

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP IKAN KAKAP MERAH
(*Lutjanus argentimaculatus*) DI PASAR TRADISIONAL
KOTA SURAKARTA**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Guna memperoleh derajat gelar sarjana pertanian
Pada Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret
Program Studi Agribisnis

Oleh
Salimah Nastiti
H0809100



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**
commit to user
2013

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP IKAN KAKAP MERAH
(*Lutjanus argentimaculatus*) DI PASAR TRADISIONAL
KOTA SURAKARTA**

Yang diajukan dan disusun oleh :

Salimah Nastiti

H0809100

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal : 23 Juli 2013
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan Dewan penguji

Ketua

Anggota I

Anggota II

Ir. Sugiharti Mulya Handayani, MP
NIP. 196506261990032001

Mei Tri Sundari, SP, MSi
NIP. 197805032005012002

Setyowati, SP, MP
NIP. 19710322199601200

Surakarta, 26 Juli 2013

Mengetahui,
Universitas Sebelas Maret
Fakultas pertanian
Dekan

Prof. Dr. Ir. Bambang Pujiasmanto, MS
NIP 195602251986011001

commit to user

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirrobbil'alamin, segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas nikmat, karunia, taufik serta hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Skripsi ini merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Pertanian (SP) di Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta. Sholawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, karena bimbingannya kita dapat menemukan jalan yang penuh dengan ridho Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa penulis tidak dapat menyelesaikan skripsi ini tanpa bantuan dan bimbingan serta dorongan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan kali ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu. Ucapan terima kasih yang tidak terhingga ini penulis sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Bambang Pujiasmanto.,MS selaku dekan Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta
2. Dr. Ir. Mohd Harisudin, M.Si selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta
3. Nuning Setyowati SP, MSc selaku komisi sarjana yang telah menyetujui judul penelitian ini sehingga skripsi ini dapat digunakan sebagai syarat kelulusan.
4. Ir. Sugiharti Mulya Handayani, MP selaku pembimbing I (Utama) yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, pengarahan, petunjuk dengan penuh kesabaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Ibu Mei Tri Sundari, SP., M.Si selaku pembimbing II (Pendamping) sekaligus sebagai Pembimbing Akademik, yang telah sabar memberikan petunjuk, nasehat dan motivasi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Ibu Setyowati, SP, MP selaku penguji tamu yang telah bersedia menguji skripsi ini sehingga dapat menjadi lebih baik.

commit to user

7. Seluruh Dosen-dosen Fakultas Pertanian khususnya jurusan Agribisnis, terima kasih telah memberikan ilmunya kepada penulis, jasanya akan penulis kenang selalu.
8. Mbak Ira, mbak Dewi, pak Mandimin beserta seluruh jajaran program studi agribisnis yang telah memberikan data-data atau syarat-syarat dalam proses penyelesaian skripsi ini
9. Kepala BPS dan Kepala Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta beserta seluruh jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan ijin kepada penulis untuk memperoleh data-data sehingga penulis dapat melaksanakan penelitian hingga selesai.
10. Bapak Tarmudji, A.Ma dan Ibu Sumiyatun yang telah melahirkan penulis, terimakasih atas semua tetesan keringatnya, tetesan air mata, tenaga, waktu, biaya, kasih sayang, do'a yang tak mungkin penulis sanggup menuliskan semua pengorbanan dan jasa-jasanya. Tanpamu penulis bagaikan butiran debu.
11. Kakak-kakak ku (Mas Sidiq + Mbak Yani, Mbak Nur + Mas Din, Mbak Ana + Mas Budi , Mas Rois, dan Mbak Mini) terima kasih atas segala bentuk bantuannya baik berupa nasehat, materi, maupun motivasinya.
12. Adik-adik Ponakanku (Dek Lila, Dek Una, dan Dek Faiz) yang telah menjadi obat penghiburku disaat penulis merasa penat dan stres melanda. Kalian adalah malaikat kecilku.
13. Sahabat-sahabatku yang tergabung dalam kelompok belajar D'Well (yuyun, Niken, Tutik, Risa, Oka, Oki, Zahara) yang telah menyediakan kos-kosan, menerima penulis apa adanya, saling berbagi cerita suka dan duka serta canda.
14. Teman-teman satu bimbingan Rita dan Rizki terima kasih atas dukungan dan kebersamaanya selama ini.
15. Teman-teman Agribisnis angkatan 2009 khususnya Olga dan Albeta yang telah memberikan banyak bantuan dan motivasinya serta serangkaian cerita indah selama di bangku perkuliahan.

Penulis menyadari sepenuhnya, skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, semua ini karena keterbatasan pengetahuan peneliti, maka saran dan kritik dari

commit to user

pembaca sangat penulis harapkan. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti pada khususnya, dan para pembaca pada umumnya.

Surakarta, Juli 2013

Penulis



commit to user

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
RINGKASAN.....	x
SUMMARY.....	xiii
I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kegunaan Penelitian.....	8
II. LANDASAN TEORI	9
A. Penelitian Terdahulu.....	9
B. Tinjauan Pustaka.....	11
1. Pemasaran.....	11
2. Ikan Kakap Merah.....	12
3. Sikap Konsumen	14
4. Atribut produk.....	15
5. Model Poin Ideal.....	16
6. Karakteristik Demografi Konsumen.....	18
7. Pasar Tradisional.....	19
C. Kerangka Teori Pendekatan Masalah	20
D. Asumsi-asumsi.....	21
E. Pembatasan Masalah.....	22

F. Hipotesis	22
G. Definisi Operasional	22
III. METODE PENELITIAN.....	25
A. Metode Dasar Penelitian.....	25
B. Metode Pengambilan Obyek Penelitian.....	25
C. Sumber dan Jenis Data.....	28
D. Teknik Pengumpulan Data	29
E. Metode Analisis Data.....	30
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	32
A. Kondisi Umum Daerah Penelitian	32
B. Hasil dan Pembahasan	42
1. Karakteristik Demografi Konsumen Ikan Kakap Merah di Pasar Tradisional Kota Surakarta	43
2. Perilaku Beli Konsumen Ikan Kakap Merah di Pasar Tradisional Kota Surakarta	48
3. Kepercayaan (X_i) dan Performansi Ideal (I_i) Konsumen Terhadap Berbagai Atribut.....	52
4. Sikap Konsumen Terhadap Atribut pada Ikan Kakap Merah	56
V. KESIMPULAN DAN SARAN	63
A. Kesimpulan.....	63
B. Saran	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Nomer	Judul	Halaman
Tabel 1.	Perbandingan Komposisi Ikan Sebagai Bahan Pangan Dibandingkan Dengan Beberapa Hasil Hewani Lainnya Berdasarkan Komposisi	2
Tabel 2.	Banyaknya Pasokan Ikan dari Daerah Lain Menurut Jenisnya di Kota Surakarta Pada Tahun 2011	3
Tabel 3.	Kandungan Gizi Pada Berbagai Jenis Ikan per 100 gr	4
Tabel 4.	Kelompok/ Sub Kelompok Jenis Ikan Segar di Kota Surakarta Tahun 2010/7	5
Tabel 5.	Pengambilan Jumlah Responden untuk Masing-masing Pasar di Kota Surakarta.....	28
Tabel 6.	Pertumbuhan Penduduk Kota Surakarta Tahun 2004-2011.....	34
Tabel 7.	Keadaan Penduduk Kota Surakarta Menurut Umur dan Jenis Kelamin Tahun 2011.....	36
Tabel 8.	Keadaan Penduduk Kota Surakarta Menurut Tingkat Pendidikan Tahun 2011.....	38
Tabel 9.	Keadaan Penduduk Menurut Mata Pencarian Kota Surakarta Tahun 2011	40
Tabel 10.	Banyaknya Pasar Menurut Jenisnya di Kota Surakarta Tahun 2011	41
Tabel 11.	Karakteristik Demografi Konsumen.....	43
Tabel 12.	Alasan Pembelian/ Mengonsumsi Ikan Kakap Merah di Kota Surakarta.....	49
Tabel 13.	Alasan Pemilihan Tempat Pembelian di Pasar Tradisional Kota Surakarta.....	49
Tabel 14.	Frekuensi Pembelian Ikan Kakap Merah di Pasar Tradisional Kota Surakarta.....	50
Tabel 15.	Jumlah Pembelian Ikan Kakap Merah di Pasar Tradisional Kota Surakarta.....	51
Tabel 16.	Kepercayaan dan Performansi Ideal Konsumen Terhadap Berbagai Atribut Pada Ikan Kakap Merah di Pasar Tradisional Kota Surakarta.....	53
Tabel 17.	Tingkat Kepentingan Konsumen Terhadap Berbagai Atribut pada Ikan Kakap Merah di Pasar Tradisional Kota Surakarta	57
Tabel 18.	Sikap Konsumen Terhadap Ikan Kakap Merah di Pasar Tradisional Kota Surakarta	60
Tabel 19.	Kriteria Sikap Konsumen Terhadap Ikan Kakap Merah di Pasar Tradisional Kota Surakarta	61

DAFTAR GAMBAR

Nomer	Judul	Halaman
Gambar 1.	Kerangka Teori Pendekatan Masalah	21
Gambar 2.	Diagram Batang Perkembangan Jumlah Penduduk Kota Surakarta Tahun 2004-2011	34
Gambar 3.	Diagram Batang Keadaan Penduduk Kota Surakarta Menurut Tingkat Pendidikan Tahun 2011	38
Gambar 4.	Diagram Batang Jumlah Penduduk Kota Surakarta Menurut Mata Pencaharian Tahun 2011	40
Gambar 5.	Diagram Jumlah Pasar Menurut Jenisnya di Kota Surakarta Tahun 2011	42



DAFTAR LAMPIRAN

Nomer	Judul	Halaman
Lampiran 1.	Surat Ijin Penelitian	65
Lampiran 2.	Kuisoner Penelitian.....	66
Lampiran 3.	Karakteristik Demografi Konsumen Ikan Kakap Merah di Pasar Tradisional Kota Surakarta	72
Lampiran 4.	Perilaku Beli Konsumen.....	76
Lampiran 5.	Kepentingan Konsumen Terhadap Atribut Ikan Kakap Merah di Pasar Tradisional Kota Surakarta	80
Lampiran 6.	Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Ikan Kakap Merah di Kota Surakarta.....	85
Lampiran 7.	Performan Ideal Konsumen Terhadap Atribut Ikan Kakap Merah di Kota Surakarta	90
Lampiran 8.	Kelompok Pasar Menurut Wilayah Pasar di Kota Surakarta.....	98
Lampiran 9.	Perhitungan	99
Lampiran 10.	Dokumentasi Penelitian.....	106

RINGKASAN

Salimah Nastiti. H0809100. 2013. “ *Analisis Sikap Konsumen terhadap Ikan Kakap Merah (*Lutjanus argentimaculatus*) di Pasar Tradisional Kota Surakarta*”. Dibimbing oleh Ir. Sugiharti Mulya Handayani, MP dan Mei Tri Sundari, SP., M.Si. Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.

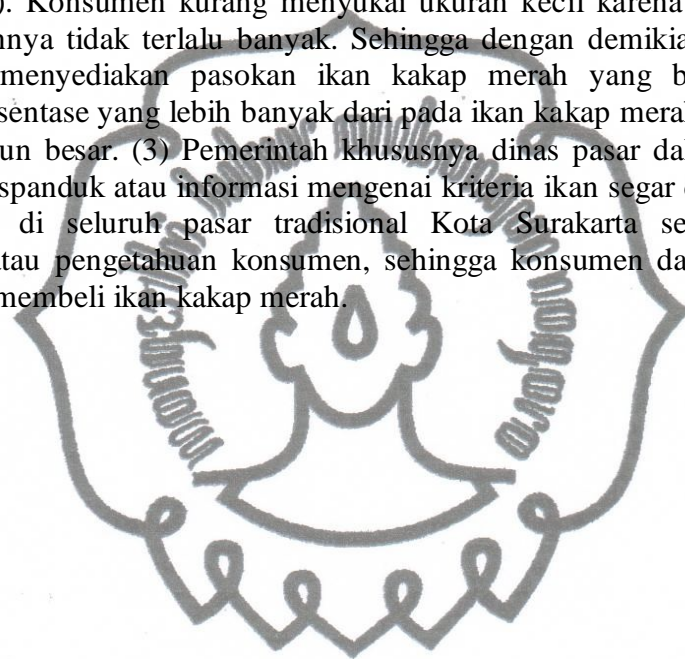
Indonesia merupakan negara kepulauan karena sebagian besar wilayahnya berupa lautan. Kondisi tersebut membuat Indonesia dikenal sebagai negara maritim. Selain perairan laut, Indonesia juga menyimpan perairan umum dan perairan tawar yang cukup melimpah. Melimpahnya SDA berpotensi untuk memenuhi kebutuhan pangan dan gizi bagi penduduknya. Terpenuhinya kebutuhan pangan dan gizi dapat mempengaruhi SDM-nya. Protein hewani memiliki peranan dalam pembentukan SDM. Salah satunya adalah ikan kakap merah. Salah satu ciri atau karakteristik dari hasil perikanan adalah mudah rusak dan busuk, sehingga dibutuhkan penanganan yang cepat dan tepat agar ikan yang sampai ke tangan konsumen masih dalam kondisi yang baik. Kewajiban seorang produsen atau pemasar adalah memenuhi keinginan konsumen, sehingga untuk mengetahui apakah produk tersebut sudah sesuai dengan keinginan konsumen dibutuhkan analisis mengenai sikap konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi apakah atribut pada ikan kakap merah (*Lutjanus argentimaculatus*) telah memenuhi sifat ideal sesuai dengan keinginan konsumen di pasar tradisional Kota Surakarta, mengkaji kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut pada ikan kakap merah (*Lutjanus argentimaculatus*) di pasar tradisional Kota Surakarta, dan mengkaji sikap konsumen terhadap berbagai atribut pada ikan kakap merah (*Lutjanus argentimaculatus*) di pasar tradisional Kota Surakarta. Metode dasar penelitian adalah deskriptif analitis dengan tehnik penelitian survei. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive* (sengaja) yaitu Kota Surakarta dengan pertimbangan bahwa nilai konsumsi dasar untuk ikan kakap merah menempati urutan ke 2 setelah lele. Nilai konsumsi dasar ikan kakap merah menunjukkan bahwa derajat penerimaan ikan kakap merah di Kota Surakarta cukup baik. Pasar sampel yang dipilih sebagai lokasi penelitian adalah pasar Gede, Nusukan, Jongke, dan Hardjodaksino. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Model analisis yang digunakan adalah *Model Point Ideal*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan analisis kualitas ideal masing-masing atribut dapat diketahui bahwa atribut ikan kakap merah yang meliputi kandungan gizi, ukuran ikan, keadaan mata, keadaan sisik, harga ikan, keadaan daging, aroma/ bau, dan warna insang telah sesuai dengan keinginan konsumen. Sedangkan, kepercayaan tertinggi konsumen terhadap atribut ikan kakap merah secara berurutan adalah Aroma/ bau, warna insang, keadaan daging, keadaan sisik, keadaan mata, kandungan gizi, harga ikan, dan ukuran ikan. Sikap Konsumen terhadap ikan kakap merah di pasar Tradisional Kota Surakarta termasuk dalam kriteria sangat baik.

commit to user

Dari hasil penelitian dapat disarankan : (1) Konsumen ikan kakap merah lebih mempertimbangkan atribut aroma dan keadaan daging ketika membeli ikan kakap merah karena konsumen beranggapan bahwa atribut tersebut mencerminkan kesegaran ikan sehingga produsen ikan kakap merah perlu mempertahankan kualitas atribut aroma dan keadaan daging yaitu dengan menaruh ikan kakap merah ke dalam box yang berisi es, sehingga dengan demikian kesegaran ikan dapat lebih tahan lama. (2) Konsumen lebih suka membeli ikan kakap merah yang berukuran sedang karena menurut mereka lebih gurih dan enak, sedangkan menurut mereka ikan yang berukuran besar kurang enak (sepo). Konsumen kurang menyukai ukuran kecil karena menurut mereka daging ikannya tidak terlalu banyak. Sehingga dengan demikian para pedagang sebaiknya menyediakan pasokan ikan kakap merah yang berukuran sedang dengan prosentase yang lebih banyak dari pada ikan kakap merah yang berukuran kecil maupun besar. (3) Pemerintah khususnya dinas pasar dalam hal ini perlu memasang spanduk atau informasi mengenai kriteria ikan segar di blok penjualan ikan segar di seluruh pasar tradisional Kota Surakarta sebagai penambah informasi atau pengetahuan konsumen, sehingga konsumen dapat lebih selektif lagi dalam membeli ikan kakap merah.



SUMMARY

Salimah Nastiti. H0809100. 2013. "*Analysis of Consumer Attitudes toward Fish Red Snapper (*Lutjanus argentimaculatus*) in Surakarta Traditional Markets*". Guided by Ir. Mulya Sugiharti Handy, MP and Mei Tri Sundari, SP., M.Si. Faculty of Agriculture, University of March Surakarta.

Indonesia is a maritime country as well as the island nation, causing most of its territory in the oceans. In addition to marine waters, Indonesia also save public waters and fresh waters are relatively abundant. The abundance of natural resources has the potential to meet food and nutrition needs of the population. Fulfillment of food and nutrition can affect human resources. Animal protein has a role in the formation of human resources. One is red snapper. One of the traits or characteristics of fishery products are easily damaged and rotten, so we need a fast and precise handling that fish that reaches the consumer is still in good condition. Obligations of a manufacturer or marketer is to meet consumer desires, so as to determine whether the product is in conformity with the wishes of consumers needed analysis of consumer attitudes.

This study aims to identify the extent to which the attribute on red snapper (*Lutjanus argentimaculatus*) has met the ideal properties in accordance with the wishes of consumers in traditional markets Surakarta, examines consumer confidence in the various attributes of the red snapper (*Lutjanus argentimaculatus*) in traditional markets Surakarta, and examines consumer attitudes toward various attributes of the red snapper (*Lutjanus argentimaculatus*) in traditional markets Surakarta. The basic method of research is descriptive analytical survey research techniques. Determining the location of the research done by purposive (deliberately) that the city of Surakarta on the basis that the value of the basic consumption for red snapper ranks second after catfish. Value of the basic consumption of red snapper showed that the degree of acceptance of the red snapper in Surakarta pretty good. Market samples were selected as the study site is Gede market, Nusukan, Jongke, and Hardjodaksino. The data used in this study are primary and secondary data. The analysis model used is the Ideal Point Model.

The results showed that the analysis based on ideal qualities of each attribute can be seen that the attributes of red snapper that includes nutrient content, size of fish, the eyes of the state, the state scales, price of fish, meat circumstances, odor, and color of the gills are in accordance with the wishes consumers. Meanwhile, the highest belief consumers to attribute the red snapper in a sequence is odor, color of gills, flesh condition, state scales, eye conditions, nutrient content, the price of fish, and fish size. Consumer attitudes toward red snapper in Surakarta Traditional markets included in the criteria very well.

From the results it can be suggested: (1) Consumers are more red snapper odor attributes and circumstances into account when buying meat red snapper because consumers assume that these attributes reflect the freshness of the fish red snapper so producers need to maintain the quality attributes and the smell of meat

is to put state red snapper in the box containing ice, and thus the freshness of the fish can be more durable. (2) Consumers would rather buy a red snapper that size because they are more savory and delicious, while according to their large fish are less tasty (Sepu). Consumers do not like the small size because they are not too many fish flesh. So therefore traders should provide a supply of red snapper are medium size with a greater percentage of the red snapper are small or large. (3) Government agencies especially in this market need to put up a banner or information regarding the criteria in block sales of fresh fish fresh fish around the traditional market town of Surakarta as an addition information or knowledge of consumers, so that consumers can be more selective in buying red snapper..

