

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN IKAN PATIN DI KOTA PEKANBARU**

**Novia Dewi\***

**Abstract**

This study is intended to obtain the data which will be able to reveal the information about external, internal factors and its impact to behavior of Patin fish consumer. The object of this study is people who consume Patin fish in Pekanbaru. The method being used in this research is survey method with number of samples accounted to 100 people. The hypothesis of this study is tested by applying path analysis. The hypothesis of the study are: (1) external and internal factors, positively influence the perception of customers; (2) the perception of customers, positively influence the attitude and preference of customers; (3) the attitude and preference of customers, positively influence the consumer behavior of patin fish. The results of this study indicated that, simultaneously, the external and internal factors have significant impact on the behavior of Patin fish consumers.

Keywords: external, internal, behavior

---

\* *Novia Dewi* adalah Staf Pengajar pada Jurusan Agribisnis Faperta Universitas Riau, Pekanbaru.

## I. PENDAHULUAN

Dalam memenuhi kebutuhan akan protein, sektor perikanan memegang peranan penting karena ikan adalah salah satu sumber protein hewani yang relatif mudah diperoleh dan murah harganya. Kontribusi sektor perikanan terhadap produk domestik bruto nasional sebesar 11,99%. Hal ini dapat dilihat dari semakin luas dan terarahnya usaha peningkatan produksi perikanan yang pada gilirannya telah meningkatkan konsumsi ikan, ekspor hasil perikanan, pendapatan hasil petani nelayan, memperluas lapangan kerja, memberikan dukungan terhadap pembangunan bidang industri dan menunjang pembangunan daerah.

Dari berbagai jenis ikan air tawar yang tersedia di pasar, ikan patin relatif cukup banyak diminati konsumen antara lain karena rasanya yang enak, mudah diperoleh, dan harganya relatif lebih murah bila dibandingkan dengan jenis ikan air tawar lain, seperti ikan baung, lele, gurami, lais, dan sebagainya. Menurut Ayub (1998) ikan patin di Provinsi Riau merupakan hidangan istimewa di rumah-rumah makan dan merupakan jenis ikan yang mendapat perhatian cukup tinggi oleh pengusaha restoran dibandingkan ikan air tawar lainnya. Selanjutnya, Siregar (1983) menambahkan bahwa ikan patin secara komersial sangat penting dan merupakan *catfish* sungai yang sangat disukai. Ikan patin merupakan salah satu spesies yang banyak diminati oleh konsumen terutama di Sumatera dan Kalimantan, selain itu ikan patin memiliki keunggulan sebagai ikan budidaya dan mempunyai prospek sebagai komoditas ekspor karena dagingnya yang berwarna putih dan hampir sama dengan *pangasius bocourti* yang merupakan komoditas ekspor dari Vietnam.

Secara umum perilaku konsumen dapat dipengaruhi oleh selera walaupun selera itu sifatnya relatif berubah tergantung pada keadaan dan waktu. Pada keadaan dan waktu tertentu dengan kondisi keuangan yang memadai, maka konsumen akan memilih ikan segar sesuai dengan selernya. Demikian pula sebaliknya, konsumen cenderung memilih ikan segar yang cukup terjangkau ataupun menggantinya dengan substitusi yang lain, terkecuali selera pribadi yang tidak dapat diganti dengan ikan lainnya. Kecenderungan ini biasanya terjadi apabila seseorang yang menginginkan suatu jenis ikan tertentu maka konsumen tersebut akan tetap membelinya walaupun dalam jumlah relatif sedikit atau harganya cukup tinggi.

## II. METODE PENELITIAN

### 2.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Pekanbaru. Alasan pemilihan lokasi tersebut berdasarkan pertimbangan bahwa sebagian besar penduduk Kota Pekanbaru mengkonsumsi ikan patin dan menu hidangan khas Riau di rumah makan serta restoran. Penelitian ini dilakukan selama tiga bulan yang dimulai dari bulan Oktober sampai dengan Desember 2012

### 2.2. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode survei, yaitu dengan mengambil sampel dari satu populasi dan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Penarikan sampel dilakukan secara *simple random sampling* di lima pasar dalam Kota Pekanbaru, yaitu pasar Senapelan, Sukaramai, Sail, Simpang Panam, dan Pasar Bawah dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang.

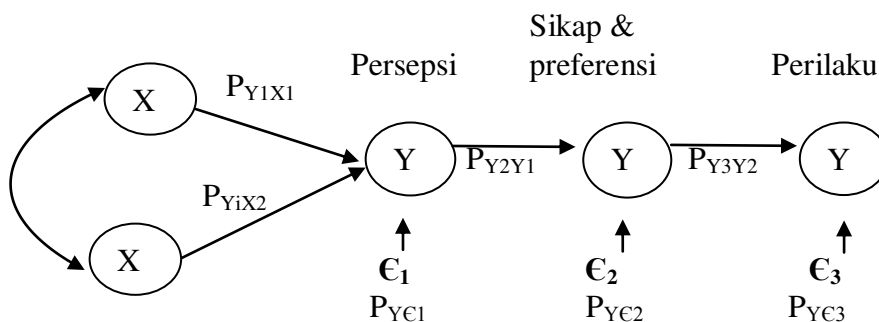
### 2.3. Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dengan cara pengumpulan data, dilakukan melalui survei lapangan menggunakan kuesioner sedangkan data sekunder diperoleh dari studi literatur yang berkaitan dengan penelitian ini, dan instansi terkait serta dokumentasi lainnya yang mendukung penelitian ini.

### 2.2. Analisis Data

#### a. Rancangan Uji Hipotesis

Menentukan model atau diagram jalur berdasarkan paradigma penelitian dengan hubungan antara variabel penelitian diungkapkan sebagai berikut :



**Gambar 1. Hubungan antara Variabel Penelitian**

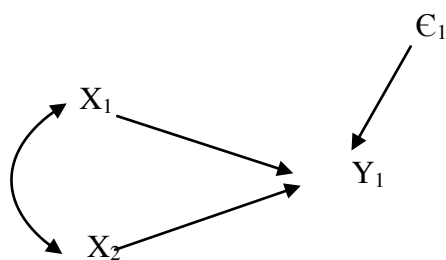
Keterangan :

$X_1$  = Faktor Lingkungan Eksternal

$X_2$  = Faktor Lingkungan Internal

$\epsilon_1, \epsilon_2, \epsilon_3$  = Variabel lain di luar variabel di atas

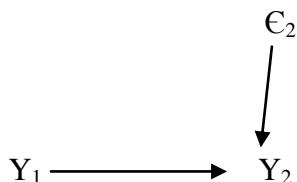
Pada langkah kerja pertama, hipotesis yang diajukan digambarkan secara struktural melalui sebuah paradigma yang secara diagramatik menggambarkan hubungan antar variabel baik hubungan yang sifatnya korelatif maupun kausal. Pada diagram, faktor lingkungan eksternal dinyatakan dengan  $X_1$  dan faktor lingkungan internal dinyatakan dengan  $X_2$ . Persepsi konsumen dilambangkan dengan  $Y_1$ , sikap dan preferensi konsumen dilambangkan dengan  $Y_2$  dan perilaku konsumen dilambangkan dengan  $Y_3$ . Dengan demikian, secara diagramatik Hipotesis 1 dapat digambarkan paradigma 1 yang merupakan hubungan struktural antara variabel  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $Y_1$ , yaitu



**Gambar 2.a. Paradigma-1 : Hubungan Struktural antara Variabel  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $Y_1$**

Paradigma di atas mengisyaratkan bahwa bukan hanya  $X_1$ ,  $X_2$  saja yang mempengaruhi  $Y_1$  tetapi masih banyak variabel lain dalam penelitian ini tidak diukur karena tidak diteliti. Variabel-variabel lain ini dinyatakan dengan  $\epsilon_1$ .

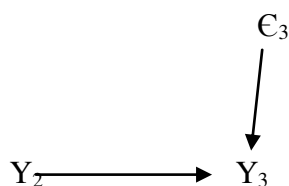
Hipotesis 2, secara diagramatik disajikan dengan paradigma sebagai berikut :



**Gambar 2.b. Paradigma-1 : Hubungan Struktural antara Variabel  $Y_1$  dan  $Y_2$**

$Y_2$  bukan hanya dipengaruhi oleh  $Y_1$  tetapi dipengaruhi oleh variabel-variabel yang dalam penelitian ini tidak diukur dan variabel-variabel ini dinyatakan dengan  $\epsilon_2$ .

Hipotesis 3, secara diagramatik disajikan dengan paradigma sebagai berikut:



**Gambar 2.c. Paradigma-1 : Hubungan Struktural antara Variabel  $Y_2$  dan  $Y_3$**

$Y_3$  bukan hanya dipengaruhi oleh  $Y_2$  tetapi juga dipengaruhi oleh variabel-variabel yang dalam penelitian ini tidak diukur dan variabel-variabel ini dinyatakan dengan  $\epsilon_3$ .

Hipotesis diuji sesuai dengan paradigma yang mencerminkan hipotesis tersebut, yaitu dengan analisis jalur (*path analysis*). Persamaan linier untuk paradigma 1, 2, dan 3 adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} Y_1 &= P_{Y_1X_1} X_1 + P_{Y_1X_2} X_2 + \epsilon \\ Y_2 &= P_{Y_2Y_1} Y_1 + \epsilon \\ Y_3 &= P_{Y_3Y_2} Y_2 + \epsilon \end{aligned}$$

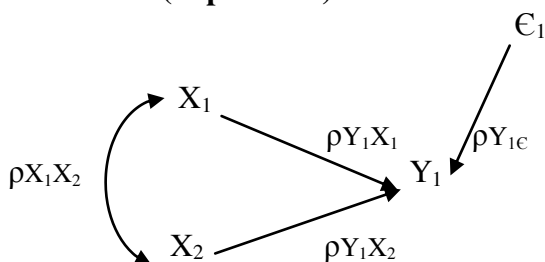
Substruktur 1, diuji dengan analisis jalur dengan hipotesis operasional secara parsial sebagai berikut:

$H_0$  :  $\rho_{Y_1X_i} \leq 0$ , tidak ada pengaruh antara dua variabel

$H_1$  :  $\rho_{Y_1X_i} > 0$ , ada pengaruh antara dua variabel

Pengaruh tiap variabel diperlihatkan oleh besarnya parameter struktur ( $\rho_{Y_1X_i}$ ).

#### Struktur 1 (Hipotesis 1)



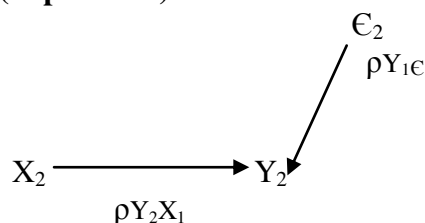
**Gambar 3.a. Paradigma-1 : Koefisien Jalur pada Substruktur 1**

Hipotesis operasional yang digunakan adalah :

$H_0$  :  $\rho_{Y_2Y_1} \leq 0$

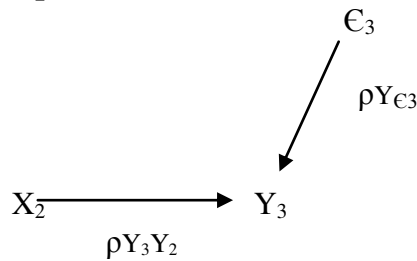
$H_1$  :  $\rho_{Y_2Y_1} > 0$

#### Struktur 2 (Hipotesis 2)



**Gambar 3.b. Paradigma-1 : Koefisien Jalur pada Substruktur 2**

**Struktur 3 (Hipotesis 3)**



**Gambar 3.c. Paradigma-1: Koefisien Jalur pada Substruktur 3**

Hipotesis operasional yang digunakan adalah :

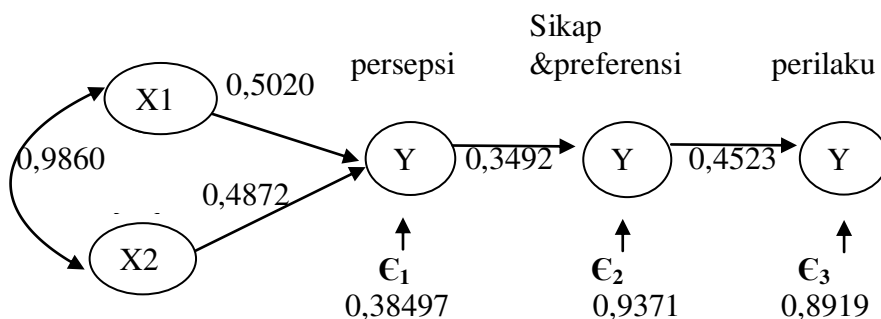
$H_0 : \rho_{Y_3Y_2} \leq 0$

$H_1 : \rho_{Y_3Y_2} > 0$

Pengaruh setiap variabel akan diperlihatkan oleh besarnya parameter struktural yang sesuai.

**III. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hipotesis penelitian maka dapat dinyatakan dalam diagram jalur sebagai berikut:



**Gambar 2. Hubungan antara Variabel Penelitian**

Faktor lingkungan eksternal dan internal secara bersama mempunyai pengaruh terhadap persepsi konsumen dengan jumlah koefisien determinasi 0,9733 atau keeratan hubungannya sebesar 97,33 persen. Artinya, persepsinya 97,33 persen ditentukan oleh  $X_1$  dan  $X_2$  pada tingkat kepercayaan 95% sedangkan pengaruh variabel lain yang tidak diteliti terhadap persepsi konsumen sebesar 2,6657 persen. Adapun pengaruh langsung faktor lingkungan eksternal terhadap persepsi konsumen 25,20%. Pengaruh tidak langsung  $X_1$  melalui faktor lingkungan internal terhadap persepsi konsumen 24,11% maka total pengaruh  $X_1$  terhadap  $Y_1$  sebesar 49,31%. Pengaruh langsung faktor lingkungan internal

terhadap persepsi konsumen sebesar 23,74%. Pengaruh tidak langsung variabel X2 melalui faktor lingkungan internal terhadap persepsi konsumen sebesar 24,11% maka total pengaruh X1 terhadap Y1 sebesar 47,85%.

Dalam proses perhitungan di atas, maka diperoleh suatu gambaran yang dapat mengungkapkan tentang pengaruh variabel faktor lingkungan eksternal dan internal terhadap persepsi konsumen ikan patin, yaitu variabel faktor lingkungan eksternal sebesar 49,31%, faktor lingkungan internal konsumen sebesar 47,85%, sedangkan pengaruh kedua variabel tersebut secara bersama-sama terhadap persepsi konsumen sebesar 97,16%. Variabel lain di luar model memberikan pengaruh sebesar 2,84%. Dengan demikian secara jelas dan signifikan terdapat hubungan kausal/pengaruh yang positif faktor lingkungan eksternal dan internal terhadap persepsi konsumen. Ini berarti pula dari sisi faktor lingkungan eksternal maupun internal, informasi yang pantas dicatat adalah semakin dewasa tingkat konsumen baik dari segi kematangan berpikir/faktor edukatif yang diperoleh dari pendidikannya, adanya interaksi sosial dengan lingkungan sekitarnya dan kematangan dalam pengalamannya akan semakin berkembang pula persepsinya terhadap suatu produk. Menurut Sinaga (1999) bahwa semakin dewasa konsumen baik dari segi kematangan berpikir yang diperoleh dari pendidikan dan kematangan dalam pengalamannya dengan bertambahnya usia maka akan semakin berkembang pula persepsinya terhadap suatu produk.

Pengaruh variabel Y1 terhadap Y2 ,  $(0,3492)^2 = 0,1219$ , variabel persepsi memiliki kontribusi pengaruh sebesar 12,19% terhadap sikap dan preferensi, sedangkan pengaruh variabel lainnya sebesar 87,81%. Pengaruh yang positif ini menjelaskan bahwa semakin baik kemampuan konsumen dalam menilai suatu produk akan memberikan pengaruh kepada sikap atau keputusan yang akan diambil untuk memilih produk ikan patin.

Pengaruh variabel Y2 terhadap Y3,  $(0,4523)^2 = 0,2045$ , variabel sikap dan preferensi memiliki pengaruh sebesar 20,45% terhadap perilaku konsumen, sedangkan pengaruh variabel lainnya sebesar 79,54%. Pengaruh yang positif ini menjelaskan bahwa semakin baik sikap konsumen yang menentukan dalam pengambil keputusan terhadap pembelian ikan patin. Engel (1994), mengemukakan bahwa sikap yang didasarkan pada pengalaman aktual lebih berhubungan dengan perilaku konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk bila dibandingkan dengan sikap yang didasarkan pada pengalaman tak

langsung. Menurut Loudon dan Della Bitta (1998) bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor lingkungan eksternal dan internal.

#### **IV. KESIMPULAN**

1. Faktor lingkungan eksternal dan internal konsumen secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap persepsi konsumen ikan patin di Kota Pekanbaru, masing-masing sebesar 49,31% dan 47,85%.
2. Persepsi konsumen berpengaruh positif terhadap sikap dan preferensinya untuk mengkonsumsi ikan patin, yaitu sebesar 12,19%. Pengaruh positif ini menjelaskan bahwa semakin baik kemampuan konsumen dalam menilai komoditi ikan patin akan memberikan pengaruh pada sikap atau keputusan yang akan diambil untuk ikan patin.
3. Variabel sikap dan preferensi konsumen berpengaruh positif terhadap perilaku konsumen dalam mengkonsumsi ikan patin, yaitu sebesar 20,45%. Artinya bahwa semakin baik sikap konsumen akan menentukan terhadap pengambilan keputusannya dalam pembelian ikan patin sehingga perilakunya cenderung untuk mengkonsumsi ikan patin.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ayub, A. 1998. *Budidaya Ikan Patin dalam Keramba Kayu*. Dinas Perikanan Tingkat I Riau. Pekanbaru.
- Engel, J.F. 1994. *Perilaku Konsumen*. Jilid 1. Alih bahasa oleh Budiyanto. Bina Rupa Aksara. Jakarta.
- Loudon, D.L dan Della Bitta, A.J. 1988. *Consumer Behavior; Concept and Application*, third Edition, McGraw Hill Book Company, New Jersey.
- Sinaga, E.B. 1999. *Pengaruh Profil Pasar, Persepsi, Sikap dan Preferensi terhadap Penempatan Produk Karpet Permadani di Kotamadya Bandung*. PPS Unpad. Bandung.
- Siregar, M. 1983. *Jenis-jenis Ikan yang Tertangkap di Perairan Umum Kecamatan Kampar*. Skripsi Faperi UNRI, Pekanbaru.