

JURNAL

**PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP IKAN SALAI
DI KOTA PEKANBARU PROVINSI RIAU**

**OLEH
NOVIA SARAH**



**FAKULTAS PERIKANAN DAN KELAUTAN
UNIVERSITAS RIAU
PEKANBARU
2018**

PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP IKAN SALAI DI KOTA PEKANBARU PROVINSI RIAU

Oleh :

Novia Sarah ¹⁾, Lamun Bathara ²⁾, Trisla Warningsih ²⁾
Email : noviasarah54@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini tentang preferensi konsumen terhadap ikan salai di Kota Pekanbaru Provinsi Riau telah dilakukan pada bulan Februari 2018. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap ikan salai yang dibeli konsumen di Kota Pekanbaru. Metode penelitian yang digunakan adalah Metode Survey dengan melakukan pengamatan secara langsung ke lapangan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yakni teknik Accidental yang dilakukan secara proporsi dengan jumlah responden sebanyak 60 konsumen.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa atribut yang berpengaruh terhadap preferensi konsumen ikan salai adalah atribut harga, rasa, tekstur, mutu dan ukuran ikan/ekor (kg). Harga dengan skor 104, rasa dengan skor 152, tekstur dengan skor 161, mutudengan skor 166 dan ukuran ikan/ekor (kg) dengan skor 183. Preferensi konsumen terhadap ikan salai jatuh pada atribut harga, karena skor pada atribut harga rendah dan skor terendahlah yang menjadi preferensi konsumen.

Kata kunci : Preferensi, Konsumen, Ikan Salai, Kota Pekanbaru.

¹⁾ Mahasiswa di Fakultas Perikanan dan Kelautan, Universitas Riau

²⁾ Dosen Fakultas Perikanan dan Kelautan, Universitas Riau

**CONSUMER PREFERENCES ON SALAI FISH
IN THE CITY OF PEKANBARU
RIAU PROVINCE**

By:

Novia Sarah ¹⁾, Lamun Bathara ²⁾, Trisla Warningsih ²⁾
Email : noviasarah54@gmail.com

ABSTRACT

This research is about consumer preference to Salai Fish in the city of Pekanbaru Riau Province has been done in February 2018. The purpose of this research was knew consumer preference to Salai Fish purchased by consumer in Pekanbaru City. The research method be used Survey Method by conducting observations directly to the field. The sampling technique be used Accidental technique that has been done in proportion with the number of respondents as many as 60 consumers.

The result of research indicate that attribute that influence to consumer preference of Salai Fish attribute of price, taste, texture, quality and size of fish / tail (kg). Price with a score of 104, taste with a score 152, texture with a score 161, quality with a score 166 and size of fish / tail (kg) with score 183. Consumer preferences for the Salai Fish fall on the price attribute, because the scores on the low price attribute and the lowest score were the consumer preference.

Keywords: Preferences, Consumers, Salai Fish, Pekanbaru City.

¹⁾ Students in the Faculty of Fisheries and Marine, University of Riau

²⁾ Lecturer in Faculty of Fisheries and Marine, University of Riau

PENDAHULUAN

Kota Pekanbaru sebagai ibu Kota Provinsi Riau berfungsi sebagai pusat pemerintahan Provinsi Riau, pusat pendidikan, pusat perdagangan, industri dan jasa. Pekanbaru saat ini memiliki perkembangan yang cukup pesat, perkembangan tersebut terlihat dari tumbuhnya pusat-pusat perdagangan moderen dan tradisional, selain di pusat kota juga tersebar di kecamatan-kecamatan dalam Kota Pekanbaru. Secara administratif Kota Pekanbaru memiliki 12 Kecamatan dan 58 Kelurahan/Desa.

Pasar merupakan salah satu sarana perekonomian sebagai pusat kegiatan perbelanjaan yang diperlukan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya serta dimanfaatkan oleh para pedagang sebagai tempat berusaha yang disediakan oleh pemerintah daerah maupun oleh pihak swasta.

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar.

Perkembangan Kota Pekanbaru semakin lama semakin pesat dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, untuk itu Pemerintah Kota Pekanbaru dan masyarakat membangun pasar tradisional terutama untuk mengurangi pasar-pasar kaget. Maka dari itu Pemerintah Kota Pekanbaru membangun beberapa pasar tradisional diantaranya pasar Pemerintah Kota Pekanbaru yang dikelola yakni Pasar Bawah, Pasar

Sail Dan Pasar Palapa sedangkan pasar tradisional milik swasta salah satu diantaranya adalah Pasar Arengka.

Pasar Bawah berlokasi di Jalan Ahmad Yani di Kecamatan Senapelan, Kabupaten Pekanbaru Propinsi Riau. Pasar Bawah merupakan pusat perbelanjaan terkenal yang telah menjadi ikon tempat wisata belanja di Kota Pekanbaru. Pasar ini telah menjadi *trade-mark* tersendiri bagi banyak orang. Karena telah menjadi tempat belanja favorit masyarakat, Pasar Bawah akhirnya diresmikan oleh Pemerintah sebagai Pasar Wisata (<http://riauberbagi.blogspot.com/2016/01/wisata-belanja-pasar-bawah-pekanbaru.html>)

Pasar Sail terletak di Jalan Hangtuh Suka Mulia Kota Pekanbaru. Pasar Sail ini terdiri dari 2 lantai yakni lantai pertama menjual kebutuhan harian, pakaian, barang-barang elektronik dan lain sebagainya. Sedangkan lantai keduanya menjual makanan seperti mie rebus, kue, sayuran, daging dan ikan. Ikan yang dijual dipasar sail ini tidak hanya ikan segar melainkan ikan salai juga. Ada beberapa jenis ikan salai yang di jual di Pasar Sail ini yakni ikan Salai Baung, ikan Salai Selais, ikan Salai Patin, ikan Salai Lele, ikan Salai Motan. Ikan-ikan salai tersebut berasal dari Palembang dan kampung patin di Bangkinang Kabupaten Kampar.

Pasar Palapa Pekanbaru adalah pasar tradisional yang menjual bermacam-macam kebutuhan, kegiatan Pasar Palapa setiap hari ramai dikunjungi dan menjual berbagai kebutuhan masyarakat baik barang kebutuhan harian seperti mulai dari sayur-mayur, barang, unggas, cincin batu

akik, pakaian, obat-obatan, daging, ikan, ayam dan kebutuhan lainnya (<http://respository.unri.ac.id/xmlui/bits/tream/handle>)

Pasar Pagi Arengka terletak tepatnya disimpang empat lampu merah Jalan Soekarno-Hatta Kota Pekanbaru. Pasar ini sangat potensial sekali sebagai tempat memenuhi kebutuhan pokok bagi masyarakat pekanbaru. Hal ini di tandai dengan sangat ramainya masyarakat yang datang untuk mencari kebutuhan yang diperlukan sehari-hari.

Berdasarkan beberapa pasar diatas, pasar yang paling banyak menjual jenis ikan salai ialah pasar bawah dan penjualnya pun lebih banyak dari pasar arengka, pasar bawah dan pasar sail. Penjual ikan salai di pasar bawah ini kebanyakan mengambil ikan salai tersebut dari pusatnya langsung yakni dipalembang dan hanya beberapa jenis ikan saja yang berasal dari kampung patin/ dikampar saja.

Pengawetan ikan secara tradisional bertujuan untuk mengurangi kadar air dalam tubuh ikan, sehingga tidak memberikan kesempatan bagi bakteri untuk berkembang biak. Untuk mendapatkan hasil awetan yang bermutu tinggi diperlukan perlakuan yang baik selama proses pengawetan seperti menjaga kebersihan bahan dan alat yang digunakan, menggunakan ikan yang masih segar, serta garam yang bersih. Ada bermacam-macam pengawetan ikan salah satunya yakni pengasapan (Nurjanah *et al.* 2010).

Pengawetan ikan dengan pengasapan sudah lama dilakukan manusia. Teknologi pengasapan termasuk cara pengawetan ikan yang telah diterapkan secara turun temurun. Istilah pengasapan

(*smoking*) diartikan untuk penyerapan bermacam-macam senyawa kimia yang berasal dari asap kayu ke dalam daging ikan, disertai dengan setengah pengeringan dan biasanya didahului dengan proses penggaraman. Pengasapan juga sering dikombinasikan dengan pengeringan sinar matahari atau perlakuan pendahuluan dengan penggaraman. Jadi, istilah *smoke curing* meliputi seluruh proses yang dimulai dari tahap persiapan bahan mentah sampai ke pengasapan terakhir yang mengakibatkan perubahan bahan mentah sampai ke pengasapan terakhir yang mengakibatkan perubahan warna, flavor dan tekstur ikan. Sedangkan tujuan pengasapan dalam pengawetan ikan adalah untuk mengawetkan dan memberi warna serta asap yang khusus pada ikan asap/ikan salai.

Ikan salai merupakan ikan basah yang masih segar lalu dikeringkan dengan proses penyalan (pengasapan) yang dilakukan selama 1-2 hari. Proses ini selain membuat ikan lebih tahan lama untuk disimpan, juga rasa ikan menjadi lebih nikmat dan tidak mengurangi protein yang ada pada ikan tersebut.

Preferensi konsumen dapat berarti kesukaan, pilihan atau sesuatu hal yang lebih disukai konsumen. Preferensi memiliki tujuan yang merupakan keputusan akhir dalam proses pembelian untuk dapat dinikmati oleh konsumen sehingga dapat mencapai kepuasan konsumen. Preferensi konsumen terhadap ikan salai di Kota Pekanbaru merupakan informasi penting bagi para penjual ikan salai disetiap pasar khususnya bagi para pedagang ikan salai.

LANDASAN TEORI

Ikan asap merupakan salah satu produk olahan yang digemari konsumen baik di Indonesia maupun di mancanegara karena rasanya yang khas dan aroma yang sedap spesifik. Proses pengasapan ikan di Indonesia pada mulanya masih dilakukan secara tradisional menggunakan peralatan yang sederhana serta kurang memperhatikan aspek sanitasi dan higienis sehingga dapat memberikan dampak bagi kesehatan dan lingkungan. Kelemahan yang ditimbulkan oleh pengasapan tradisional antara lain kenampakan kurang menarik (hangus sebagian), kontrol suhu sulit dilakukan dan mencemari udara (Swastawati, 2011).

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Suatu kegiatan manusia untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen melalui serangkaian proses menciptakan, menyampaikan, mengkomunikasikan produk (barang, jasa, atau ide) dan dengan cara yang menguntungkan guna mencapai tujuan (Daryanto, 2011)

Perilaku konsumen merupakan aktifitas manusia meliputi kegiatan mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi serta menilai tingkat kepuasan. Oleh karena itu pihak penjual perlu melakukan strategi dalam hal memasarkan produk, harga, tempat (saluran distribusi dan promosi) yang dipengaruhi oleh perilaku konsumen dalam hal keputusan membeli (Angipora, 2009)

Preferensi konsumen dapat berarti kesukaan, pilihan atau sesuatu hal yang lebih disukai konsumen. Preferensi memiliki tujuan yang merupakan keputusan akhir dalam proses pembelian untuk dapat dinikmati oleh konsumen sehingga dapat mencapai kepuasan konsumen. Dengan preferensi dan anggaran yang tersedia, dapat diketahui bagaimana setiap konsumen memilih berapa banyak barang yang dibeli. Hal ini dapat diasumsikan bahwa konsumen dapat membuat pilihan secara rasional, mereka yang memilih barang untuk memaksimalkan kepuasan yang dapat mereka raih dengan anggaran terbatas yang mereka miliki (Pindyck dan Rubinfeld, 2012)

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 14 sampai 27 Februari 2018 yang berlokasi di Kota Pekanbaru Provinsi Riau yakni ada empat pasar diantaranya Pasar Arengka, Pasar Bawah, Pasar Sail Dan Pasar Palapa. Lokasi Penelitian ini ditentukan secara *purposive* (sengaja), dengan dasar pertimbangan bahwa provinsi Riau memiliki potensi perikanan berupa ikan salai yang cukup besar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan melakukan pengamatan secara langsung ke lapangan (observasi) dengan mewawancarai beberapa konsumen sebagai responden. Menurut Mubyarto dan Suratno (2009), metode survey merupakan satu cara yang utama untuk mengumpulkan data primer bila data sekunder dianggap belum cukup lengkap untuk menjawab sesuatu pertanyaan.

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli

ikan salai di Kota Pekanbaru Provinsi Riau yakni di Pasar Arengka, Pasar Bawah, Pasar Sail Dan Pasar Palapa. Penelitian ini dilakukan terhadap konsumen ikan salai, jumlah responden yang akan diteliti yakni sebanyak 60 responden. Pengambilan responden dilakukan secara proporsi dan accidental Menurut Arikunto (2013), pengambilan sampel secara proporsi dilakukan dengan mengambil subyek dari setiap strata atau setiap wilayah ditentukan seimbang dengan banyaknya subyek dalam masing-masing strata atau wilayah.

Pasar Bawah responden yang diambil adalah berjumlah 20 orang, Pasar Sail berjumlah 15 orang, Pasar Palapa berjumlah 10 orang dan Pasar Arengka berjumlah 15 orang. Hal ini dilihat dari segi banyaknya penjual/pedagang ikan salai dipasar. Untuk Pasar Bawah penjualnya ada 3 orang, sedangkan untuk Pasar Sail, Pasar Palapa dan Pasar Arengka hanya ada 2 orang penjual ikan salai, maka dari itu peneliti mengambil responden dengan melihat pasar yang lebih dominan banyak penjualnya. Setelah itu barulah ditentukan secara Accidental yakni siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti di pasar khususnya pasar yang menjual ikan salai.

ANALISIS DATA

1. Untuk menjawab tujuan penelitian yang pertama yaitu untuk mengetahui karakteristik konsumen yang melakukan pembelian ikan salai maka dapat dianalisis secara deskriptif. Analisis Deskriptif berguna untuk mengidentifikasi karakteristik responden. Identifikasi karakteristik responden yakni seperti jenis kelamin, umur, asal,

status perkawinan, pekerjaan, jumlah tanggungan, tingkat pendapatan, jumlah anggota keluarga dan tingkat pendidikan dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif.

2. Untuk menjawab tujuan penelitian yang kedua yaitu untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap ikan salai yang dibeli konsumen maka dapat dianalisis menggunakan Metode Concordance Kendall. Concordance Kendall berguna untuk menghitung langsung atribut ikan salai dengan menggunakan Metode Concordance Kendall (Santoso, 2010), digunakan rumus :

$$W = \frac{S}{\frac{1}{12}K^2(N^3 - N)}$$

Dan

$$S = \sum \left(r_j - \frac{\sum R_j}{N} \right)^2$$

Dimana :

W = Koefisien concordance Kendall

S = Jumlah kuadrat deviasi observasi dari rata-rata R_j

N = Jumlah atribut

K = Jumlah konsumen

$\frac{1}{12}k^2(N^3 - N)$ = Jumlah maksimum yang mungkin dicapai deviasi kuadrat yaitu jumlah s yang dapat terjadi dengan adanya kecocokan sempurna diantara k ranking

R_j = Jumlah ranking yang diberikan untuk tiap-tiap atribut

Rumus tersebut diolah menggunakan Program SPSS Versi 19.

Hipotesa yang digunakan dalam penelitian ini secara matematis dapat ditulis :

H_0 : $W = 0$; tidak ada kesesuaian preferensi diantara

konsumen terhadap atribut ikan salai
 $H_a : W \neq 0$; ada kesesuaian preferensi diantara konsumen terhadap atribut ikan salai

Untuk menguji signifikan nilai W digunakan rumus : $X^2 = k(N-1)W$

Bila nilai $X^2_{hitung} >$ nilai X^2 tabel, maka H_0 ditolak artinya ada kesesuaian preferensi diantara konsumen terhadap ikan salai. Bila nilai $X^2_{hitung} <$ nilai X^2 tabel, maka H_0 diterima artinya tidak ada kesesuaian preferensi diantara konsumen terhadap atribut olahan ikan salai.

Jika :

$W = 1$, berarti kesesuaian tinggi (sempurna)

$0 < W < 1$, berarti kesesuaian tidak sempurna

$W = 0$, berarti tidak ada kesesuaian

Rumus model (Azwar, 2011) adalah sebagai berikut :

$$A_{a-d} = \sum_{i=1}^n w_i (I_i \cdot X_i)$$

Keterangan :

A_{a-d} = Sikap terhadap jenis produk a s/d d

W_i = Kepentingan atribut i

I_i = Performans (tampilan) "ideal" pada atribut i .

X = Kepercayaan mengenai performans aktual jenis produkyang bersangkutan pada atribut i .

a = Salai Selais

b = Salai Baung

c = Salai Patin

d = Salai Motan

n = Jumlah atribut

i = atribut rasa, harga, tekstur, mutu dan ukuran.

Menurut Engel *et. ai*, (1994), kriteria - kriteria dari masing - masing skor bagi kepentingan atribut, angka ideal serta

kepercayaan produk adalah sebagai berikut ;

a. Kriteria Skor Kepentingan Atribut

1 : Sangat Penting

2 : Penting

3 : Kurang Penting

4 : Tidak Penting

b. Kriteria Skor Angka Ideal dan Kepercayaan Produk

Atribut Rasa Ikan Salai

1 : Sangat lezat

2 : Lezat

3 : Kurang Lezat

4 : Tidak Lezat

Atribut Harga Ikan Salai

1 : Sangat murah

2 : Murah

3 : Mahal

4 : Sangat Mahal

Atribut Mutu Ikan Salai

1 : Sangat baik

2 : Baik

3 : Kurang Baik

4 : Tidak baik

Atribut Tekstur Ikan Salai

1 : Sangat bagus

2 : Bagus

3 : Kurang bagus

4 : Tidak Bagus

Atribut Ukuran Ikan Salai

1 : Besar (ekor/kg)

2 : Sedang (ekor/kg)

3 : Kecil (ekor/kg)

4 : Sangat Kecil (ekor/kg)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kota Pekanbaru merupakan ibu kota Provinsi Riau yang terletak sangat strategis sehingga bagus untuk kawasan bisnis dan perdagangan. Kawasan perdagangan yang dimaksud adalah tempat perbelanjaan, salah satunya yakni pasar tradisonal. Pasar-pasar yang akan diteliti ada 4 pasar yang lokasinya berbentuk arah mata angin dimana arah utara yakni pasar sail, arah timur yakni pasar palapa, arah

barat yakni pasar bawah dan arah selatan yakni pasar pagi arengka.

Kota Pekanbaru pada umumnya beriklim tropis dengan suhu udara maksimum berkisar antara 34,1° C - 35,6° C dan suhu minimum antara 20,2° C - 23,0° C. Kota Pekanbaru terletak antara 101°14' - 101°34' Bujur Timur dan 0°25' - 0°45' Lintang Utara. Dengan ketinggian dari permukaan laut berkisar 5 - 50 meter. Permukaan wilayah bagian utara landai dan bergelombang dengan ketinggian berkisar antara 5 - 11 meter.

Adapun lokasi daerah penelitian ini meliputi Pasar Palapa, Pasar Arengka, Pasar Sail dan Pasar Bawah, yang mana kondisi pasar-pasar tersebut dapat diuraikan seperti dibawah ini :

1. Pasar Palapa

Pasar Palapa ini selain menjual berbagai macam burung, juga menjual berbagai macam kebutuhan pokok seperti sayur-sayuran, buah-buahan, ikan segar dan juga menjual ikan salai. Ikan salai merupakan ikan yang diasapi dalam 1-2 hari. Ikan salai yang dijual pada Pasar Palapa ini ada beberapa jenis yakni seperti ikan Salai Selais, ikan Salai Patin, ikan Salai Baung, ikan Salai Lele, ikan Salai Motan dan ikan Salai Pantau. Harga pada ikan Salai Selais yaitu Rp 285.000/kg, ikan Salai Patin yaitu Rp 69.000/kg, ikan Salai Baung yaitu Rp 167.000/kg dan harga ikan Salai Motan yaitu Rp 100.000/kg. Adapun rata-rata ikan salai yang ditawarkan oleh penjual ke pembeli/konsumen yakni sekitar lebih kurang 30 kg/minggu. Hal ini disebabkan karena harga ikan salai yang cukup mahal, sehingga hanya sedikit ikan salai yang ditawarkan ke pembeli setiap minggunya.

2. Pasar Pagi Arengka

Pasar Pagi Arengka ini juga menjual berbagai macam ikan salai yakni ikan Salai Baung, Lele, Patin, Selais, Juaro, Motan dan Sembilang. Untuk Ikan Salai Baung harganya Rp 175.000/kg, ikan Salai Motan harganya Rp 96.000/kg, ikan Salai Selais 290.000/kg, ikan Salai Patin Rp 70.000/kg, ikan Sali Lele Rp 85.000/kg dan untuk ikan Salai Sembilang harganya Rp 110.00/kg. Adapun rata-rata yang ditawarkan penjual ke pembeli setiap minggunya yakni sebanyak 72 kg.

3. Pasar Sail

Pasar sail ini menjual berbagai jenis kebutuhan pokok masyarakat diantaranya yakni sayuran, buah-buahan serta ikan. Selain ikan segar salah satu jenis ikan yang dijual di Pasar Sail ini yakni ikan salai. Ikan salai yang dijual di Pasar ini seperti ikan Salai Patin, Lele, Baung, Motan, dan Selais. Di Pasar Sail ini Harga ikan Salai Baung Rp 210.000/kg, Salai Motan Rp 90.000/kg, Salai Patin 72.000/kg, Salai Selais Rp 290.000/kg dan Salai Lele Rp 85.000/kg. Rata-rata yang ditawarkan oleh penjual ke pembeli/konsumen biasanya berkisar 36-40 kg/minggunya.

4. Pasar Bawah

Pasar Bawah adalah pasar yang paling banyak menjual berbagai macam jenis ikan Salai, diantaranya yaitu jenis ikan Salai Motan, ikan Salai Lele, ikan Salai Selais, ikan Salai Baung, ikan Salai Patin, ikan Salai Juaro, ikan Salai Pantau, ikan Salai Sembilang, ikan Salai Inggir-inggir, ikan Salai Tapah dan lain sebagainya. Harga ikan Salai Selais Rp 300.000/kg, ikan Salai Baung Rp 180.000/kg, ikan Salai Sembilang Rp 120.000/kg, ikan Salai Lele Rp 100.000/kg, ikan Salai Inggir-inggir

Rp 100.000/kg, ikan Salai Patin 70.000/kg, ikan Salai Juaro Rp 160.000/kg, ikan Sala Pantau Rp 160.000/kg dan ikan Salai Tapah Rp 180.000/kg. Jumlah penawaran ikan salai di Pasar Bawah ini berkisara antara 80-100 kg/minggu.

Karakteristik Responden Konsumen Ikan Salai

Konsumen yang membeli produk ikan salai di Kota Pekanbaru adalah sebagai berikut : Konsumen wanita sebanyak 47 Jiwa dan konsumen pria sebanyak 11 Jiwa. Apabila dilihat dari segi umur, rata-rata konsumen wanita yang lebih dominan daripada konsumen pria yakni berusia 20-40 tahun sebanyak 39 jiwa yaitu 28,41 %. Dilihat dari status pernikahan, konsumen wanita yang telah menikah sebanyak 31 jiwa dan yang belum menikah sebanyak 16 jiwa sedangkan konsumen pria yang telah menikah sebanyak 11 jiwa dan yang belum menikah hanya 2 jiwa.

Dari jenis pekerjaan, konsumen wanita yang bekerja

sebagai pegawai swasta ada 9 jiwa sementara itu, konsumen pria yang bekerja sebagai PNS hanya 3 jiwa, sebagai wiraswasta sebanyak 11 jiwa, diantara beberapa pekerjaan tersebut, yang konsumen lebih banyak ialah ibu rumah tangga sebanyak 24 jiwa. Untuk konsumen pria, yang bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 6 jiwa, sebagai PNS hanya sedikit yakni 2 jiwa dan sebagai wiraswasta sebanyak 5 jiwa.

Rata-rata pendapatan yang diperoleh konsumen wanita yakni Rp1.488.372 (per bulan) lebih tinggi dibandingkan tingkat pendapatan konsumen pria yakni Rp 2.846.155(per bulan). Hal ini disebabkan karena pendapatan pria yang bekerja lebih besar daripada pendapatan ibu rumah tangga.

Preferensi Konsumen Terhadap Ikan Salai Di Kota Pekanbaru

Untuk mengetahui lebih lengkap tentang preferensi konsumen terhadap ikan salai di Kota Pekanbaru dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah Konsumen Terhadap Ikan Salai di Kota Pekanbaru

No	Jenis Ikan Salai	Jumlah Konsumen (Jiwa)	Persentase
1	Salai Selais	6	10,00
2	Salai Baung	13	21,67
3	Salai Patin	30	50,00
4	Salai Motan	11	18,33
Jumlah		60	100,00

Sumber : Olahan Data Primer, 2018

Dari Tabel 1, terlihat bahwa tingkat pilihan (preferensi) konsumen dalam membeli ikan salai di Kota Pekanbaru jatuh pada ikan Salai Patin yaitu sebanyak 30 jiwa konsumen. Karakteristik konsumen yang memilih ikan salai Patin adalah dominan telah menikah sebanyak 25 jiwa yang umumnya pendidikannya

adalah SMP dan merupakan ibu rumah tangga. Jumlah pendapatan yang dominan membeli ikan salai patin adalah Rp 300.000- Rp 800.000.

Karakteristik konsumen yang memilih jenis ikan salai Selais sebanyak 6 jiwa dengan persentase 10,00 %, yang pada umumnya

pekerjaan konsumen adalah sebagai Wiraswasta hanya 1 jiwa dan Konsumen yang bekerja sebagai PNS sebanyak 3 jiwa serta konsumen yang bekerja sebagai pegawai swasta ialah sebanyak 2 jiwa. Konsumen yang memilih ikan salai Baung ada 13 jiwa dengan persentase 21,67 %, dilihat dari jenis pekerjaan umumnya berprofesi sebagai pegawai swasta ada 5 jiwa, sebagai PNS hanya 2 jiwa, Wiraswasta sebanyak 5 jiwa dan IRT 1 jiwa.

Konsumen yang memilih ikan salai Motan sebanyak 11 Jiwa, dilihat dari karakteristik konsumen berdasarkan jenis pekerjaan, umumnya konsumen tersebut dominan sebagai Pegawai Swasta yakni sebanyak 5 jiwa, untuk konsumen yang pekerjaannya sebagai Wiraswasta sebanyak 2 jiwa dan sebagai Ibu Rumah Tangga sebanyak 4 jiwa. Konsumen yang membeli ikan salai di Kota Pekanbaru berdomisili di panam, Sukajadi, Tampan dan berasal dari luar kota pekanbaru.

Preferensi Konsumen jatuh pada ikan salai Patin dengan alasan harganya yang murah dan masih dapat terjangkau oleh para

konsumen/pembeli. Harga pada empat pasar tersebut berbeda tetapi harga di Pasar Arengka dan pasar Bawah sama yaitu Rp 70.000/kg sedangkan di Pasar Palapa harga ikan Salai Patin Rp 69.000/kg dan di Pasar Pagi Arengka Rp 72.000/kg.

Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Ikan Salai Di Kota Pekanbaru

Berdasarkan pilihan konsumen terhadap atribut ikan salai yang ditetapkan yaitu harga, rasa, mutu, tekstur dan ukuran ikan/ekor dalam satu bungkus/kg. Atribut harga merupakan atribut urutan pertama yang diprioritaskan konsumen dalam memilih atribut ikan salai. Prioritas kedua yang dipilih konsumen dalam memilih ikan salai ialah rasa, untuk prioritas ketiga yaitu jatuh pada tekstur ikan salai tersebut, Prioritas keempat ialah mutu dan prioritas kelima jatuh pada ukuran ikan salai/ekor dalam satu bungkus/kg. Untuk mengetahui lebih lengkap preferensi konsumen terhadap ikan salai di Kota Pekanbaru dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Ikan Salai di Kota Pekanbaru

No	Atribut Ikan Salai	Jumlah Konsumen (Jiwa)	Jumlah Skor Atribut
1	Harga	32	104
2	Rasa	15	152
3	Tekstur	6	161
4	Mutu	4	166
5	Ukuran	3	183
Jumlah		60	766

Sumber : Olahan Data Primer, 2018

Berdasarkan jumlah skor yang diperoleh masing-masing pada atribut Tabel 2, dapat dilihat bahwa atribut harga memperoleh jumlah

skor terendah, artinya preferensi konsumen jatuh pada atribut harga. Pilihan kedua dan seterusnya adalah

pada atribut rasa, tekstur, mutu dan ukuran ikan/ekor.

Dari analisis Koefisien Concordance Kendall, diperoleh $W=0.297$ (Lampiran 6). Berdasarkan hasil yang diperoleh dari W yaitu 0.297 maka $0 < W < 1$, berarti kesesuaian tidak sempurna, karena konsumen mempunyai preferensi yang berbeda diantara atribut ikan salai. Berdasarkan uji signifikan yang dilakukan terhadap nilai W , diperoleh nilai X^2 (Chi Square) hitung ($71,272$) $> X^2$ tabel, X^2 tabel ($0.05 ; 4$) = $9,49$ maka H_0 ditolak,

artinya ada kesesuaian preferensi konsumen terhadap atribut ikan salai. Hal ini berarti ada pengaruh yang signifikan, yakni signifikan terhadap ke lima atribut seperti atribut harga, rasa, tekstur, mutu dan ukuran ikan/ekor, akan tetapi yang paling berpengaruh disini ialah terdapat pada atribut harga, karena harga memiliki skor yang paling rendah. Preferensi konsumen terhadap atribut ikan salai selais, ikan salai baung, ikan salai patin dan ikan salai motan di Kota Pekanbaru maka dapat dilihat pada Tabel 3

Tabel 3. Preferensi Konsumen Terhadap Ikan Salai di Kota Pekanbaru

Preferensi Konsumen (Jiwa)						
Jenis Ikan	Jumlah Konsumen (Jiwa)	Harga	Rasa	Tekstur	Mutu	Ukuran ikan/ekor
Selais	6	2	3	-	-	1
Baung	13	8	4	1	-	-
Patin	30	17	6	4	3	-
Motan	11	5	2	1	1	2
Jumlah	60	32	15	6	4	3

Sumber : *Olahan Data Primer, 2018*

Data pada Tabel 3, menunjukkan bahwa atribut harga merupakan atribut yang dominan dipilih oleh konsumen. Konsumen yang memilih atribut harga pada totalnya sebanyak 32 jiwa, yang memilih atribut rasa sebanyak 15 jiwa, yang memilih atribut tekstur sebanyak 6 jiwa, yang memilih atribut mutu 4 jiwa dan pada atribut ukuran ikan/ekor hanya ada 3 jiwa.

Atribut yang sangat kurang dipilih oleh konsumen yaitu atribut mutu dan atribut ukuran ikan/ekor, hal ini disebabkan karena mutu dan ukuran ikan dari ikan salai tersebut kurang baik.

Jumlah skor yang diberikan oleh konsumen terhadap atribut ikan salai menurut jenis ikan salai dapat dilihat pada Tabel 4

Tabel 4. Jumlah Skor Preferensi Konsumen Terhadap Ikan Salai di Kota Pekanbaru

Jenis Ikan	Jumlah Skor Atribut				
	Harga	Rasa	Tekstur	Mutu	Ukuran Ikan/ekor
Selais	26	41	48	36	54
Baung	17	30	37	46	39
Patin	48	54	43	40	51
Motan	13	27	33	44	39
Jumlah	104	152	161	166	183

Sumber : Olahan Data Primer, 2018

Data pada Tabel 4, menunjukkan bahwa total skor atribut harga merupakan jumlah skor terendah diantara lima atribut ikan salai pada saat penelitian. Berdasarkan jumlah skor atribut pada Tabel 4, maka tingkat preferensi konsumen terhadap ikan salai secara berturut-turut adalah mulai dari atribut harga, rasa, tekstur, mutu dan ukuran ikan/ekor per kilogram.

Dibandingkan dengan penelitian (Yolanda M.T.N), menunjukkan bahwa rasa menjadi atribut yang paling penting bagi konsumen dalam pemilihan ikan asap. Atribut rasa memiliki skor terendah. Atribut-atribut selanjutnya berurutan sesuai dengan tinggi rendahnya skor keyakinan. Sedangkan pada Preferensi Konsumen Terhadap Ikan Salai di Kota Pekanbaru, harga yang menjadi atribut pertama yang memiliki skor terendah, karena harga pada ikan Salai Patin di Pekanbaru tidak terlalu mahal.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa umumnya karakteristik konsumen ikan salai adalah konsumen kaum wanita yang usianya berkisar 20-30 tahun, status menikah, jumlah anggota keluarga berkisar 4-5 jiwa, sebagian besar tinggal di Pekanbaru, asal konsumen berasal dari Pekanbaru dan juga ada yang berasal dari luar seperti Padang, Dumai, Medan dan Jambi. Pendidikan yang paling dominan yakni tamatan SMA, pekerjaan sebagai IRT/Ibu Rumah Tangga dan pendapatan rata-rata rumah tangga sebesar Rp 1.488.372. Dan preferensi (pilihan) pertama yaitu pada ikan salai patin, pilihan kedua yaitu ikan

salai selais, pilihan ketiga yaitu ikan salai baung dan pilihan terakhir jatuh pada ikan salai motan.

SARAN

Melihat preferensi konsumen terhadap ikan salai yang dominan diminati oleh konsumen adalah ikan Salai Patin dikarenakan harganya yang lebih murah, maka disarankan kepada penjual ikan salai agar memperhatikan harga ikan salai, tekstur, dan mutu ikan salai yang sesuai dengan selera para konsumen. Dan dalam menjalankan usaha iakan salai, penjual harus memperhatikan sikap dan perilaku konsumen, sebagai salah satu kunci keberhasilan usaha dan juga lebih ramah kepada para konsumen

DAFTAR PUSTAKA

- Angipora, M.P. 2009. Dasar Pemasaran. Pt.Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Arikunto, S. 2013. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta
- Azwar. 2011. Metode Penelitian Jilid I. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Daryanto. 2011. Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah. Bandung: Satu Nusa
- Engel, J.F. Roger D. Blackwell, Paul W. Miniard. 1994, Consumer Behavior, Jilid 1, Alih Bahasa Budiyo, Penerbit : Binarupa Aksara, Jakarta. Penerbit : Erlangga, Jakarta
- <http://repository.unri.ac.id/xmlui/bitstream/handle/>

- <http://riauberbagi.blogspot.com/2016/01/wisata-belanja-pasar-bawah-pekanbaru.html>
- Mubyarto dan Suratno. 2009. Metodologi Penelitian Ekonomi. Yayasan Agro Ekonomi. Yogyakarta.
- Nurjanah, S.R. dan Yogaswari, 2010. Karakteristik kimia dan fisik sisik ikan gurami (*Osphronemus gouramy*). *Jurnal Sumberdaya Perairan* 4(2):7-12
- Pindyck, R.S and D.L. Rubinfeld. 2012. Mikroekonomi (Terjemahan). Pearson Education Asia Pte dan PT. Prehalindo, Jakarta.
- Santoso, S. dan F. Tjiptono. 2010. Riset Pemasaran: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS. PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Swastawati, Fronthea. 2011. Studi Kelayakan Dan Efisiensi Usaha Pengasapan Ikan Dengan Asap Cair Limbah Pertanian. Fakultas Perikanan Dan Ilmu Kelautan Universitas Diponegoro. Semarang