebanyak 1 responden saja. Hal ini membuktikan bahwa masyarakat yang memiliki pendapatan semakin tinggi mereka cenderung tidak mengkonsumsi ikan.

### 5.2.3 Permintaan Untuk Barang Substitusi

**Grafik 3. Permintaan Untuk Barang Substitusi**



Sumber: Hasil Penelitian, 2007

Dari grafik diatas dapat disimpulkan bahwa dengan adanya telur sebagai barang substitusi sangat mempengaruhi permintaan masyarakat terhadap ikan. Keadaan ini sesuai dengan hukum permintaan secara umum. Hukum permintaan menurut Hutabarat

dalam Satriyawan (2006: 83), adalah jumlah barang yang diminta akan berubah apabila harga turun dan akan berkurang apabila harga naik , pada periode tertentu. Tarik menarik antara permintaan dan penawaran akan membentuk satu titik keseimbangan berupa harga atau volume barang / jasa yang diminta. Selain itu ditambahkan juga satu faktor yaitu harapan masa depan yang berporos pada suatu idaman untuk hidup sejahtera, yaitu hidup yang nyaman, aman, dan sudah pasti bahagia.

### 5.3 Distribusi Frekuensi Beberapa Variabel Terhadap Keputusan Pembelian Ikan

#### 5.3.1 Jumlah Anggota Keluarga

Berdasarkan data yang terkumpul dari 50 responden mengenai variabel jumlah anggota keluarga, diperoleh data mengenai distribusi frekuensi dari item-item variabel sebagai berikut:

**Tabel 18 Penilaian responden dalam anggota keluarga di Desa Wonokerto**

Item	Jawaban							
	1		2		3		4	
	f	%	f	%	f	%	f	%
X1.1	8	16	12	24	18	36	12	24
X1.2	7	14	10	20	25	50	8	16
X1.3	17	34	18	36	12	24	3	6
X1.4	5	10	15	30	20	40	10	20

*Sumber: Data Penelitian Yang Diolah, 2007*

Tabel 17 menunjukkan bahwa variabel jumlah anggota keluarga (X1) dengan keluarga mempengaruhi keputusan pembelian (X1.1) di Desa Wonokerto yaitu 12 responden (24%) menyatakan sangat setuju, 18 responden (36%) menyatakan setuju, 12 responden (24%) menyatakan netral, dan 8 responden (16%) menyatakan tidak setuju. Dengan hasil diatas menyatakan bahwa jumlah anggota keluarga berpengaruh dalam keputusan pembelian.

Variabel jumlah anggota keluarga (X1) dengan banyak atau sedikitnya jumlah anggota keluarga mempengaruhi keputusan pembelian (X1.2) di Desa Wonokerto yaitu 8 responden (16%) menyatakan sangat setuju, 25 responden (50%) menyatakan setuju, 10 responden (20%) menyatakan netral, dan 7 responden (14%) menyatakan tidak setuju. Dengan hasil diatas menyatakan bahwa jumlah anggota keluarga berpengaruh dalam keputusan pembelian.

Variabel jumlah anggota keluarga (X1) dengan keluarga sangat suka produk perikanan (X1.3) di Desa Wonokerto yaitu 3 responden (6%) menyatakan sangat setuju, 12 responden (24%) menyatakan setuju, 18 responden (36%) menyatakan netral, dan 17 responden (34%) menyatakan tidak setuju. Dengan hasil diatas menyatakan bahwa jumlah keluarga banyak yang tidak suka produk perikanan..

Variabel jumlah anggota keluarga (X1) dengan dalam mengkonsumsi setiap harinya keluarga cenderung memilih barang substitusi (telur) dari pada ikan (X1.4) di Desa Wonokerto yaitu 10 responden (20%) menyatakan sangat setuju, 20 responden (40%) menyatakan setuju, 15 responden (30%) menyatakan netral, dan 5 responden (10%) menyatakan tidak setuju. Dengan hasil diatas menyatakan bahwa jumlah anggota keluarga cenderung memilih barang substitusi dari pada produk perikanan.

### 5.3.2 Tingkat Pendapatan

**Tabel 19 Penilaian Responden Dalam Pendapatan di Desa Wonokerto**

Item	Jawaban							
	1		2		3		4	
	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>X2.1</b>	5	10	17	34	18	36	10	20
<b>X2.2</b>	2	4	12	24	20	40	16	32
<b>X2.3</b>	17	34	21	42	9	18	3	6
<b>X2.4</b>	6	12	9	18	21	42	14	28

Sumber: Data Penelitian Yang Diolah, 2007

Tabel 18 menunjukkan bahwa variabel tingkat pendapatan (X2) dengan pendapatan keluarga mempengaruhi keputusan pembelian (X2.1) di Desa Wonokerto yaitu 10 responden (20%) menyatakan sangat setuju, 18 responden (36%) menyatakan setuju, 17 responden (34%) menyatakan netral, dan 5 responden (10%) menyatakan tidak setuju. Dengan hasil diatas menyatakan bahwa tingkat pendapatan keluarga mempengaruhi keputusan pembelian.

Variabel tingkat pendapatan (X2) dengan pendapatan tambahan sangat membantu perekonomian keluarga (X2.2) di Desa Wonokerto yaitu 16 responden (32%) menyatakan sangat setuju, 20 responden (40%) menyatakan setuju, 12 responden (24%) menyatakan netral, dan 2 responden (4%) menyatakan tidak setuju. Dengan hasil diatas menyatakan bahwa tingkat pendapatan tambahan sangat membantu perekonomian keluarga.

Variabel tingkat pendapatan (X2) dengan pendapatan keluarga dapat memenuhi segala kebutuhan setiap bulannya (X2.3) di Desa Wonokerto yaitu 3 responden (6%) menyatakan sangat setuju, 9 responden (18%) menyatakan setuju, 21 responden (42%) menyatakan netral, dan 17 responden (34%) menyatakan tidak setuju. Dengan hasil diatas menyatakan bahwa tingkat pendapatan keluarga kurang memenuhi segala kebutuhan setiap bulannya.

Variabel tingkat pendapatan (X2) dengan pendapatan juga mempengaruhi keputusan pembelian ikan (X2.4) di Desa Wonokerto yaitu 14 responden (28%) menyatakan sangat setuju, 21 responden (42%) menyatakan setuju, 9 responden (18%) menyatakan netral, dan 6 responden (12%) menyatakan tidak setuju. Dengan hasil diatas menyatakan bahwa tingkat pendapatan keluarga mempengaruhi keputusan pembelian ikan.

### 5.3.3 Kebiasaan Dan Kesenangan Konsumen (selera)

**Tabel 20 Penilaian Responden Dalam Kebiasaan Dan Kesenangan Konsumen di Desa Wonokerto**

Item	Jawaban							
	1		2		3		4	
	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>X3.1</b>	0	0	50	100	0	0	0	0
<b>X3.2</b>	22	44	17	34	4	8	7	14
<b>X3.3</b>	0	0	39	78	5	10	6	12

Sumber: Data Penelitian Yang Diolah, 2007

Tabel 19 menunjukkan bahwa variabel kebiasaan dan kesenangan konsumen (selera) (X3) dengan keluarga tidak pilih-pilih dalam mengkonsumsi semua menu yang disajikan (X3.1) di Desa Wonokerto yaitu 50 responden (100%) menyatakan setuju. Dengan hasil diatas menyatakan bahwa selera yang dimiliki oleh seluruh keluarga responden dalam mengkonsumsi menu yang disajikan tidak pilih-pilih.

Variabel kebiasaan dan kesenangan konsumen (selera) (X3) dengan keluarga memiliki selera yang sama dalam mengkonsumsi ikan (X3.2) di Desa Wonokerto yaitu 7 responden (14%) menyatakan sangat setuju, 4 responden (8%) menyatakan setuju, 17 responden (34%) menyatakan netral, dan 22 responden (44%) menyatakan tidak setuju. Dengan hasil diatas menyatakan bahwa kebiasaan dan kesenangan (selera) keluarga responden dalam mengkonsumsi ikan tidak sama.

Variabel kebiasaan dan kesenangan konsumen (selera) (X3) dengan responden memiliki kreasi sendiri dalam mengolah ikan (X3.3) di Desa Wonokerto yaitu 6 responden (12%) menyatakan sangat setuju, 5 responden (10%) menyatakan setuju, 39 responden (78%) menyatakan netral.. Dengan hasil diatas menyatakan bahwa kebiasaan dan kesenangan (selera) untuk pengolah ikan kurang mempunyai kreasi sendiri.

### 5.3.4 Harga Barang Pengganti (barang substitusi)

**Tabel 21 Penilaian Responden Dalam Harga Barang Pengganti di Desa Wonokerto**

Item	Jawaban							
	1		2		3		4	
	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>X4.1</b>	19	38	22	44	4	8	5	10
<b>X4.2</b>	11	22	19	38	16	32	4	8
<b>X4.3</b>	13	26	14	28	12	24	11	22

*Sumber: Data Penelitian Yang Diolah, 2007*

Tabel 20 menunjukkan bahwa variabel harga barang pengganti (X4) dengan harga telur lebih mahal dari harga ikan (X4.1) di Desa Wonokerto yaitu 5 responden (10%) menyatakan sangat setuju, 4 responden (8%) menyatakan setuju, 22 responden (44%) menyatakan netral, dan 19 responden (38%) menyatakan tidak setuju. Dengan hasil diatas menyatakan bahwa harga telur tidak berpengaruh dalam pembelian ikan.

Variabel harga barang pengganti (X4) dengan faktor harga menjadi patokan dalam pembelian telur (X4.2) di Desa Wonokerto yaitu 4 responden (8%) menyatakan sangat setuju, 16 responden (32%) menyatakan setuju, 19 responden (38%) menyatakan netral, dan 11 responden (22%) menyatakan tidak setuju. Dengan hasil diatas menyatakan bahwa harga telur mempunyai patokan dalam pembelian.

Variabel harga barang pengganti (X4) dengan harga telur berpengaruh dalam jumlah konsumsi ikan (X4.1) di Desa Wonokerto yaitu 5 responden (10%) menyatakan sangat setuju, 4 responden (8%) menyatakan setuju, 22 responden (44%) menyatakan netral, dan 19 responden (38%) menyatakan tidak setuju. Dengan hasil diatas menyatakan bahwa harga telur tidak mempengaruhi jumlah konsumsi ikan.

### 5.3.5 Harga Ikan

**Tabel 22 Penilaian Responden Dalam Harga Ikan di Desa Wonokerto**

Item	Jawaban							
	1		2		3		4	
	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>X5.1</b>	7	14	16	32	17	34	10	20
<b>X5.2</b>	6	12	12	24	23	46	9	18
<b>X5.3</b>	12	24	17	34	17	34	4	8

*Sumber: Data Penelitian Yang Diolah, 2007*

Tabel 21 menunjukkan bahwa variabel harga ikan (X5) dengan harga ikan lebih mahal dari harga telur (X5.1) di Desa Wonokerto yaitu 10 responden (20%) menyatakan sangat setuju, 17 responden (34%) menyatakan setuju, 16 responden (32%) menyatakan netral, dan 7 responden (14%) menyatakan tidak setuju. Dengan hasil diatas menyatakan bahwa harga ikan lebih mahal dari harga telur.

Variabel harga ikan (X5) dengan faktor harga menjadi pertimbangan dalam mengambil keputusan membeli ikan (X5.2) di Desa Wonokerto yaitu 9 responden (18%) menyatakan sangat setuju, 23 responden (46%) menyatakan setuju, 12 responden (24%) menyatakan netral, dan 6 responden (12%) menyatakan tidak setuju. Dengan hasil diatas menyatakan bahwa harga ikan menjadi pertimbangan dalam membeli ikan.

Variabel harga ikan (X5) dengan adanya patokan dalam membeli ikan (X5.3) di Desa Wonokerto yaitu 4 responden (8%) menyatakan sangat setuju, 17 responden (34%) menyatakan setuju, 17 responden (34%) menyatakan netral, dan 12 responden (24%) menyatakan tidak setuju. Dengan hasil diatas menyatakan bahwa harga ikan bukan merupakan suatu patokan dalam membeli ikan.

### 5.3.6 Budaya

**Tabel 23 Penilaian Responden Dalam Budaya di Desa Wonokerto**

Item	Jawaban							
	1		2		3		4	
	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>X6.1</b>	9	18	15	30	13	26	13	26
<b>X6.2</b>	11	22	19	38	17	34	3	6
<b>X6.3</b>	3	9	8	16	13	26	26	52
<b>X6.4</b>	4	8	22	44	13	26	11	22

Sumber: Data Penelitian Yang Diolah, 2007

Tabel 22 menunjukkan bahwa variabel budaya (X6) dengan setiap acara di lingkungan masyarakat lebih memilih produk perikanan (X6.1) di Desa Wonokerto yaitu 13 responden (26%) menyatakan sangat setuju, 13 responden (26%) menyatakan setuju, 15 responden (30%) menyatakan netral, dan 9 responden (18%) menyatakan tidak setuju. Dengan hasil diatas menyatakan di lingkungan masyarakat Desa Wonokerto untuk setiap acara produk perikanan tidak berpengaruh sebagai suatu kebudayaan.

Variabel budaya (X6) dengan setiap acara di lingkungan masyarakat lebih memilih telur (X6.2) di Desa Wonokerto yaitu 3 responden (6%) menyatakan sangat setuju, 17 responden (34%) menyatakan setuju, 19 responden (38%) menyatakan netral, dan 11 responden (22%) menyatakan tidak setuju. Dengan hasil diatas menyatakan di lingkungan masyarakat Desa Wonokerto untuk setiap acara telur tidak berpengaruh sebagai suatu kebudayaan.

Variabel budaya (X6) dengan selalu memperingati hari besar dilingkungan masyarakat (X6.3) di Desa Wonokerto yaitu 26 responden (52%) menyatakan sangat setuju, 13 responden (26%) menyatakan setuju, 8 responden (16%) menyatakan netral, dan 3 responden (9%) menyatakan tidak setuju. Dengan hasil diatas menyatakan bahwa kebudayaan di Desa Wonokerto selalu memperingati hari-hari besar.

Variabel budaya (X6) dengan masyarakat lebih mengkonsumsi telur dari pada ikan (X6.4) di Desa Wonokerto yaitu 11 responden (22%) menyatakan sangat setuju, 13 responden (26%) menyatakan setuju, 22 responden (44%) menyatakan netral, dan 4 responden (8%) menyatakan tidak setuju. Dengan hasil diatas menyatakan di lingkungan masyarakat Desa Wonokerto dalam mengkonsumsi ikan maupun telur bukan suatu kebudayaan.

### 5.3.7 Sosial

**Tabel 24 Penilaian Responden Dalam Sosial di Desa Wonokerto**

Item	Jawaban							
	1		2		3		4	
	f	5	f	%	f	%	f	%
<b>X7.1</b>	33	66	8	16	8	16	1	2
<b>X7.2</b>	33	66	9	18	8	16	0	0
<b>X7.3</b>	2	4	8	16	27	54	13	26
<b>X7.4</b>	4	8	5	10	32	64	9	18

*Sumber: Data Penelitian Yang Diolah, 2007*

Tabel 23 menunjukkan bahwa variabel sosial (X7) dengan responden mudah terpengaruh orang lain dalam menentukan keputusan pembelian (X7.1) di Desa Wonokerto yaitu 1 responden (2%) menyatakan sangat setuju, 8 responden (16%) menyatakan setuju, 8 responden (16%) menyatakan netral, dan 33 responden (66%) menyatakan tidak setuju. Dengan hasil diatas menyatakan bahwa sebagian besar responden tidak mudah terpengaruh orang lain dalam menentukan keputusan pembelian ikan.

Variabel sosial (X7) dengan responden selalu ikut-ikutan kebiasaan teman/tetangga sekitar (X7.2) di Desa Wonokerto yaitu 0 responden (0%) menyatakan sangat setuju, 8 responden (16%) menyatakan setuju, 9 responden (18%) menyatakan netral, dan 33 responden (66%) menyatakan tidak setuju. Dengan hasil diatas

menyatakan bahwa sebagian besar responden tidak ikut-ikutan kebiasaan teman/tetangga sekitar.

Variabel sosial (X7) dengan responden yang menentukan keputusan pembelian barang-barang kebutuhan sehari-hari (X7.3) di Desa Wonokerto yaitu 13 responden (26%) menyatakan sangat setuju, 27 responden (54%) menyatakan setuju, 8 responden (16%) menyatakan netral, dan 2 responden (4%) menyatakan tidak setuju. Dengan hasil diatas menyatakan bahwa sebagian besar responden merupakan penentu keputusan pembelian barang-barang kebutuhan sehari-hari.

Variabel sosial (X7) dengan responden sering menerima saran dari anak-anak dan suami dalam menentukan pola konsumsi (X7.4) di Desa Wonokerto yaitu 9 responden (18%) menyatakan sangat setuju, 32 responden (64%) menyatakan setuju, 5 responden (10%) menyatakan netral, dan 4 responden (8%) menyatakan tidak setuju. Dengan hasil diatas menyatakan bahwa sebagian besar responden sering menerima saran dari anak-anak dan suami.

### 5.3.8 Pribadi

**Tabel 25 Penilaian Responden Dalam Pribadi di Desa Wonokerto**

Item	Jawaban							
	1		2		3		4	
	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>X8.1</b>	10	20	17	34	20	40	3	6
<b>X8.2</b>	23	46	12	24	7	14	8	16
<b>X8.3</b>	24	48	13	26	10	20	3	6
<b>X8.4</b>	16	32	6	12	14	28	14	28

Sumber: Data Penelitian Yang Diolah, 2007

Tabel 24 menunjukkan bahwa variabel pribadi (X8) dengan dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari ada perbedaan antara responden, suami, dan anak-anak (X8.1) di Desa Wonokerto yaitu 3 responden (6%) menyatakan sangat setuju, 20 responden (40%)

menyatakan setuju, 17 responden (34%) menyatakan netral, dan 10 responden (20%) menyatakan tidak setuju. Dengan hasil diatas menyatakan bahwa dalam pribadi keluarga ada perbedaan dalam pemenuhan kebutuhan antara responden, suami, dan anak-anak.

variabel pribadi (X8) dengan dalam membeli produk responden selalu melihat merek (X8.2) di Desa Wonokerto yaitu 8 responden (16%) menyatakan sangat setuju, 7 responden (14%) menyatakan setuju, 12 responden (24%) menyatakan netral, dan 23 responden (46%) menyatakan tidak setuju. Dengan hasil diatas menyatakan bahwa sebagian besar pribadi keluarga dalam membeli produk tidak melihat merek.

Variabel pribadi (X8) dengan dalam mengkonsumsi ikan ada perbedaan antan responden, suami, dan anak-anak (X8.3) di Desa Wonokerto yaitu 3 responden (6%) menyatakan sangat setuju, 10 responden (20%) menyatakan setuju, 13 responden (26%) menyatakan netral, dan 24 responden (48%) menyatakan tidak setuju. Dengan hasil diatas menyatakan bahwa dari sebagian besar pribadi keluarga tidak ada perbedaan dalam mengkonsumsi ikan.

Variabel pribadi (X8) dengan dalam mengkonsumsi ikan keluarga anda tidak pilih-pilih pada ikan jenis tertentu saja (X8.4) di Desa Wonokerto yaitu 14 responden (28%) menyatakan sangat setuju, 14 responden (28%) menyatakan setuju, 6 responden (12%) menyatakan netral, dan 16 responden (32%) menyatakan tidak setuju. Dengan hasil diatas menyatakan bahwa dalam pribadi keluarga dalam mengkonsumsi ikan seimbang antara keluarga yang pilih-pilih ikan jenis tertentu dan yang tidak pilih-pilih ikan jenis tertentu.

### 5.3.9 Psikologis

**Tabel 26 Penilaian Responden Dalam Psikologis di Desa Wonokerto**

Item	Jawaban							
	1		2		3		4	
	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>X9.1</b>	5	10	3	6	17	34	25	50
<b>X9.2</b>	1	2	19	38	21	42	9	18
<b>X9.3</b>	7	14	7	14	12	24	24	48
<b>X9.4</b>	3	6	5	10	16	32	26	52

Sumber: Data Penelitian Yang Diolah, 2007

Tabel 25 menunjukkan bahwa variabel psikologis (X9) dengan kandungan gizi ikan lebih tinggi dibandingkan telur (X9.1) di Desa Wonokerto yaitu 25 responden (50%) menyatakan sangat setuju, 17 responden (34%) menyatakan setuju, 3 responden (6%) menyatakan netral, dan 5 responden (10%) menyatakan tidak setuju. Dengan hasil diatas menyatakan bahwa dalam psikologis sebagian besar responden mempunyai pendapat bahwa gizi ikan lebih tinggi dari pada telur.

Variabel psikologis (X9) dengan responden terbiasa mengkonsumsi ikan (X9.2) di Desa Wonokerto yaitu 9 responden (18%) menyatakan sangat setuju, 21 responden (42%) menyatakan setuju, 19 responden (32%) menyatakan netral, dan 1 responden (2%) menyatakan tidak setuju. Dengan hasil diatas menyatakan bahwa dalam psikologis sebagian besar responden terbiasa mengkonsumsi ikan.

Variabel psikologis (X9) dengan alasan ketertarikan responden dalam mengkonsumsi ikan (X9.3) di Desa Wonokerto yaitu 24 responden (48%) menyatakan alasan mengkonsumsi ikan karena kandungan gizinya, 12 responden (24%) menyatakan alasan mengkonsumsi ikan karena permintaan anggota keluarga, 7 responden (14%) menyatakan alasan mengkonsumsi ikan karena harga dari ikan itu sendiri, 7 responden (14%) menyatakan alasan mengkonsumsi ikan karena asal atau tidak ada pilihan lain.

Variabel psikologi (X9) dengan alasan ketertarikan responden dalam mengkonsumsi telur (X9.4) di Desa Wonokerto yaitu 26 responden (52%) menyatakan alasan mengkonsumsi ikan karena kandungan gizinya, 16 responden (32%) menyatakan alasan mengkonsumsi ikan karena permintaan anggota keluarga, 5 responden (10%) menyatakan alasan mengkonsumsi ikan karena harga dari ikan itu sendiri, 3 responden (6%) menyatakan alasan mengkonsumsi ikan karena asal atau tidak ada pilihan lain

#### **5.4 Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Mengambil Keputusan Untuk Mengkonsumsi Ikan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumen (variabel jumlah konsumen potensial, tingkat pendapatan konsumen, kebiasaan dan kesenangan konsumen (selera), adanya barang pengganti (barang substitusi), harga ikan, budaya, sosial, pribadi, dan psikologis) dalam mengkonsumsi ikan dan barang substitusinya di Desa Wonokerto serta untuk mengetahui variabel mana yang paling mempengaruhi terhadap tingkat konsumsi ikan di daerah tersebut. Untuk mengetahui pengaruh tersebut dilakukan analisis kuantitatif dengan komputer program *SPSS ver. 13 for windows*.

### 5.4.1 Uji Validitas

**Tabel 27 Hasil analisis validitas di Desa Wonokerto kecamatan Bantur**

		r hitung	r tabel	Keterangan
X1	X11	0.61	0.279	Valid
	X12	0.503	0.279	Valid
	X12	0.314	0.279	Valid
X2	X14	0.319	0.279	Valid
	X21	0.615	0.279	Valid
	X22	0.377	0.279	Valid
	X23	0.340	0.279	Valid
X3	X24	0.535	0.279	Valid
	X31	0.603	0.279	Valid
	X32	0.837	0.279	Valid
	X33	0.721	0.279	Valid
X4	X41	0.410	0.279	Valid
	X42	0.712	0.279	Valid
	X43	0.759	0.279	Valid
X5	X51	0.531	0.279	Valid
	X52	0.482	0.279	Valid
	X53	0.652	0.279	Valid
X6	X61	0.734	0.279	Valid
	X62	0.428	0.279	Valid
	X63	0.475	0.279	Valid
	X64	0.377	0.279	Valid
X7	X71	0.741	0.279	Valid
	X72	0.669	0.279	Valid
	X73	0.304	0.279	Valid
	X74	0.378	0.279	Valid
X8	X81	0.559	0.279	Valid
	X82	0.559	0.279	Valid
	X83	0.649	0.279	Valid
	X84	0.688	0.279	Valid
X9	X91	0.542	0.279	Valid
	X92	0.590	0.279	Valid
	X93	0.608	0.279	Valid
	X94	0.389	0.279	Valid

Dari Tabel 1 diatas dapat dilihat bahwa pertanyaan yang sudah ditanyakan di Desa Wonokerto Kecamatan Bantur Kabupaten Malang, semua mempunyai  $r_{hitung}$  diatas  $r_{tabel}$  (0.279) dan semua  $r$  bernilai positif. Oleh karena itu, validitas alat ukur dapat

dipenuhi. Dengan demikian, kuesioner yang diajukan kepada responden dinyatakan valid, karena kuesioner itu mampu mengukur apa yang hendak diukur dan mampu mengungkap apa yang hendak diungkap dalam penelitian tersebut.

#### 5.4.2 Uji Reliabilitas

**Table 28 Hasil Analisis Reliabilitas**

Variabel	Alpha	Keterangan
Jumlah konsumen (X1)	0.297	Reliabel
Tingkat pendapatan konsumen (X2)	0.174	Reliabel
Kebiasaan dan kesenangan konsumen (X3)	0.523	Reliabel
Harga barang substitusi (X4)	0.245	Reliabel
Harga ikan (X5)	0.124	Reliabel
Budaya (X6)	0.060	Reliabel
Sosial (X7)	0.132	Reliabel
Pribadi (X8)	0.478	Reliabel
Psikologis/kejiwaan (X9)	0.151	Reliabel

*Sumber: Data Penelitian Yang Diolah, 2007*

Dari tabel tersebut diatas Alpha untuk Variabel-variabel penelitian guna pengumpulan data dinyatakan reliabel sehingga data yang dihasilkan sudah sesuai dengan kondisi sesungguhnya.

Berikut ini adalah hasil penelitian yang dihitung dengan menggunakan program *SPSS Ver.13* untuk analisis pengujian hipotesis. Berdasarkan analisis tersebut diketahui bahwa:

**Tabel 29 Hasil Analisa hubungan antara jumlah konsumsi ikan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi**

Variabel	Koefisien regresi	T hitung	Sig
Jumlah konsumen potensial	0.252	0.498	0.621
Pendapatan konsumen	-0.847	-1.628	0.111
Kebiasaan dan kesenangan (selera)	1.785	3.502	0.001
Harga barang substitusi	0.811	1.583	0.121
Harga ikan	0.158	0.219	0.828
Budaya	0.383	0.734	0.467
Sosial	-0.792	-1.441	0.157
Pribadi	0.549	1.729	0.092
Psikologis	-0.062	-0.138	0.891
Konstanta	-5.234	-0.527	0.601
R	0.700		
R squared	0.490		
Adjusted R squared	0.375		
F hitung	4.267		
Sig F	0.001		
F tabel	2.12		
Durbin-Watson	2.674		

Sumber: Data Penelitian Yang Diolah, 2007

#### 5.4.1 Analisa Korelasi Linier Berganda

Uji korelasi berganda adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel jumlah konsumen (X1), tingkat pendapatan konsumen (X2), kebiasaan dan kesenangan konsumen (selera) (X3), harga barang pengganti (barang substitusi) (X4), harga ikan (X5), budaya (X6), sosial (X7), pribadi (X8), dan psikologis (X9) dalam perilaku konsumen di Desa Wonokerto Kecamatan Bantur Kabupaten Malang.

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa hubungan regresi diatas mempunyai R Squared menunjukkan nilai sebesar 0.490 artinya 49% jumlah konsumsi ikan ditentukan oleh jumlah konsumen (X1), tingkat pendapatan konsumen (X2),

kebiasaan dan kesenangan konsumen (selera) (X3), harga barang pengganti (barang substitusi) (X4), harga ikan (X5), budaya (X6), sosial (X7), pribadi (X8), dan psikologis (X9). Sedangkan 51% ditentukan faktor-faktor lain yang tidak diikutkan dalam model regresi diatas namun turut mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengkonsumsi ikan dan barang substitusinya di Desa Wonokerto.

Angka R sebesar 0.700 menunjukkan hubungan yang kuat antara jumlah konsumsi ikan dngan variabel-variabel jumlah konsumen, tingkat pendapatan konsumen, kebiasaan dan kesenangan konsumen (selera), harga barang pengganti (barang substitusi), harga ikan, budaya, sosial, pribadi, dan psikologis.

Dari nilai F hitung menunjukkan nilai sebesar 4.267 dan F tabel 2.12 (dengan signifikan F = 0.001). sehingga F hitung > F tabel (4.267 > 2.12) atau sig 5% (0.001 < 0.05) maka hipotesisi Ho ditolak dan H<sub>1</sub> diterima, artinya variabel jumlah konsumen (X1), tingkat pendapatan konsumen (X2), kebiasaan dan kesenangan konsumen (selera) (X3), harga barang pengganti (barang substitusi) (X4), harga ikan (X5), budaya (X6), sosial (X7), pribadi (X8), dan psikologis (X9) secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap jumlah konsumsi ikan (Y). Dan persamaan model matematik ini dapat digunakan untuk meramalkan/memprediksikan hubungan variabel X dengan variabel Y.

#### 5.4.2 Analisa Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = -5.234 + 0.252X_1 - 0.847X_2 + 1.785X_3 + 0.811X_4 + 0.158X_5 + 0.383X_6 - 0.792X_7 + 0.549X_8 - 0.062X_9 + e^n$$

Dari analisa regresi linier berganda dapat dilihat seberapa besar pengaruh variabel-variabel jumlah konsumen (X1), tingkat pendapatan konsumen (X2), kebiasaan dan kesenangan konsumen (selera) (X3), harga barang pengganti (barang substitusi) (X4), harga ikan (X5), budaya (X6), sosial (X7), pribadi (X8), dan psikologis (X9) terhadap jumlah konsumsi ikan (Y) di Desa Wonokerto Kecamatan Bantur Kabupaten Malang.

Dari persamaan diatas dan tabel dapat diartikan bahwa untuk koefisien regresi jumlah konsumen (X1) sebesar 0.252 artinya bahwa setiap perubahan satu satuan X1 akan mengakibatkan perubahan jumlah konsumsi (Y) sebesar 0.252 satuan. Karena koefisien regresi bernilai positif, maka apabila jumlah konsumen meningkat akan meningkatkan jumlah konsumsi ikan, begitu juga sebaliknya apabila jumlah konsumen menurun jumlah konsumsi ikan juga ikut menurun.

Koefisien regresi tingkat pendapatan konsumen (X2) sebesar -0.847 artinya setiap perubahan satu satuan X2 akan mengakibatkan perubahan konsumsi (Y) sebesar -0.847 satuan. Karena koefisien bernilai negatif, maka apabila pendapatan semakin tinggi masyarakat tidak mengkonsumsi ikan, atau masyarakat lebih memilih mengkonsumsi barang substitusi atau barang pengganti lain.

Koefisien regresi kebiasaan dan kesenangan konsumen (selera) (X3) sebesar 1.785 artinya setiap perubahan satu satuan X3 akan mengakibatkan perubahan konsumsi (Y) sebesar 1.785 satuan. Karena koefisien regresi bernilai positif, maka apabila kebiasaan dan kesenangan konsumen bertambah akan meningkatkan jumlah konsumsi ikan, demikian juga sebaliknya jika kebiasaan dan kesenangan konsumen menurun akan mengakibatkan jumlah konsumsi ikan ikut menurun juga.

Koefisien regresi harga barang pengganti (barang substitusi) ( $X_4$ ) sebesar 0.811 artinya setiap perubahan satu satuan  $X_4$  akan mengakibatkan perubahan konsumsi ( $Y$ ) sebesar 0.811 satuan. Karena koefisien regresi bernilai positif, maka apabila harga barang pengganti meningkat akan meningkatkan jumlah konsumsi ikan, demikian juga sebaliknya jika harga barang pengganti turun akan menurunkan jumlah konsumsi ikan.

Koefisien regresi harga ikan ( $X_5$ ) sebesar 0.158 artinya setiap perubahan satu satuan  $X_5$  akan mengakibatkan perubahan konsumsi ( $Y$ ) sebesar 0.158 satuan. Karena koefisien regresi bernilai positif, maka apabila harga ikan meningkat akan menurunkan jumlah konsumsi ikan, demikian juga sebaliknya jika harga ikan turun akan meningkatkan jumlah konsumsi ikan.

Koefisien regresi budaya ( $X_6$ ) sebesar 0.383 artinya setiap perubahan satu satuan  $X_6$  akan mengakibatkan perubahan konsumsi ( $Y$ ) sebesar 0.383 satuan. Karena koefisien regresi bernilai positif, maka apabila budaya meningkat akan meningkatkan jumlah konsumsi ikan, demikian juga sebaliknya jika budaya menurun akan menurunkan jumlah konsumsi ikan.

Koefisien regresi sosial ( $X_7$ ) sebesar -0.792 artinya setiap perubahan satu satuan  $X_7$  akan mengakibatkan perubahan konsumsi ( $Y$ ) sebesar -0.792 satuan. Karena koefisien bernilai negatif, maka apabila sosial semakin tinggi masyarakat tidak mengkonsumsi ikan, atau masyarakat lebih memilih mengkonsumsi barang substitusi atau masyarakat lebih mudah terpengaruh oleh lingkungan dalam mengkonsumsi ikan dari pada memenuhi permintaan keluarga. bahkan banyaknya kecenderungan masyarakat gengsi dengan lingkungan sekitarnya.

Koefisien regresi pribadi ( $X_8$ ) sebesar 0.549 artinya setiap perubahan satu satuan  $X_8$  akan mengakibatkan perubahan konsumsi ( $Y$ ) sebesar 0.549 satuan. Karena

koefisien regresi bernilai positif, maka apabila pribadi meningkat akan meningkatkan jumlah konsumsi ikan, demikian juga sebaliknya jika pribadi menurun akan menurunkan jumlah konsumsi ikan.

Koefisien regresi psikologis (X9) sebesar  $-0.062$  artinya setiap perubahan satu satuan X2 akan mengakibatkan perubahan konsumsi (Y) sebesar  $-0.062$  satuan. Karena koefisien bernilai negatif, maka apabila psikologis semakin rendah masyarakat tidak mengkonsumsi ikan, atau masyarakat lebih memilih mengkonsumsi barang substitusi. Hal ini dikarenakan pengetahuan masyarakat akan kandungan gizi ikan masih rendah dan mengkonsumsi ikan bukan termasuk suatu kebiasaan.

Dilihat secara sendiri-sendiri atau parsial menunjukkan bahwa variable bebas yaitu variable kebiasaan dan kesenangan konsumen (X3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumen dalam mengkonsumsi ikan di Desa Wonokerto Kecamatan Bantur Kabupaten Malang, sedangkan untuk variable jumlah konsumen (X1), tingkat pendapatan konsumen (X2), harga barang pengganti (barang substitusi) (X4), harga ikan (X5), budaya (X6), sosial (X7), pribadi (X8), dan psikologis (X9) menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap intensitas pembelian karena nilainya lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen dalam mengkonsumsi ikan dan barang substitusinya tidak terpengaruh oleh jumlah konsumen (X1), tingkat pendapatan konsumen (X2), kebiasaan dan kesenangan konsumen (selera) (X3), harga barang pengganti (barang substitusi) (X4), harga ikan (X5), budaya (X6), sosial (X7), pribadi (X8), dan psikologis (X9) pada taraf signifikansi 0,05. Untuk lebih jelasnya dapat kita lihat pada uji statistik (uji-t) di bawah ini:

Pengaruh parsial atau secara individu dari variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat dapat diketahui dengan melakukan uji-t. Untuk menguji hipotesa

variabel penentu X mempengaruhi variabel terikat Y dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan, maka dirumuskan hipotesa sebagai berikut:

Ho :  $a_j = 0$  , tidak ada pengaruh X terhadap Y

Hi :  $a_j \neq 0$  , ada pengaruh X terhadap Y

Keterangan:

Dalam Yarnest (2004;59), untuk uji koefisien variabel independen adalah:

Ho : Pengaruh koefisien variabel independen secara parsial tidak signifikan

Hi : Pengaruh koefisien variabel independen secara parsial signifikan

Aturan penerimaan dan penolakan hipotesa menggunakan uji-t, dimana kita akan menerima Ho jika t-hitung lebih kecil dari t-tabel dan menolak Ho jika t-hitung lebih besar dari t-tabel. Pembahasan tentang uji-t dapat kita lihat pada tabel sebagai berikut:

**Table 30 t Hitung Pada Tingkat Signifikan Tertentu**

Variabel	T hitung	T tabel	Sig t
Jumlah konsumen potensial	0.498	0.684	0.621
Pendapatan konsumen	-1.628	0.684	0.111
Kebiasaan dan kesenangan (selera)	3.502	0.684	0.001
Harga barang substitusi	1.583	0.684	0.121
Harga ikan	0.219	0.684	0.828
Budaya	0.734	0.684	0.467
Sosial	-1.441	0.684	0.157
Pribadi	1.729	0.684	0.092
psikologis	-0.138	0.684	0.601

Sumber: Data Penelitian Yang Diolah, 2007

Untuk menguji variabel bebas secara parsial digunakan hipotesa nol (Ho) dan alternative (H<sub>1</sub>). Pegujian secara lengkap akan dibahas sebagai berikut:

- Regresi parsial variabel bebas tingkat pendapatan konsumen (X<sub>2</sub>) terhadap jumlah konsumsi ikan (Y).

Berdasarkan uji regresi, dapat dibuktikan melalui besarnya koefisien regresi sebesar -0.847 dengan t hitung -1.628 dan probabilitas 0.111 dengan tingkat kesalahan 10 % sehingga hipotesis  $H_0$  ditolak. Berarti hipotesis menyatakan bahwa variable tingkat pendapatan konsumen ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh pada jumlah konsumsi ikan pada taraf signifikan 0.10 dapat diterima. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pendapatan keluarga mempengaruhi keputusan pembelian. Pendapatan tambahan sangat membantu perekonomian keluarga, pendapatan keluarga mampu memenuhi kebutuhan setiap bulannya, dan pendapatan mempengaruhi keputusan dalam membeli ikan.

- Regresi parsial variabel bebas kebiasaan dan kesenangan konsumen ( $X_3$ ) terhadap jumlah konsumsi ikan ( $Y$ ).

Berdasarkan uji regresi, dapat dibuktikan melalui besarnya koefisien regresi sebesar 1.785 dengan t hitung 3.502 dan probabilitas 0.001 dengan tingkat kesalahan 10 % sehingga hipotesis  $H_0$  ditolak. Berarti hipotesis menyatakan bahwa variable kebiasaan dan kesenangan konsumen ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh pada jumlah konsumsi ikan pada taraf signifikan 0.001 dapat diterima. Hal ini dapat disimpulkan bahwa keluarga tidak pilih-pilih dari menu yang disajikan, keluarga memiliki selera yang sama, dan kebanyakan responden memiliki kreasi dalam mengolah ikan.

- Regresi parsial variabel bebas harga barang pengganti (barang substitusi) ( $X_4$ ) terhadap jumlah konsumsi ikan ( $Y$ ).

Berdasarkan uji regresi, dapat dibuktikan melalui besarnya koefisien regresi sebesar 0.811 dengan t hitung 1.583 dan probabilitas 0.121 dengan tingkat kesalahan 10 % sehingga hipotesis  $H_0$  ditolak. Berarti hipotesis menyatakan

bahwa variable harga barang pengganti (barang substitusi) (X4) mempunyai pengaruh pada jumlah konsumsi ikan pada taraf signifikan 0.10 dapat diterima. Hal ini dapat disimpulkan bahwa harga telur lebih murah dari harga ikan, factor harga menjadi patokan dalam membeli telur, dan ada patokan harga tertentu dalam membeli telur.

- Regresi parsial variabel bebas pribadi (X8) terhadap jumlah konsumsi ikan (Y).

Berdasarkan uji regresi, dapat dibuktikan melalui besarnya koefisien regresi sebesar 0.549 dengan t hitung 1.729 dan probabilitas 0.092 dengan tingkat kesalahan 10 % sehingga hipotesis  $H_0$  ditolak. Berarti hipotesis menyatakan bahwa variable pribadi (X8) mempunyai pengaruh pada jumlah konsumsi ikan pada taraf signifikan 0.10 dapat diterima. Hal ini dapat disimpulkan bahwa dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari ada perbedaan dari setiap anggota keluarga, dalam membeli produk selalu melihat merek, dalam mengkonsumsi ikan ada perbedaan dari setiap anggota keluarga, dan dalam mengkonsumsi ikan keluarga tidak memilih jenis ikan tertentu saja.

## **5.5 Kandungan Zat Gizi**

### **5.5.1 Kandungan Zat Gizi Ikan**

Menurut Hardiansyah dan Briwan (1990: 4) Daftar Kandungan Zat Gizi Bahan Makanan (DKGM) memuat angka-angka kandungan zat gizi baik mentah maupun masak (olahan) yang banyak dijumpai di Indonesia. Sebagian besar jenis pangan yang disajikan dalam DKGM ini dalam bentuk pangan mentah.

Satu hal yang perlu dipahami dalam menggunakan DKGM, bahwa komposisi zat gizi yang tercantum dalam DKGM dinyatakan dalam satuan 100 gram bahan makanan

yang dapat dimakan (edible portion). Artinya bagian-bagian yang biasa melekat pada bahan pangan seperti kulit, akar, biji, tulang, cangkang, dan sebagainya yang tidak lazim untuk dikonsumsi tidak dianalisis (Hardiansyah dan Briawan, 1990: 5).

**Table 31 Kandungan Zat Gizi Yang Dikonsumsi Per Bulan**

No	Jumlah konsumsi (kg/bulan)	Ikan yang dikonsumsi	Zat gizi yang diperoleh(kkal)
1	11	Tuna	994.4
2	11	Lele	3273.6
3	6	Lele	1785.6
4	10	Lele	2976
5	16	Tongkol	1280
6	8	Mujair	569.6
7	6	Pindang	916
8	10	Pindang	1530
9	8	Mujair	569.6
10	8	Lele	2380.8
11	6	Tuna	542.4
12	10	Lele	2976
13	8	Lele	2380.8
14	12	Mujair	854.4
15	8	Tongkol	640
16	4	Tongkol	320
17	6	Lele	1785.6
18	4	Tongkol	320
19	4	Mujair	284.8
20	12	Tongkol	960
21	4	Pindang	612
22	6	Lele	1785.6
23	6	Tongkol	480
24	6	Tongkol	480
25	4	Tongkol	320
26	10	Pindang	1530
27	4	Mujair	284.8
28	4	Tongkol	320
29	6	Tuna	542.4
30	10	Tuna	904
31	8	Tongkol	640
32	6	Tongkol	480
33	10	Tongkol	800
34	8	Pindang	1224
35	8	Pindang	1224

36	24	Tongkol	1920
37	24	Tongkol	1920
38	4	Tongkol	320
39	10	Lele	2976
40	4	Mujair	284.8
41	6	Pindang	918
42	6	Mujair	427.2
43	8	Tongkol	640
44	16	Tuna	1446.4
45	33	Tongkol	2640
46	10	Tongkol	800
47	30	Tongkol	2400
48	3	Tuna	271.2
49	24	Tongkol	1920
50	6	Tongkol	480

Sumber: Data Penelitian Yang Diolah, 2007

Keterangan: DKGMuntuk: Ikan pindang: 170

Ikan tongkol: 100

Ikan tuna: 113

Ikan mujair: 89

Ikan lele: 372

BDD untuk: Ikan pindang: 90 %

Ikan tongkol: 80 %

Ikan tuna: 80 %

Ikan mujair: 80 %

Ikan lele: 80 % (Hardinsyah dan Briawan, 1990).

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa tingkat kandunga zat gizi yang paling banyak dikonsumsi adalah untuk ikan lele dengan jumlah konsumsi dalam setiap bulannya sebanyak 11 kg sehingga jumlah zat gizi yang diperoleh sebanyak 3273.6 kalori, untuk ikan tongkol dengan jumlah konsumsi setiap bulannya sebanyak 33 kg sehingga jumlah zat gizi yang diperoleh sebanyak 2640 kalori, untuk ikan pindang

dengan jumlah konsumsi setiap bulannya sebanyak 10 kg sehingga jumlah zat gizi yang diperoleh sebanyak 1530 kalori untuk, ikan tuna dengan jumlah konsumsi setiap bulannya sebanyak 16 kg sehingga jumlah zat gizi yang diperoleh sebanyak 1446.4 kalori, dan untuk ikan mujair dengan jumlah konsumsi setiap bulannya sebanyak 12 kg sehingga jumlah zat gizi yang diperoleh sebanyak 854.4 kalori. Sedangkan untuk konsumsi ikan perbulannya yang paling rendah adalah mengkonsumsi ikan tuna sebanyak 3 kg sehingga jumlah zat gizi yang diperoleh sebanyak 271.2 kalori.

**Tabel 32 protein yang dikonsumsi masyarakat Desa Wonokerto**

No	Jumlah konsumsi (kg)	Ikan yang dikonsumsi	Protein yang diperoleh (gram)
1	11	Tuna	2041.6
2	11	Lele	686.4
3	6	Lele	374.4
4	10	Lele	624
5	16	Tongkol	1753.6
6	8	Mujair	960
7	6	Pindang	1674
8	10	Pindang	2790
9	8	Mujair	960
10	8	Lele	499.2
11	6	Tuna	1113.6
12	10	Lele	624
13	8	Lele	499.2
14	12	Mujair	1440
15	8	Tongkol	876.8
16	4	Tongkol	438.4
17	6	Lele	374.4
18	4	Tongkol	438.4
19	4	Mujair	480
20	12	Tongkol	1315.2
21	4	Pindang	992
22	6	Lele	374.4
23	6	Tongkol	657.6
24	6	Tongkol	657.6
25	4	Tongkol	438.4
26	10	Pindang	2790
27	4	Mujair	480
28	4	Tongkol	438.4

29	6	Tuna	1113.6
30	10	Tuna	1856
31	8	Tongkol	876.8
32	6	Tongkol	657.6
33	10	Tongkol	1096
34	8	Pindang	2232
35	8	Pindang	2232
36	24	Tongkol	2630.4
37	24	Tongkol	2630.4
38	4	Tongkol	438.4
39	10	Lele	624
40	4	Mujair	480
41	6	Pindang	1674
42	6	Mujair	720
43	8	Tongkol	876.8
44	16	Tuna	2969.6
45	33	Tongkol	3616.8
46	10	Tongkol	1096
47	30	Tongkol	3288
48	3	Tuna	556.8
49	24	Tongkol	2630.4
50	6	Tongkol	657.6

Sumber: Data Penelitian Yang Diolah, 2007

Keterangan: protein: Ikan lele: 7.8

Ikan tuna: 23.2

Ikan tongkol: 13.7

Ikan pindang: 31

Ikan mujair: 15.0

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa kandungan protein yang paling banyak adalah ikan tongkol dengan jumlah protein sebesar 3616.8 gram untuk konsumsi ikan sebanyak 33 kg/bulan. Dan untuk konsumsi ikan tongkol paling rendah jumlah protein sebesar 438.4 gram untuk konsumsi ikan sebesar 4 kg/bulan. Untuk ikan tuna dengan jumlah protein sebesar 2969.6 gram untuk konsumsi ikan sebanyak 16 kg/bulan. Dan untuk konsumsi ikan tuna paling rendah jumlah protein sebesar 556.8 gram untuk

konsumsi ikan sebesar 3 kg/bulan. Untuk ikan pindang dengan jumlah protein sebesar 2790 gram untuk konsumsi ikan sebanyak 10 kg/bulan. Dan untuk konsumsi ikan pindang paling rendah jumlah protein sebesar 992 gram untuk konsumsi ikan sebesar 4 kg/bulan. Untuk ikan lele dengan jumlah protein sebesar 686.4 gram untuk konsumsi ikan sebanyak 11 kg/bulan. Dan untuk konsumsi ikan lele paling rendah jumlah protein sebesar 374.4 gram untuk konsumsi ikan sebesar 6 kg/bulan. Untuk ikan mujair dengan jumlah protein sebesar 1440 gram untuk konsumsi ikan sebanyak 12 kg/bulan. Dan untuk konsumsi ikan mujair paling rendah jumlah protein sebesar 480 gram untuk konsumsi ikan sebesar 4 kg/bulan.

### 5.5.2 Kandungan Zat Gizi dan protein Telur

**Tabel 33 Kandungan Zat Gizi dan Protein Dari Telur**

No	Jumlah konsumsi	Zat gizi yang diperoleh (kkal)	Protein yang diperoleh (gam)
1	10	1386	1116
2	11	1524.6	1227.6
3	8	1108.8	892.8
4	10	1386	1116
5	4	554.4	446.4
6	10	1386	1116
7	8	1108.8	892.8
8	8	1108.8	892.8
9	6	831.6	446.4
10	10	1386	1116
11	10	1386	1116
12	11	1524.6	1227.6
13	10	1386	1116
14	22	3049.2	2455.2
15	22	3049.2	2455.2
16	4	554.4	446.4
17	10	1386	1116
18	11	1524.6	1227.6
19	11	1524.6	1227.6
20	10	1386	1116
21	6	831.6	446.4
22	4	554.4	446.4

23	4	554.4	446.4
24	4	554.4	446.4
25	4	554.4	446.4
26	4	554.4	446.4
27	6	831.6	669.4
28	8	1108.8	892.8
29	4	554.4	446.4
30	10	1386	1116
31	10	1386	1116
32	8	1108.8	892.8
33	11	1524.6	1227.6
34	10	1386	1116
35	10	1386	1116
36	24	3326.4	2678.4
37	33	4573.8	3682.8
38	4	554.4	446.4
39	6	831.6	669.4
40	10	1386	1116
41	8	1108.8	892.8
42	6	831.6	669.4
43	4	554.4	446.4
44	20	2772	2232
45	33	4573.8	3682.8
46	33	4573.8	3682.8
47	33	4573.8	3682.8
48	33	4573.8	3682.8
49	11	1524.6	1227.6
50	4	554.4	446.4

Sumber: Data Penelitian Yang Diolah, 2007

Keterangan: DKGM: Telur: 154

Protein telur: 12.4

DBB: Telur: 90 %

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa tingkat konsumsi telur pada masyarakat Desa Wonokerto sangat bervariasi, dari tingkat konsumsi telur paling rendah yaitu sebanyak 4 kg dengan jumlah zat gizi yang diperoleh sebesar 554.4 kkal dan protein sebesar 446.4 gram. Untuk konsumsi telur paling banyak adalah 33 kg dengan jumlah zat gizi yang diperoleh sebesar 4573.8 kkal dan protein sebesar 3682.8 gram.

### 5.5.3 Perbandingan Zat Gizi Ikan dan Telur

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa tingkat konsumsi ikan dan telur masyarakat Desa Wonokerto lebih banyak mengkonsumsi telur sehingga kandungan zat gizi dari ikan yang dikonsumsi masyarakat Desa Wonokerto kalah dengan zat gizi dari telur. Perbandingan zat gizi dari ikan dan telur adalah untuk ikan sebesar 3273.6 kkal untuk ikan lele dengan tingkat konsumsi sebanyak 11 kg dan untuk telur sebesar 4573.8 kkal dengan tingkat konsumsi sebanyak 33 kg. sedangkan protein dari ikan sebesar 3616.8 gram dari ikan tongkol dengan tingkat konsumsi sebanyak 33 kg sedangkan untuk telur protein yang diperoleh sebesar 3682.8 gram.

### 5.6 Jumlah Konsumsi Ikan Perkapita

Untuk mengetahui rata-rata konsumsi ikan per kapita perbulan di Desa Wonokerto dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 34 Rata-Rata Konsumsi Ikan Perkapita Per Bulan Di Desa Wonokerto**

No	Jumlah Anggota Keluarga (JAK)	$\Sigma$ RT	JAK X $\Sigma$ RT (n)	Jumlah Konsumsi Dalam 1 Kali Konsumsi (kg)	Jumlah Konsumsi Dalam Satu Bulan (kg)
1	2	2	4	2	16
2	3	13	39	17	119
3	4	15	60	17	119
4	5	13	65	17	136
5	6	2	12	2	16
6	7	1	7	1	6
7	8	4	32	11	88
<b>Jumlah</b>			<b>219</b>	<b>67</b>	<b>500</b>

Sumber: Data Penelitian Yang Diolah, 2007

Dari tabel diatas dapat diketahui jumlah konsumsi ikan perkapita adalah:

$$\begin{aligned}\text{Jumlah konsumsi perkapita} &= \text{jumlah konsumsi} / n \\ &= 500 / 219 \\ &= 2.283 \text{ kg/kapita/bulan}\end{aligned}$$

Dari hasil didapat bahwa jumlah konsumsi /kapita/bulan adalah 2.283 kg/kapita/bulan. Jika dihitung berdasarkan jumlah konsumsi per kapita per tahun maka didapatkan hasil sebagai berikut:

$$2.283 \text{ kg/kapita/bulan} \times 12 \text{ bulan} = 27.397 \text{ kg/kapita/tahun.}$$

Jika disimpulkan bahwa jumlah konsumsi perkapita per tahun pada Desa Wonokerto adalah sangat tinggi yaitu sebesar 27.397 kg/kapita/tahun.

### 5.7 Pengembangan Kebijakan

Hasil konsumsi sebesar 27.397 kg/kapita/tahun lebih tinggi dari tingkat konsumsi yang dianjurkan adalah sebesar 25 kg/kapita/tahun. Jumlah konsumsi ikan di Desa Wonokerto lebih tinggi disebabkan karena adanya pemasok ikan dari luar daerah dan adanya pembudidaya ikan di Desa Wonokerto sendiri sehingga konsumen mudah mendapatkan ikan untuk dikonsumsi.

Pengembangan kebijakan konsumsi ikan untuk desa Wonokerto, didasarkan hasil penelitian adalah:

1. untuk pihak Desa Wonokerto seharusnya bekerja sama dengan pihak DKP kabupaten Malang mengadakan dan memeberikan penyuluhan dan pelatihan cara membuat ikan olahan agar kebutuhan pada waktu tidak musim ikan dapat terpenuhi dan masyarakat tidak bosan dalam mengkonsumsi ikan karena adanya variasi produk.

2. Selain ikan, telur juga mengalami tingkat konsumsi yang tinggi yaitu sebagai barang substitusi ikan, maka para peternak di Desa Wonokerto perlu selalu menjaga produktivitas telur agar ketersediaannya selalu ada dan dapat mencukupi kebutuhan konsumsi protein hewani disamping ikan, karena sifat dari telur yang produksinya bisa sepanjang waktu diadakan berbeda dengan ikan yang tergantung pada musin ikan saja.
3. Perhatian pemerintah pada masyarakat yang memiliki usaha perikanan yang masih dalam skala kecil, diharapkan pemerintah memberikan bantuan dana guna pengembangan usaha yang lebih baik.



## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Perilaku konsumen dalam mengkonsumsi ikan di Desa Wonokerto sangat beragam baik ikan laut maupun ikan air tawar. Ikan yang banyak dikonsumsi adalah ikan air laut yaitu 35 keluarga mewakili 70% dari seluruh jumlah responden. Jumlah konsumsi dipengaruhi oleh banyak variabel antara lain adalah jumlah konsumen, tingkat pendapatan, kebiasaan dan kesenangan konsumen (selera), harga barang pengganti (barang substitusi), budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Permintaan masyarakat Desa Wonokerto terhadap ikan dipengaruhi oleh adanya barang substitusi karena jumlah permintaan barang substitusi lebih tinggi dari pada permintaan akan ikan. Besarnya pengaruh variabel-variabel ini ditunjukkan oleh koefisien regresi sebesar 0.490 hal ini berarti 49% perubahan jumlah konsumsi ikan dipengaruhi oleh variabel bebas yang tersebut diatas, sedangkan sisanya 51% disebabkan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model.
2. Dari analisa regresi linier berganda dapat dilihat seberapa besar pengaruh variabel-variabel jumlah konsumen ( $X_1$ ) sebesar 0.252, kebiasaan dan kesenangan konsumen (selera) ( $X_3$ ) sebesar 1.785, harga barang pengganti (barang substitusi) ( $X_4$ ) sebesar 0.811, harga ikan ( $X_5$ ) sebesar 0.158, budaya ( $X_6$ ) sebesar 0.383, dan pribadi ( $X_8$ ) sebesar 0.549. Koefisien regresi bernilai positif, maka apabila jumlah konsumen, selera, harga barang pengganti, harga

ikan, budaya, dan pribadi meningkat akan meningkatkan jumlah konsumsi ikan. Begitu juga sebaliknya apabila jumlah konsumen, selera, harga barang pengganti, harga ikan, budaya, dan pribadi menurun jumlah konsumsi ikan juga ikut menurun. Koefisien regresi tingkat pendapatan konsumen (X2) sebesar -0.847, sosial (X7) sebesar -0.792, dan psikologis (X9) sebesar -0.062. Karena koefisien bernilai negatif, maka apabila pendapatan, sosial, dan psikologis semakin tinggi masyarakat tidak mengkonsumsi ikan, atau masyarakat lebih memilih mengkonsumsi barang substitusi atau barang pengganti lain.

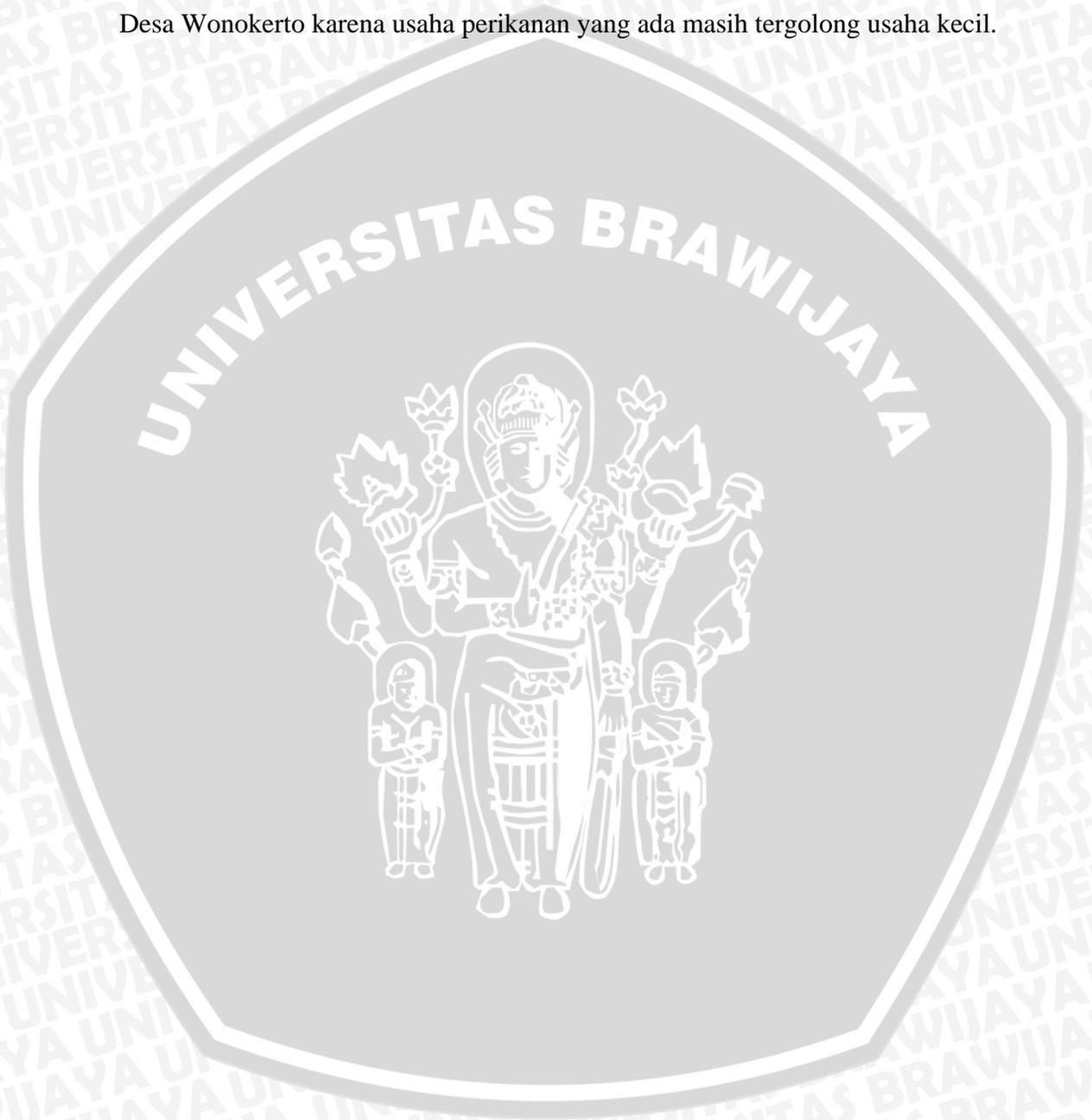
3. Ketersediaan ikan bergantung pada musim, jika sedang musim ikan maka jumlahnya banyak dan jika tidak musim ikan jumlahnya sedikit. Tingkat kandungan zat gizi yang paling banyak dikonsumsi adalah untuk ikan lele dengan jumlah konsumsi dalam setiap bulannya sebanyak 11 kg sehingga jumlah zat gizi yang diperoleh sebanyak 32.736 kalori dan untuk konsumsi ikan perbulannya yang paling rendah adalah konsumsi ikan tuna sebanyak 3 kg sehingga jumlah zat gizi yang diperoleh sebanyak 2.712 kalori. Rata-rata konsumsi per kapita per tahun adalah sebesar 27.397 kg/kapita/tahun.

## 6.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan maka dapat disarankan sebagai berikut:

1. Hendaknya masyarakat Desa Wonokerto lebih banyak mengkonsumsi ikan karena masyarakat yang lebih cenderung mengkonsumsi barang pengganti yaitu telur.
2. Adanya penyuluhan terhadap masyarakat dari pihak pemerintah akan pentingnya mengkonsumsi ikan.

3. Untuk Desa Wonokerto hendaknya menyediakan jenis ikan yang lebih banyak lagi. Penambahan ikan ini berupa ikan segar dan ikan olahan.
4. Pemerintah diharapkan memberikan bantuan bagi usaha perikanan yang ada di Desa Wonokerto karena usaha perikanan yang ada masih tergolong usaha kecil.



## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto S. 1986. *Prosedur Penelitian*. Rineka Cipta: Yogyakarta.
- Buwono I. 2000. *Kebutuhan Asam Amino Esensial Dalam Rangsum Ikan*. Kanisius: Yogyakarta.
- Cravens D. 1996. *Strategic Marketing, Jilid 1, Edisi ke Empat*, diterjemahkan oleh Lina Salim. Andi: Yogyakarta.
- Engel. 1994. *Customer Behavior, Jilid 1, Edisi ke Enam*, diterjemahkan oleh FX. Budiyo. Binarupa Aksara: Jakarta.
- Hanafiah dan Seafuddin. 1983. *tata niaga hasil perikanan*. UI Press: Jakarta.
- Hardiansyah dan Briawan D. 1990. *Penilaian Dan Perencanaan Konsumsi Pangan*. Jurusan Gizi Masyarakat dan Sumberdaya Kelurga Fakultas Pertanian. IPB. Bogor.
- Junianto. 2003. *Teknik Penanganan Ikan*. Penebar Swadaya: Jakarta.
- Kotler P. 2002. *Manajemen Pemasaran, Edisi Melenium*. Perhalindo: Jakarta.
- Ma'ruf H. 2006. *Pemasaran Ritel*. PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Marzuki. 1989. *Metodologi Riset*. FE UII: Yogyakarta.
- McDaniel dan Gates, 2001. *Riset Pemasaran Kontemporer*. Salemba Empat. Jakarta.
- Mowen M. 2002. *Perilaku Konsumen Jilid 1, Edisi ke Lima*. Erlangga: Jakarta.
- Muchtadi D. 1996. *Seminar Hari Pangan Sedunia XVI (Jaminan Keamanan dan Manfaatkan Bagi Kesehatan Masyarakat)*. Panitia Bidang Hari Pangan HPS XVI: Jakarta. Narbuko, C. et al., 1999. *Metode Penelitian*. PT. Bumi Akasara. Jakarta.
- Narbuko, C. et al., 1999. *Metode Penelitian*. PT. Bumi Akasara. Jakarta.
- Prasetyowati, Denik. 2005. *Analisis Hubungan Strategi Pemasaran Terhadap Intensitas Pembelian Benih Udang Windu (Panaeus monodon) Di UD. ULFA JAYA Desa Blawi Kecamatan Karangbinangun Kabupaten Lamongan Jawa Timur*. [SKRIPSI] (Tidak dipublikasikan). Universitas Brawijaya. Malang.
- Rai Nyoman K. 1996. *Seminar Hari Pangan Sedunia XVI (Peranan Ikan Dalam Pola Konsumsi Penduduk Indonesia)*. Panitia Bidang Hari Pangan HPS XVI: Jakarta.
- Riniwati, 2005. *Teori Ekonomi Mikro*. Fakultas Perikanan Universitas Brawijaya. Malang.

- Satriyawan, Alif. 2006. *Analisis Permintaan Udang Indonesia Di Pasar Internasional (Amerika Serikat dan Jepang) Dalam Mendukung Pengembangan Perikanan Ekspor Udang Nasional*. [SKRIPSI] (Tidak dipublikasikan) Universitas Brawijaya. Malang.
- Simamora B. 2003. *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Singarimbun M dan Effendi S. 1987. *Metode Penelitian Survei*. PT. Pustaka LP 3 ES: Jakarta.
- Supranto J. 2007. *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Mitra Wacana Media: Jakarta.
- Swatha dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty: ogyakarta.
- Tjiptono F. 1997. *Strategi Pemasaran, Edisi 2*. Andi: Yogyakarta.
- Yarnest. 2004. *Panduan Aplikasi Statistik*. Penerbit Dioma. Malang.
- Zumrotin. 1996. *Seminar Hari Pangan Sedunia XVI (Ketersediaan Produk Perikanan Layak Konsumsi)*. Panitia Bidang Hari Pangan HPS XVI: Jakarta.



