

## **4. PEMBAHASAN**

### **4.1. Kelayakan Data**

#### **4.1.1. Uji Validitas dan Reliabilitas Responden**

Berdasarkan pada Tabel 3., diperoleh nilai *Pearson Correlate*  $>0,098$  dari tabel R yang berarti valid, terkecuali pada variabel pertimbangan membeli produk. Uji pada validitas berfungsi untuk mengukur ketepatan dari pertanyaan kuesioner (Widi, 2011). Instrumen kuesioner dapat dikatakan valid jika memenuhi syarat yaitu nilai *Pearson Correlate* lebih besar dari tabel R dan nilai signifikansi  $< 0,05$ . Nilai dari *Cronbach's Alpha* dikatakan reliabel jika nilai lebih dari 0,6. Jika hasil yang diperoleh nilai dari *Cronbach's Alpha* kurang dari 0,6 maka harus dilakukannya reduksi data (Fanani dan Pantja, 2016). Berdasarkan data yang diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* untuk penelitian ini adalah 0,743 yang berarti sudah memenuhi kriteria reliabel.

#### **4.1.2. Reduksi Data**

Reduksi data dilakukan agar menghindari data responden yang mengisi dengan ceroboh. Faktor yang mempengaruhi responden ceroboh yaitu minat responden, panjangnya pertanyaan survey, kontak sosial, gangguan lingkungan. Menurut (Schwarz, 1999; Tourangeau, Rips, & Rasinski, 2000) keterlibatan responden saat melakukan survey sangatlah penting, ketika responden memiliki minat yang tulus maka akan menurunkan tingkat kecerobohan saat mengisi survey. Survey yang panjang akan membutuhkan waktu yang lama dan konsentrasi yang banyak menurut penelitian yang dilakukan oleh Berry et al. (1992) bahwa survey yang terlalu panjang akan menyebabkan responden yang mengisi mengalami kelelahan yang menyebabkan responden akan melakukan kecerobohan saat pengisian survey.

Pada penelitian ini dilakukan survey secara online melewati media online, jarak fisik dan kurangnya komunikasi secara langsung mengakibatkan kurangnya akurasi responden saat pengisian survey dengan demikian banyak jawaban responden yang tidak diinginkan maka dari itu perlunya dilakukan reduksi (Johnson, 2005). Faktor terakhir yang dapat menyebabkan kecerobohan pengisian survey online adalah gangguan lingkungan dengan

contoh melakukan pengisian survey pada saat menonton televisi, mengerjakan tugas lain dan berbagai gangguan lingkungan lainnya (Carrier, Cheever, Rosen, Beni tez, & Chang, 2009; Montgomery, 2007). Maka dari itu untuk mengetahui jawaban pengisian responden ceroboh atau tidak dilakukan penambahan pertanyaan jebakan pada survey yang menjadi parameter apakah responden mengisi dengan baik atau ceroboh.

#### **4.2. Deskripsi Karakteristik Responden**

Hasil distribusi karakteristik responden secara lengkap dapat dilihat pada tabel 7, karakteristik responden dibedakan menjadi jenis kelamin, umur, status pernikahan, domisili, jenis pekerjaan responden dan jenis pekerjaan suami atau istri responden. Total responden dalam penelitian ini berjumlah 350 responden. Responden paling banyak adalah laki-laki dengan jumlah 188 responden dari data yang didapat bahwa pada penelitian ini didominasi oleh responden laki-laki. Usia responden penelitian ini paling banyak didominasi dengan usia 45-54 tahun sebanyak 135 responden. Selain itu dalam penelitian ini juga sebanyak 250 responden telah menikah. Domisili pada penelitian ini dibagi menjadi 5 bagian yaitu Semarang Pusat, Selatan, Timur, Barat, Utara yang mana paling banyak responden berdomisili di daerah Semarang Selatan yang mencakup Kecamatan Banyumanik, Kecamatan Gunung Pati dan Kecamatan Tembalang dengan jumlah responden sebanyak 106 orang. Jenis pekerjaan responden pada penelitian ini dibedakan menjadi 6 yaitu pegawai negeri sipil, pegawai swasta, wirausaha, ibu rumah tangga, tenaga pengajar, dan opsi terakhir adalah lainnya (diluar 5 pekerjaan sebelumnya). Jenis pekerjaan responden terbanyak adalah pegawai swasta dengan jumlah responden sebanyak 134 orang. Karakteristik responden yang terakhir adalah jenis pekerjaan suami/istri responden yang mana didominasi dengan pekerjaan pegawai swasta dengan total responden 81 orang.

Setelah itu hasil distribusi karakteristik tersebut, responden diminta untuk menjawab pertanyaan mengenai Covid-19, manfaat maupun kandungan ikan, yang responden yang salah dalam menjawab 3 pertanyaan tersebut dengan benar akan gugur dan tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Agar hasil yang didapat valid dan responden yang mengisi paham dan mengerti secara umum mengenai Covid dan komoditas ikan.

### 4.3. Pengeluaran dan Faktor Faktor yang Mempengaruhi

Semakin tingginya pendidikan individu maka akan tinggi juga pengeluaran konsumsinya, sehingga pendidikan dapat mempengaruhi pola konsumsi. Pada penelitian ini rata rata pendidikan terakhir adalah S1 dengan total 215 orang. Hasil tersebut terbilang tinggi dikarenakan rata rata individu di wilayah semarang berpendidikan terakhir SMA/SMK. Pada individu yang memiliki pendidikan tinggi, kebutuhan hidupnya akan semakin banyak yang disebabkan karena mereka bukan hanya sekedar memenuhi kebutuhan makan dan minum akan tetapi juga kebutuhan seperti informasi, pergaulan masyarakat dan pengakuan masyarakat akan keberadaannya.

Persen pengeluaran Per bulan sedang dan tinggi lebih besar dari pada persen pengeluaran Per bulan rendah terhadap variable harga yang menandakan bahwa pengeluaran Per bulan rendah (digolongkan orang kaya) tidak terlalu menghiraukan variable harga. Selain itu rasa juga merupakan faktor yang sering dievaluasi konsumen, konsumen akan melakukan evaluasi terhadap produk yang akan dibeli. Evaluasi rasa akan menentukan keputusan pembelian berikutnya (Lovell, 2011). Variabel rasa paling tinggi diperoleh pada pengeluaran rendah (orang kaya) dan terendah adalah pengeluaran tinggi (menengah kebawah) yang lebih mementingkan perut kenyang. Menurut Willy Wijaya (2017) menyatakan bahwa kualitas pada makanan merupakan karakteristik makanan yang diperlukan untuk memuaskan keinginan dan harapan konsumen yang kualitas rata rata terendah didapatkan pada pengeluaran tinggi (menengah kebawah) dibandingkan pengeluaran Per bulan rendah dan sedang. Semakin kualitas produk baik maka harga dari kualitas itu akan mahal yang menyebabkan salah satu pertimbangan pada kelas menengah kebawah. Pada variable kemudahan membeli nilai tertinggi didapat pada persen pengeluaran per bulan rendah dikarenakan orang menengah keatas sudah memiliki *handphone* dan sudah mengenal *online shop* yang dapat melakukan pembelian produk dengan mudah (Sutedjo, 2017)

Faktor lain yang dapat mempengaruhi adalah faktor pengeluaran, yang mana dalam penelitian ini rata-rata pengeluaran tinggi setiap bulan cenderung memiliki pengetahuan kandungan dan manfaat ikan yang kurang. Hasil tersebut sama dengan teori Ar-Rasily &

Dewi (2016) yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat pekerjaan maka akan membuat pendapatan meningkat dan menyebabkan % pengeluaran menjadi kecil begitu berlaku sebaliknya. Dengan begitu pendapatan yang baik dan % pengeluaran yang sedikit akan langsung berdampak pada pengetahuan. Teori ini sama dengan teori yang dilakukan oleh Spronk et al., (2014), pengetahuan gizi yang baik umumnya terdapat pada individu yang memiliki tingkat ekonomi yang tinggi.

Berdasarkan Tabel 16. % pengeluaran tinggi dengan cara masak sendiri paling besar dibandingkan yang lain. Sesuai penelitian Widarjo dan Rucbha (2016) yang menyatakan bahwa rumah tangga yang berpendapatan rendah atau pengeluaran % tinggi cenderung akan bersifat responsive terhadap perubahan harga dibandingkan rumah tangga yang memiliki pendapatan tinggi dan pengeluaran % rendah. Rumah tangga yang memiliki pengeluaran tinggi memiliki daya beli yang rendah. Selain itu dikarenakan penelitian ini dilakukan pada saat masa transisi covid yang mengakibatkan para responden lebih sering mengkonsumsi makanan dengan cara masak sendiri dibandingkan membeli, makan diluar atau mendapat kiriman. Data yang didapat sama dengan hasil penelitian dari Susanti dan Qalyubi (2020) yang menyatakan bahwa perubahan pola konsumsi selama masa transisi covid-19 sebagian besar masyarakat lebih memilih mengolah makanan sendiri dikarenakan bersih dan lebih menghemat persentase pengeluaran.

Berdasarkan Tabel 17., makan bersama dengan ayah, ibu, anak memiliki hasil yang hampir sama, namun pada makan bersama keluarga serumah sebagian lebih responden jarang atau tidak pernah mengkonsumsi selama 1 minggu terakhir. Menurut Hammons, et al. (2011) bahwa konsumsi dikeluarga dipengaruhi oleh banyak faktor namun pemegang peranan terpenting yang mengolah konsumsi keluarga adalah ayah dan ibu. Hasil tersebut sama dengan yang diperoleh bahwa maupun pada persentase pengeluaran Per bulan rendah, sedang dan tinggi makan bersama dengan ayah dan ibu memiliki nilai yang paling tinggi.

Menurut penelitian yang dilakukan Waysima et al. (2010) menyatakan bahwa konsumsi olahan daging lebih tinggi dibandingkan konsumsi olahan ikan. Pada penelitian ini hasil yang

diperoleh konsumsi ikan pada ikan laut, ikan air tawar, ikan air payau dan ikan tak berenang air tawar dan laut pada pengeluaran Per bulan tinggi adalah terbesar. Harga daging ikan paling murah dibandingkan daging yang lain yang menyebabkan menjadi salah satu pilihan bagi masyarakat menengah kebawah untuk memenuhi asupan protein (Pandit, 2008). Ikan air tawar merupakan paling tinggi dikonsumsi pada kalangan masyarakat menengah kebawah dikarenakan ikan air tawar mudah ditemui, harga lebih murah dibandingkan air laut dan payau. Pada Tabel 22., rata-rata frekuensi olahan ikan lebih tinggi dibandingkan pada frekuensi konsumsi ikan. Produk olahan ikan bisa tahan lebih lama selain itu juga produk olahan ikan lebih menarik dari bentuk maupun rasa karena produk olahan dilakukan agar dapat meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk mentahannya. persentase pengeluaran tinggi merupakan paling besar frekuensi konsumsi dibandingkan yang lain. Dikarenakan produk olahan ikan bisa lebih tahan lama dan dapat disimpan.

#### **4.4. Perilaku Frekuensi Pola Konsumsi Responden dengan Faktor Faktor yang Mempengaruhi**

Dalam merumuskan hasil hubungan antara faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi pola konsumsi dilakukannya teknik pemetaan nilai korelasi. Dari hasil uji pemetaan korelasi bivariate maupun parsial dari berbagai faktor dari X1-X5 dengan variabel Y dapat diperoleh variabel penentu dan faktor pendorong. Menurut Khakim (2017) bahwa *Correlation mapping* atau pemetaan nilai korelasi merupakan suatu teknik visualisasi data secara konvensional atau interaktif. Teknik analisis korelasi bivariate dilakukan untuk mengukur seberapa besar atau erat suatu hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat yang diuji (Tsur, 2019). Semakin tinggi nilai korelasi yang diperoleh maka kuat juga korelasi antara variabel (Sugiyono, 2007 dalam Khakim 2017). Pada tabel 24., dapat diketahui dari nilai bivariate yang didapat, variabel cara mendapatkan suatu produk memiliki hubungan yang paling kuat atau menjadi faktor penentu dari frekuensi pola konsumsi.

Korelasi parsial dilakukan untuk perluasan dari uji korelasi bivariate yang melibatkan variabel terikat dan lebih dari satu variabel bebas yang memiliki peran berbeda. Pada satu variabel bebas berperan sebagai variabel yang memiliki korelasi dengan variabel terikat dan

variabel bebas lainnya berperan sebagai variabel kontrol yang diduga memiliki pengaruh terhadap hubungan antar satu variabel terikat dengan variabel bebas. Korelasi parsial juga bertujuan untuk menunjukkan seberapa kuat hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat yang dipengaruhi oleh adanya variabel bebas lainnya yang berperan sebagai kontrol (Irianto, 2006 dalam Khakim 2017). Bila dilihat dari nilai korelasi parsial, hubungan antara variabel cara mendapatkan suatu produk terhadap frekuensi pola konsumsi diperkuat oleh variabel pengetahuan ikan. Variabel pengetahuan ikan menjadi pendorong dari frekuensi pola konsumsi yang dipengaruhi oleh faktor cara mendapatkan.

Pengetahuan sendiri merupakan suatu kemampuan individu dalam menguasai sesuatu (Gowen *et al.*, 2020). Pengetahuan ikan menjadi variabel pendorong frekuensi pola konsumsi ikan yang terdiri dari parameter pertanyaan mengenai gizi ikan dan manfaat ikan. Sesuai dengan Shepherd dan Sparks, 1999 dalam Aprillia dan Fillah (2011), yang menyatakan bahwa faktor pengetahuan pada komoditas merupakan salah satu faktor internal yang mempengaruhi maupun menjadi pendorong pemilihan makanan secara tidak langsung serta dapat mempengaruhi frekuensi pola konsumsi seseorang. Kurangnya pengetahuan bisa dipengaruhi pendidikan terakhir individu tersebut.

#### **4.5. Hubungan Antara Persentase Pengeluaran, Faktor Mempengaruhi dan Pola Frekuensi Konsumsi Ikan**

Faktor sosial berpengaruh sangat berpengaruh terhadap frekuensi pola konsumsi yang terdiri dari beberapa parameter yaitu jumlah anggota, pendapatan keluarga dan pendidikan tertinggi. Semakin banyaknya anggota keluarga yang ditanggung maka semakin tinggi pula kebutuhan yang dipenuhi, dikarenakan setiap individu memiliki variasi selera yang berbeda, begitu juga berlaku sebaliknya (Adiana dan Karmini, 2012). Tingkat “sandang, pangan dan papan” akan lebih tinggi pada rumah tangga yang memiliki tanggungan lebih banyak dibandingkan dengan keluarga yang memiliki tanggungan anggota keluarga yang lebih sedikit (Anggraini *et al.*, 2017). Pada parameter pendidikan sangat berpengaruh karena menurut penelitaian Rahardja (2005) menyatakan bahwa semakin tingginya pendidikan individu maka akan tinggi juga pengeluaran konsumsinya, sehingga pendidikan dapat mempengaruhi pola

konsumsi. Pada penelitian ini rata rata pendidikan terakhir adalah S1 dengan total 215 orang. Hasil tersebut terbilang tinggi.

Selain itu pertimbangan membeli memiliki beberapa parameter salah satunya adalah rasa, rasa juga merupakan faktor yang sering dievaluasi konsumen, konsumen akan melakukan evaluasi terhadap produk yang akan dibeli. Evaluasi rasa akan menentukan keputusan pembelian berikutnya yang menentukan frekuensi pola konsumsi (Lovell, 2011). Variabel rasa paling tinggi diperoleh pada pengeluaran rendah (orang kaya) dan terendah adalah pengeluaran tinggi (menengah kebawah) yang lebih mementingkan perut kenyang. Menurut Willy Wijaya (2017) menyatakan bahwa kualitas pada makanan merupakan karakteristik makanan yang diperlukan untuk memuaskan keinginan dan harapan konsumen yang kualitas rata rata terendah didapatkan pada pengeluaran tinggi (menengah kebawah) dibandingkan pengeluaran Per bulan rendah dan sedang.

Pada variabel pengetahuan ikan berdasarkan Tabel 13., 65% dari 350 responden menjawab 3/lebih jawaban benar yang dapat dikategorikan baik dan mengerti terhadap kandungan ikan. Sedangkan 35% kurang paham akan kandungan terhadap ikan. Lalu manfaat ikan 55% dari 350 responden menjawab 3 atau lebih jawaban benar yang dapat dikategorikan baik dan mengerti terhadap manfaat ikan. Sedangkan 45% kurang paham akan kandungan ikan. Beberapa faktor internal yang dapat mempengaruhi adalah kemampuan berfikir, pengalaman, maupun usia responden. Usia dapat mempengaruhi dikarenakan semakin tinggi usia maka kemampuan semakin meningkat pula daya pikirnya. Berbanding lurus dengan Ar-Rasily & Dewi (2016) yang mengatakan bahwa umur dapat mempengaruhi pola pikir orang, semakin bertambah umur maka pola pikir akan semakin baik. Selain itu jika bertambahnya usia juga pengalaman maupun pengetahuan akan semakin banyak pula.

Indikator cara mendapatkan merupakan indikator yang paling berpengaruh terhadap konsumsi dapat dilihat pada table 21. Sesuai dengan teori Widarjo dan Rucbha (2016) yang menyatakan bahwa rumah tangga yang berpendapatan rendah atau pengeluaran % tinggi cenderung akan bersifat responsive terhadap perubahan harga dibandingkan rumah tangga

yang memiliki pendapatan tinggi dan pengeluaran % rendah. Data yang didapat sama dengan hasil penelitian dari Susanti dan Qalyubi (2020) yang menyatakan bahwa perubahan pola konsumsi selama masa transisi covid-19 sebagian besar masyarakat lebih memilih mengolah makanan sendiri dikarenakan bersih dan lebih menghemat persentase pengeluaran.

Dari hasil pemetaan korelasi, faktor penentu dari frekuensi pola konsumsi ikan adalah variabel cara mendapatkan yang terdiri dari masak sendiri, makan di luar rumah, beli siap konsumsi dan mendapatkan kiriman. Hasil dari korelasi bivariante yang diperoleh adalah 0,704 yang variabel cara mendapatkan memiliki hubungan yang berbanding lurus dengan frekuensi pola konsumsi. Salah satu indikator pada parameter cara mendapatkan adalah beli siap konsumsi yang menjadi salah satu faktor internal yang mempengaruhi frekuensi pola konsumsi. Selain itu juga pola konsumsi dapat dipengaruhi semakin sering masak sendiri, makan di luar rumah dan mendapatkan kiriman semakin sering juga konsumsi ikan dengan cara bagaimanapun ikan merupakan salah satu sumber protein yang paling banyak dicari karena memiliki harga terjangkau dan kandungan yang bagus untuk imun tubuh (Susanti dan Qalyubi, 2020). Pada penelitian yang dilakukan oleh Hu *et al.* (2018), konsumsi dan persiapan makanan di negara yang memiliki ekonomi yang rendah dan menengah ke bawah lebih memilih makan di dalam rumah. Akan tetapi jika dibandingkan dalam 30 tahun yang lalu, masyarakat kini lebih memilih makanan di luar rumah. Konsumsi makanan diluar rumah seperti beli siap konsumsi terjadi akibat adanya modernisasi, perkembangan ekonomi maupun urbanisasi.

Ditinjau dari nilai korelasi parsial, dapat diketahui masing-masing faktor pendorong dari hubungan frekuensi pola konsumsi yang dipengaruhi oleh cara mendapatkan produk. Hubungan antara frekuensi pola konsumsi ikan dipengaruhi oleh cara mendapatkan diperkuat oleh pengetahuan dengan nilai korelasi 0,839. Pengetahuan responden memperkuat peningkatan konsumsi ikan yang dipengaruhi oleh cara mendapatkan suatu produk ikan, jadi semakin tingginya pengetahuan akan ikan maka akan semakin tinggi juga konsumsi terhadap ikan



Dalam penelitian ini pada Tabel 24., dapat ditemukan bahwa korelasi bivariante variabel pertimbangan membeli terhadap frekuensi konsumsi memiliki hubungan yang berbanding terbalik. Menandakan bahwa semakin banyak melakukan pertimbangan saat membeli, maka semakin menurun pola konsumsi makanan ikan. Penelitian dari Teori Setiawan I, (2012) yang menyatakan bahwa semakin tinggi pertimbangan membeli dari harga, rasa, kualitas dan kemudahan membeli maka akan semakin membuat jarang mengkonsumsi.

Hasil hubungan korelasi bivariante variabel cara mendapatkan merupakan faktor penentu paling berpengaruh dalam menentukan frekuensi pola konsumsi, parameter paling berpengaruh pada cara mendapatkan adalah dengan beli siap konsumsi hasil tertinggi diperoleh pada persentase pengeluaran tinggi yang dapat diartikan bahwa frekuensi konsumsi ikan pengeluaran tinggi dipengaruhi dengan cara siap konsumsi.

Ditinjau dari korelasi parsial, hubungan antara frekuensi pola konsumsi ikan yang dipengaruhi oleh cara mendapatkan, diperkuat oleh pengetahuan responden terhadap ikan dengan nilai korelasi sebesar 0,839. Variabel pengetahuan terdiri dari parameter responden mengetahui tentang gizi dan manfaat ikan. Faktor pengeluaran, yang mana dalam penelitian ini rata-rata pengeluaran tinggi setiap bulan cenderung memiliki pengetahuan kandungan dan manfaat ikan yang kurang. Hasil tersebut sama dengan teori Ar-Rasily & Dewi (2016) yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat pekerjaan maka akan membuat pendapatan meningkat dan menyebabkan persentase pengeluaran menjadi kecil begitu berlaku sebaliknya. Ditinjau dari persentase pengeluaran yang rendah memiliki pengetahuan ikan yang lebih tinggi yang memperkuat responden dalam variabel cara mendapatkan untuk mengkonsumsi ikan lebih sering.

Hubungan yang lemah antara pertimbangan membeli dikarenakan pertimbangan membeli memiliki beberapa aspek yaitu dari harga, rasa, kualitas dan kemudahan mendapatkan. Harga yang lebih terjangkau akan lebih diminati oleh banyak orang (Akpoyomare, 2012). Kemudian rasa kualitas dan kemudahan membeli juga merupakan salah satu aspek penting dalam menentukan pertimbangan membeli. Maka dapat dilihat pada Tabel 23 pengetahuan

memiliki nilai korelasi minus yang berarti memiliki hubungan yang lemah. Semakin orang banyak berfikir tentang mempertimbangkan produk yang ingin dibeli, maka semakin sedikit pula konsumsi yang akan terjadi. Sesuai dengan teori Willy Wijaya (2017) yang menyatakan bahwa pertimbangan membeli merupakan salah satu aspek penting para konsumen dalam memilih suatu produk, semakin konsumen banyak mempertimbangkan produk maka semakin kecil pula peluang konsumen untuk membeli produk. Pada parameter pertimbangan membeli rendah nilai paling besar pada kualitas yang disimpulkan bahwa pertimbangan membeli dengan parameter kualitas menjadi penentu konsumsi ikan. Persentase pengeluaran rendah (orang kaya) memiliki tuntutan besar dalam pertimbangan membeli khususnya kualitas sebelum makan ikan maupun olahannya.

