

#### 4. PEMBAHASAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memprediksi populasi, menghitung tingkat konsumsi ikan, dan mengetahui faktor yang berpengaruh terhadap upaya peningkatan konsumsi ikan melalui warung tenda dan angkringan.

Penelitian pendahuluan menunjukkan bahwa pelaku usaha makanan jalanan tersebar sporadis dan cenderung di pusat keramaian (magnet kota/ desa/ daerah). Meski begitu, penelitian pendahuluan juga menunjukkan bahwa pelaku usaha satu sama lain saling mengenal dan bahkan saling bekerja sama misalnya dalam penyediaan bahan baku. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Santoso dan Harsono (2013). Santoso dan Harsono (2013) menjelaskan bahwa usaha makanan jalanan khususnya angkringan saling terhubung satu sama lain. Dijelaskan bahwa usaha angkringan di Ponorogo dilakukan berkelompok dan ada kerjasama terkait penyediaan bahan baku, makanan, bahkan peminjaman gerobak. Hal ini semakin memperkuat bahwa prediksi populasi dapat dilakukan dengan metode sampling berantai, khususnya *snowball sampling*.

Penelitian pendahuluan juga menunjukkan bahwa variasi menu olahan ikan pada warung tenda cenderung sama di setiap wilayah. Didapati bahwa terdapat metode pengolahan tradisional dan non-tradisional di warung tenda. Jenis pengolahan ikan yang paling diminati pada warung tenda adalah dengan cara digoreng. Penggorengan yang dimaksud adalah penggorengan tradisional dengan metode *deep fat frying*. Metode ini populer sebab mudah dan murah untuk dilakukan. Proses penggorengan ikan dilakukan dengan merendam ikan di dalam minyak panas (umumnya 120-180°C) selama beberapa menit. Selama proses penggorengan ikan terjadi perubahan fisikokimia diantaranya penguapan air sehingga ukuran bahan mengecil, denaturasi protein, pembentukan *crust*, serta pembentukan flavor khas dari metode penggorengan yang tentunya berpengaruh terhadap preferensi konsumen (Oke, *et al.*, 2017).

Pada penelitian pendahuluan didapati bahwa jenis metode pengolahan ikan yang paling diminati oleh konsumen angkringan adalah oseng-oseng ikan asin yang sudah dikeringkan. Pembuatan ikan asin dilakukan dengan cara tradisional yaitu dengan merendam ikan dengan garam selama kurun waktu tertentu, dilanjutkan dengan

pengeringan ikan di bawah sinar matahari. Pada proses pembuatan ikan asin terjadi penyerapan garam oleh ikan dan penguapan air yangmana keduanya mempengaruhi cita rasa ikan yang dihasilkan. Di samping itu, jenis pengolahan ini juga dapat meningkatkan umur simpan ikan (Gallart Jornet *et al*, 2006 dalam Kristjansson, 2018).

#### 4.1. Prediksi Populasi

Subjek penelitian ini adalah pelaku usaha warung tenda dan angkringan. Kedua jenis warung tersebut termasuk ke dalam sektor informal sehingga tidak memiliki *sampling frame*. Padahal untuk menghitung tingkat konsumsi ikan se-Kabupaten Kendal, diperlukan data jumlah populasi pelaku usaha, sehingga dilakukanlah proses prediksi populasi. Hasil penelitian pendahuluan menunjukkan bahwa pelaku usaha warung tenda dan angkringan saling terhubung dengan pelaku usaha lain, sehingga populasi dapat diprediksi dengan metode *snowball*. *Snowball* merupakan metode sampling rantai yang memanfaatkan hubungan atau interaksi antar subjek (Hendriks, *et al.*, 2016).

Prediksi populasi dimulai dengan membagi kecamatan sampel ke dalam tiga wilayah, yaitu: timur (Kaliwungu, Kaliwungu Selatan, Boja), tengah (Kendal Kota, Pegandon, Cepiring), dan barat (Rowosari, Pageruyung, Sukorejo). Pada masing-masing wilayah, dipilih satu pelaku usaha (*seed*) untuk masing-masing subjek (warung tenda dan angkringan). Pemilihan *seed* pada tahap awal (*zero stage sampling*) dilakukan secara random. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Hendriks, *et al* (2016). Pemilihan sampel secara random sangat diperlukan untuk mendapatkan sampel yang representatif. Proses sampling dilanjutkan dengan meminta pelaku usaha (*seed*) untuk menyebutkan tiga nama pelaku usaha sejenis (tahap 1). Lalu seluruh pelaku usaha yang disebutkan, diminta untuk menyebutkan tiga nama pelaku usaha lagi (tahap 2). Pada tahap ketiga dilakukan randomisasi yaitu hanya diambil tiga pelaku usaha secara acak untuk masing-masing menyebutkan tiga nama pelaku usaha lainnya. Tujuan randomisasi adalah memastikan randomisasi pada setiap tahap *snowball* dan untuk mengurangi bias (Hendriks, *et al.*, 2016). Proses randomisasi terus dilakukan pada tahapan *snowball* apabila didapati jumlah sampel baru lebih dari 3. Proses *snowball* dihentikan apabila tidak didapati nama baru lagi.

Hasil penelitian (Tabel 10 dan Tabel 11) menunjukkan bahwa terdapat pola yang sama pada sampling *snowball* warung tenda dan angkringan. Didapati bahwa jumlah sampel cenderung meningkat hingga tahap kedua. Pada tahapan selanjutnya, jumlah sampel cenderung turun secara perlahan. Penurunan jumlah sampel baru disebabkan karena ketersediaan sampel yang semakin berkurang. Sementara perbedaan jumlah sampel baru pada masing-masing wilayah menunjukkan adanya perbedaan jumlah subjek di masing-masing wilayah. Semakin banyak jumlah sampel baru menunjukkan semakin banyak rantai antar pelaku usaha. Snijders dan Ove (1994) menjelaskan bahwa semakin banyak jumlah rantai maka jumlah populasi juga semakin banyak.

#### **4.1.1. Optimasi Sampling *Snowball***

Proses prediksi populasi dilanjutkan dengan tahap optimasi. Pada penelitian ini, sampling *snowball* dimodifikasi dengan proses randomisasi. Randomisasi menyebabkan sampel menjadi representatif dan tidak bias (Hendriks *et al.*, 2016). Namun, randomisasi menyebabkan berkurangnya jumlah sampel karena sampel pasif tidak diminta untuk melakukan sampling. Tahap optimasi berfokus pada penambahan jumlah sampel baru akibat keberadaan sampel pasif. Tahap optimasi dilakukan dengan prinsip interpolasi memanfaatkan nilai faktor ( $P_i$ ). Interpolasi dapat dilakukan karena seluruh indikator optimasi ( $U_i$ ,  $S_{ai}$ ,  $S_{pi}$ , dan  $P_i$ ) bersifat representatif, akibat proses randomisasi.

Hasil optimasi *snowball* (Tabel 12-14 dan Tabel 15-17) menunjukkan bahwa semakin banyak sampel pasif maka akan semakin tinggi hasil optimasi yang didapatkan. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Snijders dan Ove (1994). Snijders dan Ove (1994) menjelaskan bahwa semakin banyak rantai *snowball* mengindikasikan semakin banyak pula populasi subjek tersebut. Mengacu pada Tabel 12, Tabel 13, dan Tabel 14 didapati populasi optimasi warung tenda berjumlah 36 (wilayah timur), 55 (wilayah tengah), dan 49 (wilayah barat). Sementara, berdasarkan Tabel 15, Tabel 16, dan Tabel 17, didapati populasi optimasi angkringan berjumlah 37 (wilayah timur), 26 (wilayah tengah), dan 27 (wilayah barat).

#### 4.1.2. Validasi-Prediksi Populasi

Setelah dilakukan optimasi, proses prediksi populasi dilanjutkan dengan tahap validasi. Tahapan ini bertujuan untuk menyesuaikan jumlah populasi optimasi dengan jumlah populasi pada keadaan asli (populasi aktual). Proses penyesuaian/validasi menghasilkan suatu nilai koefisien yang disebut koefisien validasi (*KV*). Koefisien validasi menunjukkan perbandingan antara populasi aktual pelaku usaha dengan hasil optimasi snowball di suatu wilayah.

Pada penelitian ini, penghitungan populasi aktual hanya dilakukan pada pelaku usaha warung tenda, sehingga tidak didapatkan nilai koefisien validasi (*KV*) berdasarkan usaha angkringan. Meski begitu, nilai koefisien validasi (*KV*) warung tenda di suatu wilayah dapat digunakan untuk memprediksi populasi angkringan di wilayah yang sama. Hal tersebut dikarenakan koefisien validasi menggambarkan besarnya pelaku usaha yang masih belum tercakup dari jumlah populasi optimasi. Besarnya jumlah pelaku usaha pada kedua jenis warung dianggap sebanding, sebab keduanya memiliki iklim usaha yang serupa. Warung tenda dan angkringan termasuk ke dalam kelompok sektor usaha yang sama yaitu sektor informal. Sebagai jenis usaha informal, kedua jenis usaha tersebut muncul sebagai respon terhadap kondisi atau iklim ekonomi lingkungan yang sama, yaitu ketidakterediaan lapangan pekerjaan yang memadai (BAPPENAS, 2009).

Tabel 18 menunjukkan bahwa wilayah dengan nilai koefisien validasi (*KV*) tertinggi adalah wilayah timur (3,17), diikuti barat (2,18) dan tengah (1,93). Semakin tinggi nilai *KV* menunjukkan semakin banyak pula populasi pelaku usaha yang belum tercakup dari hasil optimasi.

Hasil akhir populasi menunjukkan bahwa jumlah pelaku usaha warung tenda cenderung sebanding pada ketiga wilayah sementara jumlah angkringan saling berbeda. Didapati bahwa jumlah populasi warung tenda pada wilayah timur, tengah, dan barat berturut-turut adalah 114, 106, dan 107 (Tabel 18). Sementara hasil prediksi populasi angkringan pada wilayah timur, tengah, dan barat berturut-turut adalah 117, 50, dan 58 (Tabel 19).

#### **4.1.3. Analisis Populasi Prediksi terhadap Realisasi PBB Perkapita**

Hasil prediksi populasi (Tabel 20) menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara tingkat perekonomian wilayah dengan populasi pelaku usaha makanan jalanan (warung tenda dan angkringan). Dengan kata lain, peningkatan atau penurunan tingkat perekonomian tidak serta merta meningkatkan atau menurunkan jumlah pelaku usaha makanan jalanan. Sebagai sektor informal pelaku usaha makanan jalanan muncul akibat ketidakmampuan sektor formal untuk menyediakan lapangan pekerjaan (BAPPENAS, 2009). Umumnya, peningkatan perekonomian cenderung meningkatkan daya beli konsumen sehingga membuat iklim usaha berkembang (Ahmed, *et al.*, 2017). Namun, penurunan tingkat perekonomian juga membuat iklim usaha informal berkembang. Hal tersebut dikarenakan penurunan tingkat perekonomian justru memacu masyarakat untuk membuka usaha informal. Bahkan, usaha informal merupakan salah satu tulang punggung saat Indonesia mengalami krisis moneter dan mengalami pertumbuhan pada masa tersebut (BAPPENAS, 2009).

#### **4.1.4. Prediksi Populasi Warung Tenda dan Angkringan se-Kabupaten Kendal**

Hasil penelitian (Tabel 21) menunjukkan bahwa populasi warung tenda se-Kabupaten Kendal adalah 726. Sementara, populasi angkringan se-Kabupaten Kendal adalah 500. Dengan kata lain, didapati bahwa populasi warung tenda lebih banyak dibandingkan angkringan.

#### **4.2. Tingkat Konsumsi Ikan pada Warung Tenda dan Angkringan di Kabupaten Kendal**

Tingkat konsumsi ikan pada warung tenda dan angkringan dihitung melalui survey dengan metode *recall* (selama 3 hari). Prinsip dari *food recall* adalah meminta responden untuk menyebutkan jenis dan jumlah bahan pangan yang dikonsumsi dalam kurun waktu tertentu (FAO, 2018). Dalam penelitian ini, responden (pelaku usaha warung tenda dan angkringan) diminta untuk menyebutkan jenis, keragaman, dan jumlah ikan (beserta metode pengolahan) yang dibeli untuk dijual selama 3 hari sebelumnya (H-1, H-2, dan H-3) beserta sisanya (jika ada). Survey dilakukan pada waktu *weekday* dan *weekend* yang mana bertujuan untuk mencegah terjadinya bias data akibat perbedaan tingkat konsumsi ikan pada hari-hari biasa dan akhir pekan. Monteiro

*et al* (2017) menjelaskan bahwa terdapat perbedaan pola dan jumlah konsumsi pada hari biasa dan akhir pekan. Di samping itu, survey juga dilakukan pada awal, tengah, dan akhir bulan yang mana juga bertujuan untuk mencegah terjadinya bias data akibat perbedaan tersebut.

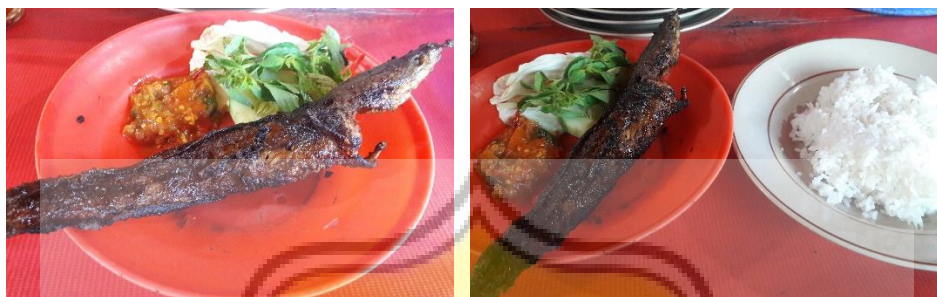
#### **4.2.1. Tingkat Konsumsi Ikan pada Warung Tenda dan Angkringan Per-Kecamatan**

Penghitungan tingkat konsumsi ikan per-kecamatan diawali dengan mengelompokan tingkat konsumsi berdasarkan jenis ikan. Pada Tabel 23 dapat dilihat bahwa jenis ikan dan hewan air segar merupakan jenis yang paling banyak dikonsumsi. Tingginya kebutuhan terhadap ikan segar mengindikasikan perlunya *food supply chain* yang baik, sehingga dapat mempertahankan kualitas ikan dan mencegah kerusakan ikan. Sebagai bahan yang sangat mudah rusak, ikan perlu disimpan dengan tepat misalnya disimpan dalam penyimpanan dingin atau beku. Seiring perkembangan zaman, metode penyimpanan ikan turut berkembang, misalnya penggunaan tekanan tinggi, penyimpanan vakum, maupun pemanfaatan radiasi (Sampels, 2014).

Penghitungan tingkat konsumsi ikan per-kecamatan dilanjutkan dengan menghitung tingkat konsumsi ikan berdasarkan total konsumsi seluruh jenis ikan. Hasil penelitian (Tabel 24) menunjukkan bahwa tingkat konsumsi ikan di warung tenda berkisar 611,14 kg/warung/tahun – 1.232,39 kg/warung/tahun. Kecamatan boja merupakan kecamatan dengan tingkat konsumsi ikan melalui warung tenda tertinggi, sementara kecamatan cepiring adalah kecamatan dengan tingkat konsumsi terendah. Di sisi lain, hasil penelitian (Tabel 26) menunjukkan bahwa tingkat konsumsi ikan di angkringan berkisar 276,46 kg/warung/tahun – 358,58 kg/warung/tahun. Kecamatan dengan tingkat konsumsi ikan melalui angkringan tertinggi adalah cepiring, sementara boja adalah kecamatan terendah.

Mengacu pada Tabel 24 dan 26 dapat diketahui bahwa tingkat konsumsi ikan di angkringan jauh lebih rendah dibandingkan dengan tingkat konsumsi ikan di warung tenda. Kedua perbedaan tersebut dapat disebabkan karena adanya perbedaan mendasar antara kedua jenis warung tersebut, yaitu terkait peran ikan dalam suatu menu makanan.

Pada warung tenda, ikan disajikan dalam jumlah yang sebanding dengan bahan pangan lain. Di sisi lain, pada angkringan menu ikan hanya disajikan dalam jumlah yang sangat kecil dan tidak sebanding dengan bahan pangan lain sehingga hanya sebatas “teman makan”. Contoh penyajian menu ikan pada warung tenda dan angkringan dapat dilihat pada Gambar 5 dan Gambar 6.



Gambar 5. Penyajian Menu Ikan di Warung Tenda (Dokumentasi Pribadi)



Gambar 6. Penyajian Menu Ikan di Angkringan (Dokumentasi Pribadi)

#### 4.2.2. Tingkat Konsumsi Ikan pada Warung Tenda dan Angkringan Per-Wilayah

Tingkat konsumsi ikan per-kecamatan, kemudian dirata-rata berdasarkan letak geografisnya (timur, tengah, dan barat). Rata-rata tingkat konsumsi ikan per wilayah akan digunakan untuk menghitung total konsumsi ikan per wilayah dengan memanfaatkan jumlah populasi warung hasil prediksi pada masing-masing wilayah.

Hasil penelitian (Tabel 27) menunjukkan bahwa wilayah dengan tingkat konsumsi ikan (kg/warung/tahun) tertinggi pada warung tenda adalah wilayah timur sebesar 1.145,30. Sementara itu, tingkat konsumsi ikan pada warung tenda (kg/warung/tahun) di wilayah tengah dan barat cukup sebanding, berturut-turut sebesar 850,91 kg/warung/tahun dan 875,90 kg/warung/tahun. Di sisi lain, hasil penelitian (Tabel 27) menunjukkan bahwa wilayah dengan tingkat konsumsi ikan tertinggi (kg/warung/tahun) pada angkringan

adalah wilayah tengah sebesar 349,92 diikuti wilayah barat sebesar 345,53 kg/warung/tahun dan wilayah timur sebesar 313,26 kg/warung/tahun.

Tingkat konsumsi ikan per wilayah (kg/warung/tahun), kemudian dikali dengan jumlah populasi (warung) yang diperoleh dari tahap prediksi populasi sehingga didapatkan total konsumsi ikan per wilayah (kg/tahun). Pada Tabel 26 dapat dilihat bahwa total konsumsi ikan (kg/tahun) melalui warung tenda berturut-turut adalah 130.564,09 (wilayah timur), 90.196,35 (wilayah tengah), 93.721,19 (wilayah barat). Total konsumsi ikan melalui warung tenda (Tabel 28) pada seluruh wilayah (9 kecamatan) sebesar 314.481,63 (kg/tahun). Di sisi lain, pada Tabel 29 dapat dilihat bahwa total konsumsi ikan (kg/tahun) melalui angkringan berturut-turut adalah 36.651,76 (wilayah timur), 17.496,01 (wilayah tengah), dan 20.040,85 (wilayah barat). Total konsumsi ikan melalui angkringan pada seluruh wilayah (9 kecamatan) sebesar 74.188,62 kg/tahun.

#### **4.2.3. Tingkat Konsumsi Ikan pada Warung Tenda dan Angkringan Se-Kabupaten Kendal**

Tingkat konsumsi ikan se-Kabupaten Kendal dihitung dari ekstrapolasi tingkat konsumsi ikan di 9 kecamatan sampel menjadi 20 kecamatan. Hasil penelitian (Tabel 30) menunjukkan bahwa tingkat konsumsi ikan pada warung tenda se-Kabupaten Kendal adalah 698.848,07 kg/tahun. Warung tenda hanya memanfaatkan 2,52% dari total produksi ikan di Kabupaten Kendal. Di sisi lain, berdasarkan Tabel 31 diketahui bahwa tingkat konsumsi ikan pada angkringan se-Kabupaten Kendal adalah 164.863,59 kg/tahun. Angkringan di Kabupaten Kendal hanya memanfaatkan 0,59% total produksi ikan di seluruh Kabupaten Kendal. Tingkat pemanfaatan ikan pada warung tenda dan angkringan cenderung rendah, bahkan pemanfaatan ikan melalui angkringan tidak mencapai 1% produksi ikan. Mengingat tingginya ketersediaan ikan di Kabupaten Kendal, maka tingkat konsumsi ikan melalui warung tenda dan angkringan sangat berpotensi untuk ditingkatkan.

#### **4.3. Tingkat Konsumsi Ikan Berdasarkan Jenis Olahan Ikan pada Warung Tenda dan Angkringan**

Tingkat konsumsi ikan dipengaruhi oleh banyak faktor salah satunya karakteristik sensori. Honkanen *et al* (2015) menjelaskan bahwa karakteristik sensori suatu bahan



pangan seperti rasa, aroma, tekstur, dan lain sebagainya turut mempengaruhi preferensi responden. Karakteristik sensori dipengaruhi oleh banyak hal namun salah satu pengaruh terbesarnya adalah metode pengolahan bahan pangan tersebut.

Hasil penelitian (Tabel 32 Gambar 2 dan Tabel 33 dan Gambar 3) menunjukkan bahwa mayoritas pengolahan yang disajikan oleh warung tenda dan angkringan tergolong dalam metode tradisional, bahkan tidak ditemukan metode pengolahan non-tradisional pada angkringan. Rendahnya tingkat konsumsi ikan dengan olahan non tradisional dapat disebabkan karena penjual tidak menguasai teknik pengolahan makanan non tradisional. Hal tersebut dikarenakan, umumnya pelaku usaha sektor informal khususnya warung tenda dan angkringan tidak memiliki latar belakang pendidikan yang baik (Pitoyo, 2007), sehingga tidak dapat memiliki kemampuan atau pengetahuan mengenai olahan non-tradisional. Di samping itu, rendahnya olahan non-tradisional di angkringan dan jalanan dapat juga disebabkan karena menu khas milik warung memang diolah dengan metode tradisional, misalnya nasi kucing pada angkringan (Santoso & Harsono, 2013).

Seiring perkembangan zaman terjadi banyak perubahan pola konsumsi (Suryani & Rachman, 2008). Perkembangan zaman membuat banyak makanan dengan pengolahan non-tradisional menjadi mudah ditemui, bahkan terdapat beberapa jenis olahan non-tradisional yang lebih diterima dibandingkan pengolahan tradisional (Arifin, 2017). Mengingat rendahnya tingkat konsumsi ikan melalui warung tenda dan angkringan, dapat dipertimbangkan untuk melakukan inovasi olahan menu atau pun implementasi menu non-tradisional pada warung tenda dan angkringan sehingga diharapkan dapat meningkatkan konsumsi ikan pada warung tenda dan angkringan.

#### **4.4. Uji Hubungan Antara Tingkat Konsumsi Ikan pada Warung Tenda dan Angkringan**

Hasil penelitian uji hubungan antara tingkat konsumsi ikan di warung tenda dan angkringan (Tabel 34) menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara tingkat konsumsi ikan di warung tenda dan angkringan. Bahkan, pada Tabel 24 dan 26 dapat dilihat bahwa Kecamatan Boja yang merupakan kecamatan dengan tingkat konsumsi ikan tertinggi melalui warung tenda, adalah kecamatan dengan tingkat konsumsi ikan

terendah melalui angkringan. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa kedua jenis warung tersebut memiliki konsumen dengan segmen yang berbeda. Handayani dan Taufik (2007) menjelaskan bahwa konsumen angkringan umumnya berasal dari konsumen dengan ekonomi rendah. Sementara itu, konsumen warung tenda umumnya berasal dari tingkat ekonomi menengah.

#### **4.5. Uji Hubungan Faktor Sosioekonomi dan Produksi Ikan terhadap Tingkat Konsumsi Ikan melalui Warung Tenda dan Angkringan**

Selain dipengaruhi faktor sensori, konsumsi ikan juga dipengaruhi oleh karakteristik sosioekonomi. Pada penelitian ini dilakukan uji hubungan antara karakteristik sosioekonomi dan tingkat produksi ikan terhadap tingkat konsumsi ikan baik pada warung tenda maupun angkringan. Karakteristik sosioekonomi yang dianalisa meliputi tingkat kesejahteraan, pendidikan, ekonomi, urbanitas, dan produksi ikan. Faktor-faktor tersebut diduga memiliki hubungan positif terhadap tingkat konsumsi ikan baik melalui warung tenda dan angkringan.

Can, *et al* (2015) menjelaskan bahwa terdapat hubungan positif antara tingkat pendidikan dan perekonomian (pendapatan) terhadap tingkat konsumsi ikan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan dan perekonomian konsumen, maka semakin tinggi pula tingkat konsumsi ikan konsumen tersebut. Ahmed *et al* (2016) menjelaskan bahwa pendidikan mampu mempengaruhi pola konsumsi seseorang. Pendidikan dapat membantu seseorang dalam menentukan pilihan terbaik termasuk dalam menentukan makanan bergizi, sehingga pemberian informasi tentang manfaat konsumsi ikan tentunya dapat meningkatkan konsumsi ikan. Di samping itu, pendidikan juga memiliki korelasi positif dengan tingkat perekonomian seseorang (NCPP, 2007). Semakin rendah tingkat pendidikan seseorang, maka semakin rendah pula tingkat perekonomian orang tersebut. Ahmed *et al* (2016) menjelaskan bahwa rendahnya tingkat perekonomian akan membuat daya beli menjadi lemah, sehingga tingkat konsumsi juga rendah.

Hasil uji hubungan tingkat konsumsi ikan melalui warung tenda dan angkringan (Tabel 35 dan Tabel 36) menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan nyata pada seluruh

faktor terhadap tingkat konsumsi. Dengan kata lain, tingkat konsumsi ikan melalui warung tenda dan angkringan tidak dipengaruhi oleh faktor sosioekonomi konsumen dan tingkat produksi ikan. Hal ini menunjukkan bahwa kecenderungan konsumen untuk mengonsumsi ikan di warung tenda dan angkringan ditentukan oleh faktor lain misalnya faktor preferensi atau selera konsumen. Mengingat tingginya peluang peningkatan konsumsi ikan di warung tenda dan angkringan, diperlukan penelitian lebih lanjut tentang upaya peningkatan konsumsi ikan di warung tenda dan angkringan, misalnya dengan menganalisa pengaruh selera konsumen terhadap tingkat konsumsi ikan di warung tenda dan angkringan.

