

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia dikenal sebagai negara dengan perikanan tropis, salah satu cirinya ialah keanekaragaman jenis sumber daya ikannya. Kesadaran akan mengasup ikan yang sedang rendah padahal potensi hasil laut dan pemenuhan kebutuhan protein hewani dapat pula memanfaatkan *white meat* yang bersumber dari ikan. Mengusung fakta yang diterbitkan oleh Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia (2021), patut diakui bahwa sektor perikanan punyai sumber daya yang melimpah dan tren positif dari masyarakat yang meningkat kegiatan mengonsumsi ikan, terlebih sejak gencarnya Gerakan Memasyarakatkan Makan Ikan. Selisih indeks penyediaan ikan dengan peningkatan konsumsi ikan di Indonesia rata-ratanya sebesar 11,54% namun bila menilik gerakan konsumsi ikan secara nasional, daerah-daerah di Indonesia memiliki tingkat konsumsi ikan jauh lebih rendah dibandingkan pasokan ikan nasional. Musababnya oleh hadirnya faktor diantaranya, situasi masyarakat yang masih tergolong rendah baik saat mengolah ikan skala rumah tangga maupun membeli dari luar rumah, ketergantungan akan ikan air laut atau air tawar sementara masih banyak pilihan ikan yang dapat dikonsumsi, dan proporsi keuangan di masing-masing keluarga.

Rendahnya konsumsi ikan ini dapat dipengaruhi oleh aspek faktor keadaan sosial yang terliput di dalamnya terkait faktor distrik tempat tinggal. Gejala-gejala ini bisa semakin berimbas kepada perilaku konsumsi ikan sebab mulai tumbuhnya kawasan industri di lingkungan penduduk sehingga menggeser dan merubah akses masyarakat ke tempat penjual ikan maupun warung penyedia masakan ikan. Namun, sebenarnya masa sekarang ini berbagai tempat makan yang menyuguhkan menu masakan berbahan ikan bersifat mudah ditemui dengan harga cukup ramah dikantong. Selain itu, ketidakstabilan ekonomi yang mungkin ditimbulkan dari pekerjaan dan pendapatan akan berefek pada pengaturan anggaran belanja harian atau bulanan.

Pengkajian mengenai sektor perikanan beberapa kali pernah dilakukan, penelitian oleh Suryawati *et al.* (2016) menguraikan bahwa opsi yang jadi perhatian dan paling disukai konsumen ketika memutuskan membeli masakan ikan adalah bergizi, selera, dan kemudahan untuk mendapatkan. Tidak berhenti disitu saja, studi atas seberapa sering mengonsumsi masakan ikan di luar rumah dijelaskan oleh Tiffany *et al.* (2020), keadaan pendapatan disuatu keluarga akan berdampak ke tingkat konsumsi sehingga untuk mencukupi kebutuhan pangannya pasti berbeda-beda yang disesuaikan dengan finansial. Upaya peningkatan asupan pangan bergizi bagi masyarakat telah baik pengadaannya dengan menambah upah minimum regional secara berkala. Namun pemilihan masyarakat untuk berbelanja membeli ikan masih belum selaras. Dari hal tersebut, pendekatan yang bisa diajukan adalah dengan mengumpulkan informasi dari konsumen yang telah berkeluarga terkait tingkah laku dalam pembelian ikan santap serta faktor-faktor sosial yang menjadi alasan mengapa terhitung kecil aktivitas mengonsumsi.

Menurut data yang diterbitkan oleh Dinas Perikanan dan Kelautan, Provinsi Jawa Tengah (2021), perkembangan Angka Konsumsi Ikan (AKI) di Provinsi Jawa Tengah selama 4 tahun terakhir telah menunjukkan pertambahan jumlah yang tinggi terutama pada tahun 2018-2019, namun pertumbuhan relatif melambat pada tahun 2019-2020 bahkan di Kota Semarang juga relatif menurun. Angka Konsumsi Ikan Kota Semarang pertumbuhannya 10% lebih tinggi dari rata-rata AKI Provinsi Jawa Tengah (pada Tabel 1).

Tabel 1. Daftar Nilai AKI di Kabupaten/Kota, Provinsi Jawa Tengah

Tahun	Provinsi Jawa Tengah (kg/kapita/tahun)	Kota Semarang (kg/kapita/tahun)
2017	29,19	33,14
2018	30,64	38,56
2019	35,99	40,16
2020	36,21	40,05

(Dinas Perikanan dan Kelautan, Provinsi Jawa Tengah, 2021)

Angka Konsumsi Ikan (AKI) di Kota Semarang yang lebih tinggi pertumbuhannya diduga karena disebabkan beberapa faktor seperti keberadaan Pelabuhan Tanjung Emas sebagai satu-satunya alur distribusi kapal-kapal penangkap ikan, ekonomi yang berkembang, keragaman budaya yang melekat pada keluarga, dan letak-letak usaha yang menawarkan masakan ikan mampu memberi ulasan apabila faktor-faktor sosial meliputi pendapatan, pendidikan, jumlah anggota keluarga, segi pengetahuan, dan lingkungan tempat tinggal menjadi peranan penting untuk memutuskan perilaku konsumsi. Kawasan Semarang Atas dan Semarang Bawah yang terbagi secara alami oleh masyarakatnya turut memberi kemungkinan perbedaan jarak mengakses ke tempat yang menjual masakan ikan sehingga aspek ini mampu menambah faktor sosial terkhususnya demografi mempengaruhi perilaku konsumsi ikan.

Konsumsi ikan rata-rata penduduk Kota Semarang (pada Tabel 1) dilakukan perhitungan menurut pedoman AKI tentang besaran konsumsi ikan di luar rumah yang berasal dari 3 angka terdiri dari: (a) angka konsumsi di dalam rumah, hasil survei SUSENAS; (b) angka konsumsi di luar rumah seperti warung, restoran, perhotelan, pemancingan, katering, dan usaha lain yang sama bentuknya; (c) angka konsumsi yang tidak tercatat seperti pada kelompok industri. Perolehan data responden SUSENAS dari nilai AKI Kota Semarang tahun 2020 sebesar 40,05 kg/kapita/tahun maka diperoleh konsumsi ikan di luar rumah masih sebesar 4,29 kg/kapita sehingga fokus penelitian yang berkaitan mengenai konsumsi ikan di luar rumah pada keluarga di Kota Semarang menjadi latar belakang peneliti untuk melakukan pengamatan karena angka konsumsi ikan di luar rumah cukup rendah dan saat ini peninjauan konsumsi ikan masih berpusat pada konsumsi di dalam rumah tangga. Keluarga yang bertempat tinggal di Kota Semarang mempunyai profil perilaku bukan hanya konsumsi ikan yang diolah di rumah tetapi juga eksistensi untuk membeli hidangan ikan dari luar rumah secara teratur seperti mengikuti kondisi ekonomi dan lingkungan tempat tinggal. Dengan demikian, perlu dilakukan penelitian untuk menganalisis hubungan antara faktor-faktor sosial terhadap perilaku konsumsi ikan di luar rumah. Kajian faktor-faktor sosial dengan perilaku konsumsi ikan di luar rumah berdasarkan 5 parameter mencakup kondisi sosial, pengetahuan, jarak ke tempat makan, anggaran belanja per bulan, dan

domisili menurut kecamatan. Parameter yang ada termuat oleh indikator, seperti terdiri dari indikator pendidikan, pendapatan, jumlah anggota keluarga, usia pernikahan, kandungan dan manfaat dari ikan, tingkat persentase dan nilai tengah anggaran serta pembagian ke dalam 3 kelompok menurut 16 kecamatan di Kota Semarang.

1.2. Tinjauan Pustaka

1.2.1. Ikan Sebagai Sumber Bahan Pangan

Istilah “*Pisces*” yang diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia yaitu ikan, merujuk pada semua spesies ikan baik yang mempunyai rahang dan ikan yang tidak mempunyai rahang. Jenis atau spesies ikan yang terdiri dari susunan ikan tulang sejati (kelas *Osteichthyes*) dan tulang rawan (kelas *Chondrichthyes*) ikut pula termasuk ke dalamnya. Ikan bertulang sejati merupakan strukturnya tulang keras yang ada kandungan kalsium fosfat, memiliki 2 set mulut rahang, 4 pasang insang, dan ditemukan pada habitat ikan di air tawar dan air laut. Contohnya ikan lele, ikan tuna, ikan bandeng, ikan mas, ikan gurame, dan lain-lain. Sementara ikan bertulang rawan adalah kerangka tersusun dari tulang rawan yang diisi oleh butiran kalsium, mempunyai 1 set mulut rahang, 5-7 pasang insang serta habitatnya di air laut saja. Salah satunya seperti ikan pari (Pratomo & Rosadi, 2010).

Karakteristik daging ikan segar ialah berwarna putih, dengan penyusun paling tinggi zat gizi protein diikuti kadar lemak rendah dalam bentuk asam lemak Omega-3 (Indrawasih, 2016). Total gizi ikan sangatlah baik karena punya nilai cerna mencapai 95% dan biologisnya lebih tinggi dibanding daging hewan lain. Daging ikan mengandung protein yang berwujud asam amino esensial serta terdiri dari beberapa komposisi gizi antara lain sebagai berikut:

Tabel 2. Kandungan Gizi Pada Daging Ikan Segar

Kandungan Gizi	Persentase
Lemak	66-84%
Protein	15-24%
Glikogen/karbohidrat	1-22%
Bahan organik lain	0,8-2%

(Subakir *et al.*, 2020)

Nutrisi yang berharga ini juga baik untuk perkembangan jaringan-jaringan otak serta untaian sel saraf. Manfaat lainnya, bisa menjauhkan dari penyakit stroke, darah tinggi, dan jantung karena eksistensi lemak dalam bentuk asam lemak Omega-3 (Djunaidah, 2017).

Berdasarkan habitat ikan maka penggolongan ikan menjadi tiga yaitu ikan air tawar, ikan air payau, dan ikan air asin (laut). Ikan air laut ialah grup ikan yang ekosistem hidupnya di perairan laut (asin), sebagai contoh ikan tongkol, ikan tenggiri, ikan kembung, ikan teri, ikan pari, dan lain sebagainya. Ikan air tawar merupakan kelompok ikan yang hidup di sungai ataupun danau, contohnya ikan lele, ikan nila, ikan gurame, ikan mujair, dan ikan air payau adalah kelompok ikan yang hidup di lingkungan air laut dan air tawar sehingga mudah ditemui di muara sungai, sebagai contohnya ada ikan bandeng, ikan bawal, ikan belanak, dan ikan kakap putih (Sutriyati, 2004). Ciri utama yang jadi penanda ikan berasal dari laut adalah aroma amisnya. Diantara sejumlah sumber bahan pangan berprotein, ikan dengan segala keunggulan gizi yang dimiliki dari kelompok vertebrata dapat dijadikan sebagai alternatif bahan pangan terlebih harganya yang relatif tidak mahal dan mempunyai banyak manfaat untuk kesehatan dan kecerdasan atau disebut pangan fungsional (Ferdyan *et al.*, 2020).

1.2.2. Pemanfaatan Ikan Sebagai Olahan Pangan

Ikan adalah bahan pangan hewani kaya akan sumber protein. Protein yang terkandung pada ikan membawa pilihan bagi kebutuhan konsumen dari daging merah (*red meat*) bisa kepada daging putih (*white meat*). Pemanfaatan sumber daya ikan sebagai bahan pangan dengan kondisi yang masih mentah mempunyai sifat kandungan air cukup banyak sehingga membuat cepat untuk busuk. Apabila ikan menjadi rusak (busuk) maka terjadi penurunan mutu yang lama kelamaan membawa turunya kandungan gizi seperti protein. Dari hal tersebut dilakukan pengembangan hasil perikanan supaya memiliki masa simpan yang panjang. Pemanfaatan ikan selain disantap sebagai konsumsi sajian makanan sehari-hari di rumah, dapat dilakukan teknik pengolahan lebih lanjut yang mendukung beraneka ragam olahan dari ikan (Zainuri *et al.*, 2020).

Diversifikasi pangan merupakan sebuah tata olah yang mengajak masyarakat untuk memodifikasi bahan pangan pokok yang sering dikonsumsi. Peran hal ini akan membantu kecukupan nutrisi tubuh dengan varian yang tersedia namun tetap seimbang. Diversifikasi pangan diharapkan supaya masyarakat mempunyai pilihan untuk tidak terpatok pada olahan satu jenis atau beberapa jenis ikan saja yang tergolong enak, tetapi untuk golongan ikan yang kurang enak dapat dimakan dalam jumlah yang banyak (Permentan No.15, 2013). Komposisi yang bagus terdapat pada ikan, seperti dilihat dari segi bentuk, warna, rasa, dan ukuran memungkinkan adanya proses lanjutan menjadi berbagai macam produk olahan serta harga yang masih bisa dijangkau oleh semua segmen kelas ekonomi. Berkembangnya ilmu pengetahuan untuk meningkatkan nilai ekonomis, gizi, dan mutu produk ikan maka perlu dilakukan strategi memperkenalkan hasil-hasil dari teknologi olahan produk ikan (Zainuri *et al.*, 2020).

Pengolahan hasil perikanan baik dari air laut maupun air tawar bertujuan untuk mendekatkan produk perikanan kepada konsumen sehingga bisa dijadikan salah satu strategi pemasaran. Selanjutnya dapat menjadi perantara menambah geliat cara mengkonsumsi ikan bagi masyarakat yang tidak menyukai ikan karena bau amisnya dan akan mempertambah produk-produk makanan dari ikan. Sejauh ini di pasar Indonesia ada beberapa jenis produk olahan ikan yang telah dijual dengan masa umur simpan yang panjang yaitu seperti abon, bubuk *flavor*, bumbu penyedap (kaldu bubuk), dendeng lembaran, surimi, stick, nugget, bakso, dan kerupuk. Tidak berhenti disitu saja, limbah dari ikan misalnya bagian kulit dari ikan tenggiri dapat diproses menjadi kerupuk kulit (Wonggo & Albert, 2018).

Proses pengolahan menjadi salah satu cara untuk menambah peluang pengembangan dari sumber daya ikan seperti produk ikan olahan yang bentuknya bisa saja masih setengah jadi dan bahkan produk ikan *ready-to-eat* (siap konsumsi). Produk ini biasanya ditemui saat mengonsumsi di luar rumah atau membeli di tempat-tempat makan dengan ragam cita rasa yang khas. Menurut Wonggo & Albert (2018) ikan olahan mempunyai definisi sebagai produk ikan yang melalui proses pengolahan

baik secara mikrobiologis, kimia, fisika maupun kombinasi dengan metode tradisional ataupun modern sebagai bentuk upaya untuk membuat ikan yang masih bentuk segar menjadi bentuk olahan lain dengan diawetkan, diperbaiki penampilan (*appearance*), dan menambah nilai gizi. Contoh dari ikan olahan yaitu ikan kalengan (sarden), ikan asin kering (pedo, teri, gereh), pindang, bandeng presto, rebon kering, ikan asap (mangut, ikan panggang), surimi, bakso, nugget, terasi, petis, kecap ikan.

Priyadi & Achiria (2018) melanjutkan defnisi dari ikan siap konsumsi (*ready-to-eat*) adalah menu siap santap atau dapat dikonsumsi langsung yang terbuat dari ikan, tanpa harus melalui proses lanjutan seperti pemasakan atau pemanasan sehingga lebih efisien waktu. Adapun contoh dari ikan siap konsumsi misalnya ikan goreng, ikan bakar, ikan *steam* atau yang berkuah, abon ikan, otak-otak, pepes, botok, lauk berbasis ikan (kerupuk udang, kerupuk ikan, kerupuk kulit ikan). Pembuatan ikan asin merupakan produk hasil pengolahan ikan dari air laut yang sangat populer di Indonesia (Ali, 2012). Sebesar 50% hasil perikanan diolah menjadi ikan asin dengan metode penggaraman kering ataupun penggaraman basah. Selanjutnya, ikan asap mengaplikasikan teknik pengasapan dengan cara mematangkannya melalui pemanfaatan asap dari batok kelapa yang dibakar. Dari kedua teknik yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia yakni pengasinan dan pengasapan menjadi cara yang sudah turun temurun dan tertua bagi adanya olahan bahan pangan dari ikan yang kurun waktu simpannya menjadi lebih tahan lama atau awet (Widayanti & Laksmi, 2017).

1.2.3. Faktor Sosial

Sisi sosial adalah gambaran tentang keadaan seseorang atau suatu masyarakat yang ditinjau dari segi ekonomi, gambaran itu seperti tingkat pendapatan, pekerjaan, dan pendidikan (Octavia, 2015). Penggolongan status sosial secara garis besar terdapatnya indikator pokok, yakni pendapatan, pekerjaan, dan pendidikan. Pada kondisi ekonomi orang tua, pendapatan mempunyai hubungan dengan status sosial ekonomi. Rendahnya konsumsi masyarakat pada bahan pangan tertentu disebabkan oleh daya beli masyarakat yang rendah terhadap pangan tertentu tersebut (Sartika &

Yusri, 2011). Dalam setiap keluarga atau rumah tangga pasti ada tingkat konsumsi yang diambil dari kebutuhannya, sebab diakibatkan parameter pendapatan. Sebaliknya limitasi pendapatan seseorang akan berefek kepada taraf konsumsi di masing-masing rumah tangga. Pendapatan yang diterima semakin banyak maka kuantitas barang yang hendak dikonsumsi makin banyak. Seperti halnya jumlah anggota rumah yang banyak sehingga semakin besar beban yang dikeluarkan untuk tercukupinya keperluan setiap harinya. Jumlah tanggungan dan pendapatan yang berbeda-beda ini akan menyumbang konsekuensi terhadap derajat kesejahteraan keluarga. Tatanan ekonomi kuat dapat diartikan asupan bahan pokok tercukupi setiap hari dengan rata-rata konsumsi yang melebihi nilai kebutuhan. Kebalikannya untuk masyarakat ekonomi lemah, pada umumnya akan memiliki rutinitas bahan pangan yang dipilih nilai gizinya dibawah kecukupan jumlah nilai kebutuhan bagi tubuh sehingga nutrisi tidak terpenuhi secara baik di waktu yang berkala (Tiffany *et al.*, 2020).

Pemenuhan kebutuhan dalam rumah tangga ada fase yang menjadi penentu terbentuk karakteristik sosial rumah tangga ialah pendapatan dan wilayah tempat tinggal (Arthatiani *et al.*, 2018). Wahyuni *et al.* (2016) menambahkan terdapat 3 faktor yang paling jadi dominan untuk konsumsi di rumah tangga, yaitu pendapatan, preferensi atau kebutuhan, dan tingkatan harga. Kemudian, bagi parameter preferensi memegang spesifikasi tersendiri, misalnya jumlah anggota keluarga, jenjang pendidikan, kawasan rumah yang ditinggali, budaya, dan kebiasaan. Perbedaan pola ini akan menghasilkan karakteristik rumah tangga. Gambaran nyata sosial menurut area tempat tinggal bisa menginformasikan perbedaan-perbedaan kebiasaan makan di satu trah. Kekhasan kebiasaan makan menjadi dasar bila pola konsumsi disesuaikan dengan kebudayaan yang dipatuhi turun menurun. Sehingga bisa ditemui bahwa antar anggota keluarga yakni suami, istri, dan anak-anak ada kesukaan bahan pangan tertentu.

1.2.4. Faktor Demografi

Kajian ilmu yang menunjang aspek sosial dengan mempelajari tentang struktur penduduk disebut dengan demografi. Demografi akan mendalami ciri-ciri penduduk

suatu wilayah teristimewanya terkait jumlah penduduk, komposisi atau struktur penduduk serta perubahan-perubahannya, persebaran juga pergerakan territorial, kelahiran (fertilitas), kematian (mortalitas), dan mobilitas sosial. Simpulannya bahwa demografi merupakan sebuah ilmu dalam lingkup faktor sosial yang khusus mempelajari struktur karakteristik penduduk dan proses penduduk di suatu wilayah. Lebih lanjut, pengamatan tentang aktivitas ekonomi berupa konsumsi pangan dan lingkungan hidup akan menyangkut dalam ciri demografi. Menurut informasinya, demografi dibagi menjadi 2 faktor meliputi faktor informasi geografi dan faktor informasi penduduk berdasarkan unsur sosial dan demografi. Informasi geografi terdiri dari lokasi daerah dan jumlah penduduk yang bertempat tinggal di wilayah tersebut. Sedangkan, informasi penduduk berdasarkan unsur sosial dan demografi ada tentang karakteristik pendidikan dan karakteristik ekonomi yang dibagi lagi menurut umur, jenis kelamin, status perkawinan, agama, aktivitas, pendapatan, dan lain sebagainya. Salah satu alasan variabel demografi menyangkut tentang eratnya akan kebutuhan dan keinginan konsumen pangan (Ramadhany & Dwini, 2020).

Setiap orang sebagai pemegang jalannya pola konsumsi pangan dapat berbeda-beda sebab disesuaikan dengan karakteristik demografinya. Wuryandari (2015) menuturkan bahwa ada faktor demografi yang terliput dari usia, jenis kelamin, pendapatan, pendidikan, dan status pernikahan. Penjelasan mengenai pengaruh faktor demografi pada rumah tangga adalah sebagai berikut:

1. Usia

Usia bisa menggambarkan kedewasaan yang dipunyai seseorang. Semakin bertambahnya usia ke kelompok dewasa maka keinginan seseorang bertambah dan bisa saja mempengaruhi perubahan perilaku santapan makanan. Sebab di usia dewasa berkisar 18-25 tahun seseorang mulai paham dan tahu apa yang menjadi makanan kesukaannya dan paling banyak diasup.

2. Jenis Kelamin

Jenis kelamin akan menandakan perbedaan antara laki-laki dan perempuan ketika memilih asupan pangan dan porsi-porsinya. Seorang pria kecenderungan untuk lebih dari satu porsi dalam satu kali makan dan tidak pilih-pilih menu

makanan. Tetapi sebaliknya, wanita lebih suka memilih-milih menu makan dan cukup satu porsi.

3. Pendapatan

Bila seseorang telah memasuki fase bekerja maka akan memiliki pendapatan baik itu tetap atau tidak tetap. Semakin tinggi pendapatan seseorang maka akan mempermudah dan merangsang sikap ingin memiliki barang-barang tertentu yang sebetulnya tidak dibutuhkan, hanya keinginan saja.

4. Pendidikan

Pendidikan menjadi salah satu bentuk pengembangan *human capital investment* yang harus dipenuhi dalam rumah tangga. Dalam perilaku konsumsi, pendidikan menjadi faktor pendukung. Seseorang yang difasilitasi untuk dapat mengenyam pendidikan tentunya wawasan atau pengetahuan akan bertambah dan pola pikir semakin diperbaiki. Semakin tinggi pendidikan seseorang akan semakin tinggi juga pengetahuan dan manfaat dalam hal pengonsumsian pangan. Pendidikan akan selaras (berpengaruh positif) dengan pendapatan dikarenakan sebagai faktor perilaku konsumsi.

5. Status pernikahan

Kedudukan dalam suatu hubungan lawan jenis di mata hukum diartikan sebagai status pernikahan. Bila seseorang telah menikah maka akan memberi pola perilaku yang saling mempengaruhi satu sama lain serta bersama-sama mendukung kepenuhan sandang, pangan, dan papan.

Bagi rumah tangga yang tinggal di daerah perkotaan dan pedesaan pasti mempunyai kekhasannya. Konsumsi non-pangan pada rumah tangga perkotaan lebih besar dibandingkan pedesaan sedangkan konsumsi pangan di rumah tangga perkotaan lebih kecil dibandingkan berumah di daerah pedesaan. Akan tetapi, secara garis besar konsumsi pangan di pedesaan dan perkotaan masih kecil dibandingkan konsumsi non-pangannya. Kejadian ini berarti representasi perekonomian rumah tangga khususnya di Indonesia telah mengalami pertumbuhan kearah yang semakin membaik. Hubungan sumber pangan terhadap besarnya keluarga dapat mengindikasikan pemenuhan kebutuhan makannya. Jadi, jumlah orang dalam

keluarga yang sedikit akan terbilang lebih mudah untuk memenuhi kebutuhan konsumsi sehari-harinya (Umaroh & Vinantia, 2019).

Tidak berhenti disitu saja, kualitas permukiman juga menyangkut lingkungan secara mikro yaitu area rumah maupun secara meso yaitu permukiman. Aspek ini juga selaras dengan aspek sosial-ekonomi karena paling kuat ketika menentukan beragam fenomena yang terjadi di permukiman tersebut (Christiawan, 2017). Sementara, adanya wilayah perbukitan secara umum terjadi karena bentuk lahan yang mempunyai struktur patahan, terbentuk dari proses vulkanis serta ciri-ciri zonanya yang dikelilingi oleh pegunungan dan vegetasi juga terletak jauh dari kota dan penduduknya umumnya bermata pencaharian dari sektor perkebunan atau pertanian serta masifnya konsumsi yang berasal dari hasil agraris (Widagdo *et al.*, 2016). Kesesuaian lahan pada pesisir dan perbukitan pastinya akan berbeda dengan permukiman di tengah perkotaan. Tempat tinggal penduduk perkotaan akan menyangkut letaknya yaitu dataran rendah, dekat atau sangat mudah menjangkau pusat kota maupun pusat pemerintahan daerahnya. Terdapat ragam pasar tradisional maupun supermarket pada pusat kota, sehingga ikan maupun bahan pangan lain mudah ditemukan. Faktor yang dominan dengan melihat bahwa kualitas lingkungan permukiman yang lebih baik dibandingkan lingkungan permukiman perbukitan serta tingkat pendapatan yang tinggi dipengaruhi oleh kualitas mata pencaharian yang baik pula (Hidayati, 2020).

Lebih lanjut menurut Burhanuddin (2018) tentang pemukiman di batas wilayah pesisir laut. Batas kawasan pesisiran ialah jarak yang dihitung dari rata-rata wilayah paling tinggi pasangannya sehingga setelah area yang terbilang pasang tertinggi berada di sekelilingnya maka dapat disebut kawasan dekat pantai (pesisir). Masyarakat yang hidup di wilayah pesisir sebagian besar melakukan pengelolaan sumber daya pesisir dan laut. Masyarakat pesisir bergantung kepada laut sebagai mata pencaharian dan sumber penghasilan. Pada wilayah pesisir, hasil laut menjadi pangan yang mudah ditemukan dan diakses. Hasil laut yang ditangkap oleh nelayan digunakan sebagai bahan pangan untuk diolah menjadi suatu masakan dimana menyebabkan masyarakat pesisir terbiasa mengkonsumsi masakan hasil laut. Hal

tersebut menjadikan dasar dari dugaan tingkat konsumsi ikan di daerah pesisir lebih tinggi dibandingkan wilayah perbukitan dan pusat kota.

1.2.5. Aspek Pengetahuan Tentang Konsumsi

Konsumsi mempunyai definisi semua model aktivitas sosial yang diperbuat maka dipakai dalam mencirikan dan tambahan untuk mengenali yang mungkin dilakukan oleh seseorang dalam hidupnya. Kesukaan orang dalam keinginan untuk mengasup ikan dapat digambarkan seperti dari ikan yang penampilannya baik dan bersih, dikemas rapi, kenikmatan yang dirasa saat makan ikan (Pratisti, 2017).

Faktor pengetahuan menurut Pratisti (2017) memberi dampak perilaku yang terbagi dalam 3 bagian terdiri atas:

1. Keyakinan

Perspektif keyakinan tentang ikan ialah kepercayaan dalam diri seseorang untuk keberadaan ikan dan produk pangannya. Keyakinan menjadi 2 grup, yaitu keyakinan non-sensoris dan keyakinan sensoris. Keyakinan sensoris cakup kepercayaan atau prinsip yang dirasakan indera manusia misalnya ikan itu baunya anyir atau amis, ada sisiknya, tekstur dagingnya lembut, dan rasanya enak. Pada keyakinan non-sensoris mengcover kala memastikan tempat pembelian masakan ikan, bentuk kemasan, dan manfaat makan ikan karena tubuh mendapat asupan zat makanan atau gizi.

2. Impresi atau kesan

Kesan waktu mengonsumsi ikan merupakan bagian dari ekspresi diri karena suka, nampak dari menyukai santapan ikan yang dikemas bagus dan rapi serta pula cocok menikmati hidangan yang menggunakan ikan daripada yang tidak ada ikannya.

3. Respon

Respon atau reaksi biasanya terjadi saat sudah mengonsumsi ikan, seperti saat makan ikan lebih menyulitkan sehingga kurang menikmati, menghargai makanan yang bahan dasarnya dari ikan, sudah terbiasa lebih memilih makan ikan karena tempat tinggal yang wilayahnya pesisir, dan bisa saja pada akhirnya sama sekali tidak menyukai ikan.

1.2.6. Perilaku Konsumsi

Aspek dalam biologis, perilaku adalah kegiatan yang diawali dengan adanya pengetahuan tentang manfaat suatu hal, hingga menyebabkan individu tersebut melaksanakan suatu aktivitas kegiatan. Gambaran lain dari perilaku ialah respon (reaksi) seseorang terhadap stimulus yang diberikan seperti dalam bentuk fisik, visual, maupun komunikasi verbal yang mampu mempengaruhi tanggapan individu, maka perilaku ada yang tertutup dan terbuka. Perilaku tertutup, seseorang akan bereaksi terhadap stimulus yang diberikan dalam bentuk yang tersembunyi sehingga orang lain belum bisa amati dengan jelas. Perilaku terbuka, reaksi seseorang terhadap stimulus yang ada dalam bentuk tindakan yang nyata, sudah jelas bentuk tindakannya, dan mudah sekali dilihat oleh orang lain. Selanjutnya sikap yang positif akan mempengaruhi niat untuk ikut dalam suatu kegiatan dan niat berbuah jadi tindakan apabila dapat dukungan sosial dan tersedianya cukup fasilitas (Octavia, 2015).

Perilaku konsumsi merupakan studi untuk melihat tingkah laku serta perubahannya pada individu, kelompok maupun organisasi. Tahap selanjutnya, mengamati dan mengidentifikasi keputusan konsumen untuk memilih, mengesahkan, membelanjakan produk atau jasa, kesan pengalaman yang dirasa, dampak dari pengalaman tersebut, dan ide yang mendasari pencukupan kebutuhan. Secara umum, perilaku dibagi ke dalam 2 faktor yakni faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal terdiri atas proses belajar, memori, persepsi, motivasi, kepribadian, sikap, dan emosi. Sedangkan, faktor eksternal meliputi demografi, budaya, sub-budaya, status sosial, kelompok masyarakat, kondisi keluarga, dan aktivitas kebiasaan sehari-hari. Kedua faktor ini akan saling memberi pengaruh bagi konsumen saat terjadi proses atau peristiwa pertimbangan pembelian (Hawkins & Mothersbaugh, 2010 dalam Pratisti, 2017). Keseluruhan tersebut akan mencakup semua aspek dalam sudut pandang lingkungan konsumsi sehingga mempengaruhi pikiran, perasaan, dan tindakan seorang konsumen (Peter & Olson, 2013).

Perilaku yang ada dipengaruhi oleh tiga faktor utama. Faktor-faktor itu meliputi faktor predisposisi (*predisposing factors*), faktor pendukung (*enabling factors*), dan faktor pendorong (*reinforcing factors*). *Predisposing factors* adalah faktor-faktor yang mempermudah terjadinya perilaku seseorang, antara lain pengetahuan, sikap, keyakinan, kepercayaan, nilai-nilai, tradisi, dan lain sebagainya. Apabila *enabling factors* ialah faktor yang mendukung tindakan (perilaku) seperti saran dan prasarana atau memfasilitasi terjadinya perilaku kesehatan, misalnya pangan bergizi, uang, kondisi sosial, lingkungan tinggal, dan lain-lainnya. Sedangkan *reinforcing factors* merupakan faktor yang memperkuat atau mendorong seseorang untuk berperilaku yang berasal dari orang lain, seperti seorang teman karena berperilaku sehat maka menjadi contoh untuk orang disekitarnya (Octavia, 2015).

Pada masing-masing individu terlebih dalam rumpun rumah tangga, perilaku ingin mengonsumsi dapat terjadi secara tidak sengaja. Menurut Deaton (1997) menganalisa bahwa perilaku konsumsi rumah tangga dengan pendekatan di pendapatan dan pengeluaran secara *cross-section* di tiap individu dalam rumah tangga dalam jangka waktu tertentu memberi hasil bila struktur dan tingkat konsumsi bukan hanya dipengaruhi dari peningkatan pendapatan. Akan tetapi juga dipengaruhi oleh perubahan harga dan selera yang bisa berubah waktu ke waktu. Kejadian kesenjangan pendapatan punya konotasi yang berefek ke sikap atau tindakan perorangan dalam keterlibatan hadirnya sifat konsumtif. Sifat konsumtif bersifat dinamis, dikarenakan dampak dari apa yang muncul dalam pikiran, benak, dan aksi suatu pribadi. Elastisitas pendapatan untuk komoditas ikan termasuk dalam kategori tidak elastis (Hafizah *et al.*, 2020). Sebagai lanjutannya, kelompok masyarakat disekeliling yang sering atau biasa ditemui bisa memberi efek perubahan konsumsi secara konsisten (Pratisti, 2017). Penjabaran faktor-faktor yang terkait pengeluaran untuk hal konsumsi dikemukakan oleh Nicholas Kaldor terdiri dari faktor keadaan sosial, letak tempat tinggal secara geografis, budaya ataupun kebiasaan, kekayaan, selera, pendapatan, usia, dan tarif harga. Ekonomi yang terus alami pertumbuhan dapat meningkatkan perubahan-perubahan konsumsi yang dapat dikatakan tidak pasti dan selalu ada timbulnya ketimpangan antar lingkungan (Fitri, 2013).

Suatu objek pengkajian yang dilakukan oleh Harlin (2008) memperlihatkan gambaran rumah tangga di Indonesia dimana motif konsumsi olahan menu ikan di luar lingkungan rumah tangga disukai saat sedang bertamasya sementara bila di dalam lingkungan rumah maka memilih untuk berbelanja ikan di supermarket maupun pasar tradisional. Preferensi yang disukai dan diperhatikan konsumen dalam memutuskan membeli masakan ikan adalah gizi, kemudahan untuk mendapatkan, dan rasa enak (Suryawati *et al.*, 2016). Dalam penelitian Nazer & Handra (2016), menerangkan untuk skala pendapatan di keluarga merupakan elemen penentu utama dalam menetapkan energi besarnya konsumsi rumah tangga selain mengesampingkan elemen lain perihal non-ekonomi seperti tentang luas rumah dan jumlah anggota keluarga. Aspek ini diperkuat oleh pendalaman Subakir *et al.* (2020), biasanya penduduk yang memiliki penghasilan rendah akan cenderung beli bahan pangan yang dijual murah, tidak memedulikan keseimbangan gizi. Peristiwa ini pasti berbeda dengan penduduk berkecukupan dan lebih sejahtera, mempertimbangkan asupan gizi mereka karena pengetahuan dan pemahaman yang memadai dan baik dalam menerapkan pola piring gizi seimbang.

1.2.7. Masalah Konsumsi Ikan

Potensi dan pemanfaatan bahari di perairan laut Indonesia, payau atau tawar itu nisbi tinggi tetapi ada ketidakselarasan akan budaya makan ikan di lebih dari setengah daerah Indonesia. Bagi semua golongan dan kepercayaan di Indonesia sendiri, sebetulnya tidak ada pantangan untuk tidak mengonsumsi ikan dan produk turunannya. Bila mengecek motif konsumsi masyarakat, ada persoalan yang terjadi dari antarwilayahnya yang berbeda akan sering bergantung pada sumber daya bahan pangan yang ada di setempat. Masyarakat yang bermukim di pedesaan lebih sedikit perilaku membeli masakan ikan dibandingkan masyarakat perkotaan. Kondisi ini didukung oleh infrastuktur yang membatasi cakupan distribusi ikan hingga diduga menjadi rendahnya penganekaragaman produk ikan-ikanan (Arthatiani *et al.*, 2018). Sekalipun Tiffany *et al.* (2020) menyebutkan bahwa kawasan usaha tempat makan yang khusus mengolah serta menjual menu masakan ikan identik dengan lokasi yang dekat dengan laut seperti ditemui di sepanjang daerah Semarang Barat dan

Semarang Utara namun tidak bisa berdampak terhadap perilaku konsumsi masyarakat yang tempat tinggalnya di perkotaan ataupun pedesaan karena jaraknya yang cukup jauh.

Konsumsi ikan mengacu pada penyediaan ikan di masyarakat. Terpaut persoalan tersebut, adapun faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam mengasup olahan ikan, yaitu : (1) pemahaman ilmu pengetahuan masyarakat tentang gizi ikan dan metode mengolahnya masih cukup terbatas ; (2) tingkatan pendapatan dan daya beli masyarakat belum optimal ; (3) ketersediaan dan ketahanan ikan berkualitas baik ; (4) harga jual ikan yang beralterasi ; (5) lemahnya citra profil produk perikanan laut ; (6) minimnya kegiatan promosi gerakan makan ikan ; (7) preferensi kesukaan masakan kuliner olahan ikan yang tidak pesat berkembang ; (8) sektor masyarakat tertentu yang masih memegang teguh mitos, nilai-nilai pantangan dan budaya masyarakat sekitar. Uraian faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat mengkonsumsi ikan dapat menjadi pedoman dalam strategi peningkatan konsumsi ikan yang telah diupayakan dalam rumah tangga melalui GEMARIKAN, meskipun begitu konsumsi ikan masih perlu ditingkatkan sebab target konsumsi ikan nasional adalah mencapai 50 kg/kapita/tahun. Kondisi ini telah melihat sisi konsumsi masyarakat saat sedang berpergian, sebagian besar masyarakat Indonesia gemar untuk membeli olahan ikan yang sulit untuk dimasak di rumah, sementara bila di rumah biasa membeli ikan segar yang kemudian dimasak dengan cara mengolah yang ringkas atau praktis. Namun masih didasari oleh hubungan ekonomi keluarga yang dipengaruhi oleh pendapatan akan mendorong aktivitas konsumsi ikan bahkan saat di luar rumah, padahal masih berpeluang ada faktor-faktor lain yang berkaitan dengan pertumbuhan perilaku konsumsi ikan di luar rumah (Subakir *et al.*, 2020).

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan karakteristik konsumen berumah tangga dalam mengonsumsi ikan di luar rumah tangga serta ketersediaan olahannya.
2. Untuk menganalisa hubungan antara faktor-faktor sosial terhadap perilaku konsumsi ketika menyantap ikan di luar rumah.
3. Untuk menentukan perbedaan peran faktor-faktor sosial terhadap perilaku konsumsi ikan di luar rumah.

1.4.Luaran Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan menghasilkan luaran berupa:

1. Penulisan diharapkan dapat menghasilkan informasi yang relevan, tepat, dan akurat tentang gambaran fakta perilaku konsumsi ikan di luar rumah pada Kota Semarang.
2. Bahan referensi sebagai masukan dan kebenaran informasi bagi penulis yang akan melakukan penelitian yang sama, yakni tentang perilaku konsumsi ikan di luar rumah.

