

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil Responden

Penelitian minat dan perilaku konsumsi ikan masyarakat Kota Yogyakarta ini dilakukan terhadap 80 orang responden yang dilakukan di 4 RT yang tercakup dalam 1 RW yakni RW 12 kelurahan Rejowinangun Kecamatan Kotagede, Kota Yogyakarta. Profilresponden pada penelitian ini dibedakan berdasar beberapa aspek yakni umur, pekerjaan dan jumlah anggota keluarga. Pada penelitian ini yang menjadi responden adalah anggota keluarga yang berperan sebagai pengurus konsumsi keluarga, hal ini bertujuan agar informasi yang didapatkan lebih terjamin sesuai dengan kondisi lapangan terkait minat dan perilaku konsumsi ikan masyarakat.

1. Umur

Umur berkaitan dengan kematangan seseorang untuk berpikir dalam pengambilan sebuah keputusan. Umur juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku seseorang. Umur anggota keluarga selaku pengurus konsumsi keluarga di Kota Yogyakarta berkisar antara 24 sampai 72 tahun. Jika dianalisa berdasarkan kelompok umur, maka Umur anggota keluarga selaku pengurus konsumsi keluarga yang paling banyak yaitu umur 36 tahun keatas. (Tabel 27).

Tabel 1. Distribusi responden berdasarkan umur

Umur (tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
24-35	13	16,25
36-47	25	31,25
48-59	26	32,50
60-72	16	20,00
Total	80	100,00

Berdasarkan tabel 27 dapat dilihat bahwa anggota keluarga selaku pengurus konsumsi keluarga dengan rentang umur yang paling dominan yaitu 36 sampai 59 tahun yaitu sebanyak 63,75%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar anggota keluarga selaku pengurus konsumsi keluarga adalah orang-orang yang memiliki umur yang sudah matang dalam mengambil keputusan. Sebagian besar anggota keluarga selaku pengurus konsumsi keluarga yang berumur matang ini menyatakan bahwa pengambilan keputusan konsumsi keluarga diatur sesuai dengan kondisi keluarga, terutama dari kondisi ekonomi. Pengambilan keputusan konsumsi keluarga berdasarkan kondisi ekonomi keluarga dibuktikan oleh mereka dengan kecenderungan mereka untuk memilih membeli bahan makanan dan memasak makanan sendiri agar lebih menghemat pengeluaran.

2. Pekerjaan

Pada penelitian ini, pekerjaan merupakan profesi atau kegiatan sehari-hari yang dilakukan oleh pengurus konsumsi keluarga dalam rangka memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dalam hal pekerjaan memiliki keterlibatan dalam mempengaruhi kesibukan seseorang. Seseorang yang memiliki pekerjaan yang terikat dengan suatu instansi atau orang lain dapat menyebabkan berkurangnya waktu orang tersebut untuk mengerjakan pekerjaan rumah. Dalam penelitian ini pekerjaan anggota keluarga selaku pengurus konsumsi keluarga cukup bervariasi, namun pekerjaan pengurus konsumsi keluarga di Kota Yogyakarta didominasi oleh ibu rumah tangga. (Tabel 28).

Tabel 2. Distribusi responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
IRT	54	67,50
PNS	5	6,25
Buruh	8	10,00
Pensiunan	4	5,00
Wiraswasta	5	6,25
Karyawan swasta	4	5,00
Total	80	100,00

*IRT:Ibu Rumah Tangga

*PNS:Pegawai Negeri Sipil

Berdasarkan tabel 28 dapat dilihat bahwa pekerjaan anggota keluarga selaku pengurus konsumsi keluarga mayoritas adalah ibu rumah tangga, sedangkan sisanya yaitu buruh, PNS, wiraswasta, pensiunan dan karyawan swasta. Ibu rumah tangga menjadi pekerjaan mayoritas responden yang menunjukkan bahwa sebagian besar anggota keluarga selaku pengurus konsumsi keluarga memiliki waktu yang cukup luang untuk mengerjakan pekerjaan rumah termasuk memasak dan memilih berbagai bahan makanan. Sebagian besar ibu rumah tangga mengaku bahwa mereka bisa memasak 2 sampai 3 kali sehari dan bisa berbelanja ke pasar atau kwarung hampir setiap hari. Di Kota Yogyakarta juga terdapat pengurus konsumsi keluarga yang bekerja sebagai buruh yakni buruh cuci dan buruh pabrik kerajinan. Para pengurus konsumsi rumah tangga yang bekerja sebagai buruh mengaku bahwa mereka memiliki hari dan jam kerja yang tidak menentu sehingga intensitas waktu mereka untuk memasak di rumah menjadi tidak konsisten. Selain itu di Kota Yogyakarta juga terdapat pengurus konsumsi keluarga yang bekerja sebagai karyawan swasta dan PNS yakni Guru dan pegawai pemerintahan. Pengurus konsumsi keluarga yang berprofesi sebagai PNS dan karyawan swasta memiliki jam kerja antara 4 sampai 8 jam perhari sehingga mereka jarang memiliki waktu luang untuk memasak dengan intensitas

masak kurang lebih 1 kali sehari dan jarang memiliki waktu kepasar (2-3 kali seminggu). Pengurus konsumsi keluarga di Kota Yogyakarta juga ada yang bekerja sebagai wiraswasta yakni pedagang, memiliki warung dan menjahit. Mereka yang bekerja sebagai wiraswasta cenderung memiliki intensitas memasak yang cukup baik karena mereka bisa menyelesaikan pekerjaan rumah termasuk memasak disela waktu kerja. Selain itu, terdapat beberapa orang yang bekerja sebagai pensiunan PNS, yang mana para pensiunan ini memiliki waktu yang luang untuk mengerjakan pekerjaan rumah termasuk memasak karena mereka sudah tidak terikat pada suatu kesibukan.

3. Jumlah anggota keluarga

Jumlah anggota keluarga merupakan kumpulan orang-orang dalam 1 keluarga yang tinggal dalam 1 rumah. Jumlah anggota keluarga ikut serta dalam menentukan jumlah kebutuhan keluarga, artinya semakin banyak anggota keluarga maka semakin banyak kebutuhan yang harus dipenuhi oleh sebuah keluarga. Jumlah anggota keluarga responden di Kota Yogyakarta yaitu berkisar antara 1 sampai 6 orang dalam 1 KK. Jumlah anggota keluarga masyarakat Kota Yogyakarta yang paling dominan yaitu 4 orang dalam 1 keluarga (Tabel 29).

Tabel 3. Distribusi responden berdasarkan jumlah anggota keluarga

Jumlah anggota keluarga	Jumlah KK	(%)
1	2	2,50
2	11	13,75
3	19	23,75
4	32	40,00
5	14	17,50
6	2	2,50
Total	80	100,00

Pada tabel 29 dapat dilihat bahwa mayoritas jumlah anggota keluarga responden yaitu 4 orang dalam 1 keluarga yaitu sebanyak 40%. Banyaknya

jumlah anggota keluarga mempengaruhi jumlah konsumsi keluarga serta jumlah pengeluaran keluarga. Hal ini karena semakin banyak anggota keluarga maka semakin banyak pengeluaran yang harus dikeluarkan oleh sebuah keluarga atau pembagian jatah konsumsi perkapita menjadi semakin sedikit bagi masing-masing anggota keluarga.

B. Minat Konsumsi Ikan Masyarakat Kota Yogyakarta

Minat merupakan ketertarikan atau kecenderungan seseorang untuk melakukan sesuatu yang dapat dijadikan sebagai dasar untuk memprediksi perilaku. Minat masyarakat Kota Yogyakarta dalam mengkonsumsi ikan diukur berdasarkan 4 indikator minat yaitu minat *transaksional*, minat *referensial*, minat *preferensial* dan minat *eksploratif*.

Berdasarkan 4 indikator minat secara keseluruhan capaian skor berada pada rentang skor 54,61-71,40 atau 52,01-68,00% artinya minat masyarakat Kota Yogyakarta dalam mengkonsumsi ikan termasuk dalam kategori **Sedang**. (Tabel 30).

Tabel 4. Distribusi skor minat

Indikator	Total skor	Persentase (%)	Kategori
Minat <i>transaksional</i>	14,83	74,13	Tinggi
Minat <i>referensial</i>	17,30	57,67	Sedang
Minat <i>preferensial</i>	18,29	60,96	Sedang
Minat <i>Eksploratif</i>	16,70	66,80	Sedang
Total	67,11	63,92	Sedang

Interval kategori skor minat

21-37,80 atau % 20,01-36,00% = Sangat Rendah

37,81-54,60 atau 36,01-52,00% = Rendah

54,61-71,40 atau 52,01-68,00% = Sedang

71,41-88,20 atau 68,01-84,00% = Tinggi

88,21-105 atau 84,01-100,00% = Sangat Tinggi

Berdasarkan tabel 30 dapat dilihat bahwa minat masyarakat dalam mengkonsumsi ikan dilihat dari 4 indikator minat yaitu minat *transaksional*

dengan capaian skor sebesar 74,13% dalam kisaran 68,01-84,00% yang termasuk dalam kategori Tinggi, minat *referensial* dengan capaian skor sebesar 57,67% dalam kisaran 52,01-68,00% yang termasuk dalam kategori Sedang, minat *preferensial* dengan capaian skor sebesar 60,96% dalam kisaran 52,01-68,00% yang termasuk dalam kategori sedang dan minat *eksploratif* dengan capaian skor sebesar 66,70% dalam kisaran 52,01-68,00% yang termasuk dalam kategori sedang. Secara keseluruhan, diperoleh capaian skor total minat sebesar **67,11** atau **63,92%**. Capaian skor berada pada rentang skor 54,70-71,40 atau 52,01-68,00% artinya secara keseluruhan minat masyarakat Kota Yogyakarta dalam mengkonsumsi ikan termasuk dalam kategori **Sedang**.

Berdasarkan distribusi skor minat diatas, berikut rincian distribusi responden berdasarkan minat konsumsi ikan. secara keseluruhan, responden yang memiliki minat dengan jumlah tertinggi yaitu termasuk dalam kategori sedang namun, jumlah responden yang memiliki minat yang tinggi jumlahnya juga tidak jauh berbeda.

Tabel 5. Distribusi responden berdasarkan skor keseluruhan minat

Kategori	Σ M.trans	%	Σ M.ref	%	Σ M.pref	%	Σ M.ekspl	%	Total minat	%
Sangat Rendah	6	7,50	0	0,00	5	6,25	7	8,75	6	7,50
Rendah	0	0,00	24	30,00	11	13,75	7	8,75	2	2,50
Sedang	1	1,25	43	53,75	40	50,00	15	18,75	36	45,00
Tinggi	63	78,75	12	15,00	15	18,75	51	63,75	35	43,75
Sangat tinggi	10	12,50	0	0,00	9	11,25	0	0,00	1	1,25
Rata-rata	80	100	80	100	80	100	80	100	80	100

Berdasarkan tabel 31 dapat dilihat bahwa pada minat *transaksional* mayoritas responden memiliki minat yang tinggi untuk melakukan transaksi atau pembelian ikan, sementara pada minat *referensial*, sebagian besar responden memiliki minat yang sedang untuk merekomendasikan ikan kepada orang lain. Selain itu, pada minat *preferensial* sebagian responden memiliki minat yang

sedang untuk menjadikan ikan sebagai pilihan utama saat membeli lauk namun, pada minat *eksploratif* mayoritas responden memiliki minat yang tinggi untuk mencari informasi tentang ikan.

1. **Minat *transaksional***

Minat *transaksional* yaitu kecenderungan atau ketertarikan seseorang dalam melakukan transaksi atau pembelian ikan yang diukur dari 4 indikator, yakni ketertarikan untuk mengonsumsi ikan sebagai sumber protein hewani, ketertarikan untuk membeli ikan setiap memiliki uang untuk belanja lauk, ketertarikan untuk membeli ikan setiap melihat adanya ikan yang dijual dipasar, ketertarikan untuk membeli ikan setiap ada kesempatan belanja lauk. Berdasarkan hasil penelitian, minat *Transaksional* masyarakat Kota Yogyakarta termasuk dalam kategori **tinggi** dengan capaian skor sebesar **74,13%** dalam rentang skor 68,01-84,00% atau dengan total skor sebesar 14,83 dari kisaran skor 4-20. (Tabel 32).

a. Tertarik untuk mengonsumsi ikan sebagai sumber protein hewani.

Pada tabel 32 dapat dilihat bahwa 60 orang responden tertarik untuk mengonsumsi ikan sebagai sumber protein hewani. Responden beranggapan bahwa ikan memiliki kandungan protein yang tinggi untuk memenuhi kebutuhan protein manusia, selain mengandung protein tinggi ikan juga merupakan bahan makanan yang baik dikonsumsi oleh balita hingga manula. Meski responden tertarik untuk mengonsumsi ikan sebagai sumber protein namun responden beranggapan bahwa mereka juga perlu mendapat asupan sumber protein dari bahan makanan lain karena perlu adanya variasi sumber protein.

Tabel 6. Distribusi Minat *Transaksional*

Indikator	Skor	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)	Rata-rata skor	Capaian skor (%)	Kategori
Tertarik untuk mengkonsumsi ikan sebagai sumber protein hewani.						
Tidak tertarik	1	8	10,00			
Kurang tertarik	2	0	0,00			
Ragu-ragu	3	2	2,50	3,80	76,00	Tinggi
Tertarik	4	60	75,00			
Sangat tertarik	5	10	12,50			
Tertarik untuk membeli ikan setiap memiliki uang untuk belanja lauk.						
Tidak tertarik	1	8	10,00			
Kurang tertarik	2	0	0,00			
Ragu-ragu	3	5	6,25	3,76	75,25	Tinggi
Tertarik	4	57	71,25			
Sangat tertarik	5	10	12,50			
Tertarik untuk membeli ikan setiap melihat adanya ikan dijual dipasar.						
Tidak tertarik	1	8	10,00			
Kurang tertarik	2	0	0,00			
Ragu-ragu	3	18	22,50	3,60	72,00	Tinggi
Tertarik	4	44	55,00			
Sangat tertarik	5	10	12,50			
Tertarik untuk membeli ikan setiap ada kesempatan belanja lauk.						
Tidak tertarik	1	8	10,00			
Kurang tertarik	2	1	1,25			
Ragu-ragu	3	11	13,75	3,66	73,25	Tinggi
Tertarik	4	50	62,50			
Sangat tertarik	5	10	12,50			
Total		80	100	14,83	74,13%	Tinggi

Masyarakat berpendapat bahwa mengkonsumsi ikan akan ada masa jenuhnya. Selain menghindari kejenuhan, menurut responden ikan termasuk bahan makanan yang harganya tidak murah. Menurut mereka, masih banyak bahan makanan yang lebih murah dibandingkan ikan, meskipun mereka menyadari bahwa gizi pada ikan cenderung lebih baik. Berbeda halnya dengan responden yang sangat tertarik untuk mengkonsumsi ikan sebagai sumber protein. Mereka berpendapat bahwa mengkonsumsi ikan sebagai sumber protein merupakan hal

yang tepat untuk dilakukan karena mengonsumsi ikan berbeda dengan mengonsumsi daging atau ayam. Menurut mereka, mengonsumsi ikan dalam jumlah yang banyak tidak akan menimbulkan efek negatif seperti mengonsumsi ayam atau daging. Menurut mereka, terlalu banyak mengonsumsi daging atau ayam dapat menyebabkan banyak penyakit seperti kolesterol.

Sementara itu, dari yang mereka ketahui bahwa mengonsumsi ikan tidak menyebabkan kolesterol, sehingga mereka cenderung tidak memiliki alasan untuk tidak mengonsumsi ikan. Mereka juga berpendapat bahwa ikan memiliki citarasa yang enak dan bisa diolah menjadi berbagai macam makanan sehingga mereka tidak akan jenuh untuk mengonsumsi ikan. Selain itu, untuk mengakali harga ikan yang tidak murah, apabila mereka memiliki uang yang minim untuk membeli lauk maka mereka bisa mengkalinya dengan membeli ikan dalam jumlah yang sedikit atau membeli ikan dengan harga yang lebih murah atau dengan alternatif lain yaitu mencari ikan sendiri (memancing) disungai atau laut.

Responden yang sangat tertarik mengonsumsi ikan cenderung tidak memiliki alasan untuk tidak mengonsumsi ikan. Disamping itu, sebanyak 8 orang responden tidak tertarik untuk mengonsumsi ikan sebagai sumber protein hewani. Responden yang demikian beranggapan bahwa ikan merupakan bahan makanan yang memiliki karakteristik cenderung tidak disukai oleh mereka. Adapun atribut yang tidak disukai yaitu ikan memiliki banyak duri di tubuhnya sehingga berbahaya jika tertelan oleh manusia, oleh karena itu perlu ketelatenan dalam mengonsumsi ikan agar tidak tertelan duri ikan. Selain itu ikan memiliki bau yang amis serta cukup rumit untuk diolah sehingga responden lebih memilih sumber protein lain yang lebih mudah dikonsumsi seperti telur atau

ayam. Terdapat 2 responden yang ragu-ragu untuk mengonsumsi ikan sebagai sumber protein, hal ini karena memiliki selera yang selalu berubah-ubah sehingga mereka tidak bisa memutuskan untuk selalu tertarik mengonsumsi ikan sebagai sumber protein. Selain itu, mereka yang ragu-ragu mengonsumsi ikan sebagai sumber protein hewani cenderung tidak menyukai ikan karena tidak menyukai karakteristik ikan yang amis dan memiliki banyak duri namun masih mempertimbangkan mengonsumsi ikan jenis tertentu.

b. Tertarik untuk membeli ikan setiap memiliki uang untuk belanja lauk.

Dapat dilihat bahwa sebanyak 57 orang responden tertarik untuk membeli ikan setiap memiliki uang untuk belanja lauk. Banyaknya responden yang tertarik untuk membeli ikan setiap memiliki uang untuk belanja lauk berkurang dari angka responden yang tertarik untuk mengonsumsi ikan sebagai sumber protein. Responden merasa tertarik membeli ikan setiap memiliki uang belanja lauk karena mereka menyadari bahwa ikan perlu dikonsumsi oleh manusia karena memiliki gizi yang tinggi serta mudah dicerna sehingga baik dikonsumsi, terutama untuk anak-anak yang sedang dalam masa pertumbuhan. Meskipun responden berpendapat bahwa ikan sangat penting untuk dikonsumsi namun ada kalanya ketika mereka memiliki uang belanja lauk mereka tidak menggunakan uang tersebut untuk membeli ikan namun membeli lauk jenis lainnya.

Menurut responden ikan memiliki harga yang relatif lebih mahal dibandingkan sumber protein yang biasa mereka konsumsi seperti tempe, tahu atau telur sehingga terkadang mereka lebih memilih untuk membeli tempe, tahu atau telur agar lebih menghemat pengeluaran. 3 orang responden beralih ke ragu-ragu untuk membeli ikan setiap memiliki uang untuk belanja lauk. Mereka

berpendapat bahwa mereka tidak bisa memutuskan kecenderungan mereka untuk selalu membeli ikan setiap memiliki uang untuk belanja lauk. Meskipun mereka secara pribadi merasa tertarik untuk mengkonsumsi ikan sebagai sumber protein namun mereka perlu mempertimbangkan hal lain seperti selera keluarga mereka perlu mempertimbangkan apakah anggota keluarga mereka ingin makan ikan pada waktu tersebut atau malah ingin mengkonsumsi sumber protein lain. Selain itu, mereka juga mempertimbangkan jumlah uang yang mereka punya. Apabila uang yang mereka punya untuk belanja lauk sedikit maka mereka akan lebih memprioritaskan bahan makanan lain yang cenderung lebih murah. Kebiasaan masyarakat yang suka makan sayur dan kebiasaan makan tanpa lauk menyebabkan masyarakat tidak mengharuskan selalu ada sumber protein yang mereka makan setiap harinya atau mereka mengganti dengan sumber protein yang lebih murah seperti tempe, tahu atau telur.

Sebanyak 10 orang responden yang menyatakan sangat tertarik untuk membeli ikan jika memiliki uang untuk belanja lauk. Responden yang sangat tertarik untuk membeli ikan jika memiliki uang untuk belanja lauk adalah mereka yang sangat menyukai ikan dan selalu berusaha membeli ikan apabila memiliki uang. Selain itu, ketertarikannya tersebut juga direalisasikan dalam bentuk pembelian ikan yang lebih sering disaat memiliki uang untuk belanja lauk. Mereka yang sangat tertarik untuk membeli ikan jika memiliki uang untuk belanja lauk hampir tidak memiliki alasan untuk tidak membeli ikan apabila memiliki uang untuk belanja lauk, bahkan meskipun mereka memiliki uang yang pas-pasan untuk belanja lauk maka mereka akan mencari akal supaya bisa membeli ikan, misalnya seperti membeli ikan dalam jumlah yang sedikit atau membeli ikan

yang memiliki harga yang murah. Terdapat 8 orang responden yang tidak tertarik untuk membeli ikan setiap memiliki uang untuk belanja lauk karena cenderung tidak menyukai karakteristik ikan yang amis, berduri dan cukup rumit untuk dimasak serta dinilai lebih mahal harganya dibanding sumber protein yang biasa mereka konsumsi, sehingga meskipun saat memiliki uang untuk belanja lauk namun ia tetap tidak akan mau membeli ikan.

c. Tertarik untuk membeli ikan setiap melihat ikan yang dijual dipasar.

Dapat dilihat bahwa sebanyak 44 orang responden tertarik untuk membeli ikan setiap melihat adanya ikan dijual dipasar. Mayoritas responden tertarik untuk membeli ikan setiap melihat ada ikan yang dijual dipasar menyatakan bahwa mereka akan tertarik membeli ikan setiap melihat ikan dijual dipasar dengan syarat ikan yang dilihat memiliki kualitas yang baik dengan jenis yang mereka sukai. Banyaknya responden yang tertarik untuk membeli ikan setiap melihat ada ikan dijual dipasar berkurang dari jumlah responden yang tertarik untuk membeli ikan jika memiliki uang.

Sebanyak 13 responden beralih ke ragu-ragu untuk membeli ikan setiap melihat adanya ikan dijual dipasar. Responden yang beralih ke ragu-ragu adalah mereka yang memiliki intensitas waktu kepasar lebih sering dibandingkan mereka yang menjawab tertarik. Mereka beralasan bahwa mereka memiliki keperluan yang bermacam-macam kepasar, bukan hanya untuk membeli lauk, sehingga tidak selalu ketika mereka melihat ikan maka mereka tertarik untuk membeli. Memang ada saat dimana mereka kepasar, yang ketika dari rumah mereka tidak berniat untuk membeli ikan namun secara spontan karena melihat ikan kemudian tertarik untuk membelinya. Akan tetapi hal itu tidak terjadi secara terus menerus. Ketika

mereka kepasar maka mereka perlu memprioritaskan keperluan mereka. Selain itu mereka juga beralasan bahwa selera mereka tidak menentu sehingga tidak setiap saat mereka ingin membeli ikan meskipun telah melihatnya.

d. Tertarik untuk membeli ikan setiap ada kesempatan belanja lauk.

Dilihat dari ketertarikan masyarakat untuk membeli ikan setiap ada kesempatan untuk belanja lauk yaitu sebanyak 50 orang responden tertarik untuk membeli ikan setiap ada kesempatan untuk belanja lauk, banyaknya responden yang tertarik untuk membeli ikan jika ada kesempatan untuk belanja lauk meningkat dari jumlah responden yang tertarik untuk membeli ikan jika ada kesempatan untuk belanja lauk. Responden yang tertarik untuk membeli ikan setiap ada kesempatan untuk belanja lauk diantaranya adalah mereka yang mengaku tidak selalu memiliki kesempatan untuk belanja lauk dan diantaranya yaitu pengurus konsumsi keluarga yang memiliki profesi sebagai PNS dan karyawan swasta. Mereka yang bekerja sebagai PNS dan karyawan swasta cenderung memiliki kesempatan yang lebih sedikit untuk belanja lauk dibandingkan ibu rumah tangga, sehingga mereka yang menyukai ikan cenderung tertarik untuk memanfaatkan kesempatan mereka dalam berbelanja lauk untuk membeli ikan.

Mereka yang tertarik untuk membeli ikan setiap ada kesempatan belanja lauk kadang hanya tertarik saja karena menganggap konsumsi ikan merupakan hal yang baik namun jarang merealisasikan ketertarikannya tersebut dan lebih memilih membeli mahal makanan lain yang lebih murah. berbeda halnya dengan 10 responden yang sangat tertarik mengkonsumsi ikan setiap ada kesempatan untuk belanja lauk. Mereka yang sangat tertarik cenderung merealisasikan

ketertarikannya. Adapun 11 orang responden yang masih memilih ragu-ragu adalah mereka yang sering kepasar dan beberapaorang merupakan wiraswasta yang bekerja sebagai pedagang sehingga mereka selalu memiliki kesempatan untuk belanja lauk dipasar sehingga menurut mereka tidak selalu kesempatan mereka untuk berbelanja lauk mereka gunakan untuk membeli ikan. Hal ini karena pembelian ikan tidak hanya diputuskan dengan adanya kesempatan namun dalam kesempatan tersebut perlu juga mempertimbangkan hal lain seperti selera diri dan anggota keluarga. Mereka juga beranggapan bahwa keputusan untuk membeli bahan makanan tidak hanya didasarkan kesempatan namun sesuai dengan selera dan kondisi keuangan pada saat itu.

2. Minat Referensial

Minat *Referensial* yaitu kecenderungan atau ketertarikan seseorang untuk mereferensikan ikan kepada orang lain yang diukur dari 6 indikator yakni ketertarikan masyarakat untuk merekomendasikan pada keluarga untuk mengkonsumsi ikan, ketertarikan masyarakat untuk merekomendasikan pada tetangga untuk mengkonsumsi ikan, ketertarikan masyarakat untuk merekomendasikan pada teman untuk mengkonsumsi ikan, ketertarikan masyarakat untuk merekomendasikan pada masyarakat luas untuk mengkonsumsi ikan, ketertarikan masyarakat untuk menghadiahkan /memberikan ikan kepada orang lain, ketertarikan masyarakat untuk menyuguhkan tamu dengan ikan. Berdasarkan hasil penelitian minat referensial termasuk dalam kategori **sedang** dengan capaian skor sebesar **57.67%** atau dengan total skor sebesar **17,30** dari kisaran skor 6-30. Hal tersebut menunjukkan bahwa kesadaran masyarakat untuk mereferensikan ikan kepada orang lain masih kurang (Tabel 33).

Tabel 7. Distribusi Minat Referensial

Indikator	Skor	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)	Rata-rata skor	Capaian skor (%)	Kategori
Tertarik untuk merekomendasikan pada keluarga untuk mengkonsumsi ikan.						
Tidak tertarik	1	0	0,00			
Kurang tertarik	2	3	3,75			
Ragu-ragu	3	7	8,75	4,04	80,75	Tinggi
Tertarik	4	54	67,50			
Sangat tertarik	5	16	20,00			
Tertarik untuk merekomendasikan pada tetangga untuk mengkonsumsi ikan						
Tidak tertarik	1	17	21,25			
Kurang tertarik	2	10	12,50			
Ragu-ragu	3	22	27,50	2,84	56,75	Sedang
Tertarik	4	31	38,75			
Sangat tertarik	5	0	0,00			
Tertarik untuk merekomendasikan pada teman untuk mengkonsumsi ikan						
Tidak tertarik	1	43	53,75			
Kurang tertarik	2	22	27,50			
Ragu-ragu	3	8	10,00	1,74	34,75	Sangat rendah
Tertarik	4	7	8,75			
Sangat tertarik	5	0	0,00			
Tertarik untuk merekomendasikan pada masyarakat luas untuk mengkonsumsi ikan						
Tidak tertarik	1	60	75,00			
Kurang tertarik	2	19	23,75			
Ragu-ragu	3	0	00,00	1,28	25,50	Sangat rendah
Tertarik	4	1	1,25			
Sangat tertarik	5	0	0,00			
Tertarik untuk memberikan ikan kepada orang lain.						
Tidak tertarik	1	3	3,75			
Kurang tertarik	2	4	5,00			
Ragu-ragu	3	13	16,25	3,69	73,75	Tinggi
Tertarik	4	55	68,75			
Sangat tertarik	5	5	6,25			
Tertarik untuk menyuguhkan tamu dengan ikan.						
Tidak tertarik	1	1	1,25			
Kurang tertarik	2	8	10,00			
Ragu-ragu	3	10	12,50	3,73	74,50	Tinggi
Tertarik	4	54	67,50			
Sangat tertarik	5	7	8,75			
Total		80	100	17,30	57,67	Sedang

a. Tertarik untuk merekomendasikan pada keluarga untuk mengonsumsi ikan.

Berdasarkan tabel 33 dapat dilihat bahwa sebanyak 54 orang responden tertarik untuk merekomendasikan pada keluarga untuk mengonsumsi ikan. Responden yang tertarik merekomendasikan kepada keluarganya untuk mengonsumsi ikan menilai bahwa ikan merupakan salah satu makanan yang baik bagi kesehatan tubuh serta memiliki gizi yang banyak serta baik bagi perkembangan otak anak cucu mereka yang sedang dalam masa pertumbuhan. Responden yang tertarik merekomendasikan pada keluarganya untuk mengonsumsi ikan sering menyarankan keluarganya untuk mengonsumsi ikan, perwujudan ketertarikan tersebut hanya sebatas memberitahukan/ menghibau seluruh anggota keluarganya untuk mengonsumsi ikan dan tidak terlalu memaksa apabila anggota keluarganya tidak ingin mengonsumsi ikan. Selain itu, sebanyak 16 orang responden sangat tertarik untuk merekomendasikan pada keluarganya untuk mengonsumsi ikan. Mereka yang sangat tertarik untuk menyarankan pada keluarganya mengonsumsi ikan mayoritas adalah mereka yang sangat suka mengonsumsi ikan.

Mereka tertarik menyarankan pada keluarga untuk mengonsumsi ikan karena mereka menganggap bahwa ikan tidak hanya menjadi salah satu makanan yang baik bagi kesehatan tubuh dan memiliki kandungan gizi yang tinggi tetapi ikan juga merupakan salah satu makanan yang baik bagi perkembangan otak sehingga baik dikonsumsi oleh anak cucu mereka yang sedang dalam masa pertumbuhan. Responden yang sangat tertarik merekomendasikan ikan untuk dikonsumsi oleh anggota keluarga mereka cenderung melakukan tindakan seperti menyiapkan hidangan ikan, menghibau anaknya agar memberi cucunya

konsumsi ikan, sesering mungkin memasak ikan dirumah agar keluarga dirumah memakan ikan. Selain itu, terdapat 7 orang responden yang ragu-ragu untuk merekomendasikan ikan kepada keluarga, hal ini karena mereka sadar mengkonsumsi ikan baik untuk kesehatan namun tidak ingin memaksakan kehendak agar anggota keluarganya memakan ikan jika memang terdapat anggota keluarganya yang tidak suka/tidak bisa makan ikan (alergi). Selain itu, terdapat pula sebanyak 3 orang responden yang kurang tertarik untuk merekomendasikan pada keluarganya untuk mengkonsumsi ikan karena mereka hanya tinggal bersama keluarganya yang sudah sama-sama dewasa sehingga tidak perlu lagi untuk diingatkan atau direkomendasikan selain itu, mereka yang kurang setuju untuk merekomendasikan anggota keluarganya untuk mengkonsumsi ikan cenderung menuruti selera anak atau suami mereka.

b. Tertarik untuk merekomendasikan pada tetangga untuk mengkonsumsi ikan.

Terdapat 31 orang responden tertarik untuk merekomendasikan pada keluarga untuk mengkonsumsi ikan. Responden yang tertarik untuk merekomendasikan pada tetangganya untuk mengkonsumsi ikan memahami bahwa ikan merupakan salahsatu makanan yang baik bagi kesehatan dan bergizi tinggi. Selain itu, mereka beranggapan bahwa ikan merupakan bahan makanan yang bisa diolah menjadi berbagai macam makanan yang memiliki citarasa yang enak. Mereka biasanya merekomendasikan pada tetangganya untuk mengkonsumsi ikan pada saat membeli bahan makanan bersama di pasar atau diwarung. Rekomendasi dilakukan pada saat sedang mengobrol sambil memilih bahan makanan. Selain itu, rekomendasi juga dilakukan pada saat tetangganya bertamu kerumah dan kebetulan responden sedang memasak ikan maka pada saat itulah responden

melakukan rekomendasi dengan cara mempersilahkan tetangganya untuk mencicipi masakannya atau membagikan masakannya kemudian menyarankannya untuk memasak ikan seperti yang ia masak. Selain itu, terdapat juga sebanyak 10 orang responden yang kurang tertarik untuk merekomendasikan pada tetangganya untuk mengkonsumsi ikan, hal ini karena mereka menyadari bahwa ikan memiliki gizi yang baik namun, mereka berpandangan bahwa tanpa mereka ingatkanpun tetangga mereka juga pasti sudah paham. Disamping itu, sebanyak 17 orang responden tidak tertarik untuk merekomendasikan pada tetangganya untuk mengkonsumsi ikan. Responden yang tidak tertarik untuk merekomendasikan pada tetangganya untuk mengkonsumsi ikan karena mereka menganggap bahwa urusan konsumsi merupakan urusan keluarga masing-masing sehingga mereka tidak perlu turut campur dalam mengurus konsumsi tetangganya.

c. Tertarik untuk merekomendasikan pada teman untuk mengkonsumsi ikan.

Berdasarkan ketertarikan masyarakat untuk merekomendasikan pada teman untuk mengkonsumsi ikan yaitu 7 orang responden tertarik untuk merekomendasikan pada temannya untuk mengkonsumsi ikan. Mereka yang tertarik untuk merekomendasikan pada temannya sebagian besar adalah para pengurus konsumsi keluarga yang memiliki pekerjaan. Mereka yang bekerja memiliki akses untuk bertemu dengan temannya, yakni teman kerjanya. Meskipun responden merasa tertarik untuk merekomendasikan, namun hal itu hanya dilakukan pada saat tertentu saja misalnya pada saat sedang makan bersama dikantor atau ditempat makan. Sebanyak 8 orang responden ragu-ragu untuk menyarankan pada temannya untuk mengkonsumsi ikan, hal ini karena sebagian besar pengurus konsumsi keluarga khususnya mereka yang sebagai ibu rumah

tangga dan tidak bekerja mengaku jarang bertemu dengan teman-teman mereka. Para ibu rumah tangga yang sibuk mengurus pekerjaan rumah sehingga tidak memiliki banyak waktu untuk bertemu temannya. Sebanyak 43 orang responden tidak terpikir sama sekali untuk merekomendasikan pada temannya untuk mengonsumsi ikan, mereka menganggap bahwa itu merupakan hal yang tidak perlu mereka lakukan.

d. Tertarik untuk merekomendasikan pada masyarakat luas untuk mengonsumsi ikan.

Berdasarkan ketertarikan masyarakat. Untuk merekomendasikan pada masyarakat luas untuk mengonsumsi ikan yaitu sebanyak 60 orang responden tidak tertarik untuk merekomendasikan pada masyarakat untuk mengonsumsi ikan, hal ini karena mereka menganggap bahwa mereka tidak memiliki kepentingan dengan masyarakat luas sehingga mereka tidak perlu menyarankan masyarakat luas untuk mengonsumsi ikan. Disamping itu, terdapat 1 orang responden yang tertarik untuk merekomendasikan pada masyarakat luas untuk mengonsumsi ikan. Responden yang tertarik untuk menyarankan masyarakat luas untuk mengonsumsi ikan adalah seorang guru serta ketua PKK. Beliau termasuk seseorang yang sangat menyukai ikan dan memiliki pemahaman yang baik tentang pentingnya mengonsumsi ikan. Selain itu, responden tersebut memiliki akses untuk merekomendasikan masyarakat luas. Beliau mengatakan bahwa cara beliau merekomendasikan pada masyarakat luas yaitu pada muridnya di sekolah. Beliau mengatakan bahwa beberapa tahun yang lalu di sekolah tempatnya mengajar pernah ada program sosialisasi Gemarikan yang ditujukan pada murid dan wali murid. Adapun kegiatan tersebut melibatkan seluruh elemen dalam sekolah, baik siswa, guru maupun wali murid. Beliau mengaku senang bisa

berpartisipasi dalam acara tersebut dan akan terus menghimbau para muridnya untuk rajin mengonsumsi ikan. Selain itu, perannya sebagai ibu PKK beliau juga merekomendasikan pada masyarakat luas untuk mengonsumsi ikan. Adapun cara yang beliau lakukan yaitu dengan menyarankan pada anggotanya untuk menyiapkan hidangan lauk ikan pada acara perkumpulan PKK.

e. Tertarik untuk memberikan ikan kepada orang lain.

Berdasarkan ketertarikan masyarakat untuk memberikan ikan kepada orang lain yaitu sebanyak 55 orang responden tertarik untuk memberikan ikan kepada orang lain. Responden mengatakan bahwa mereka tertarik untuk memberikan ikan kepada orang lain apabila mereka memiliki ikan yang berlebih seperti ketika mereka mendapatkan ikan berlebih dari hasil memancing di sungai atau laut maka mereka akan membagikan ikan kepada orang lain, baik keluarga ataupun tetangga. Disamping itu, terdapat 5 orang responden tidak tertarik untuk memberikan ikan kepada orang lain, hal ini karena mereka tidak pernah memiliki ikan yang berlebih dan apabila memiliki ikan berlebih maka mereka lebih baik menyimpannya untuk dimakan dikemudian hari atau lebih baik menjual ikan tersebut.

f. Tertarik untuk menyuguhkan tamu dengan lauk ikan.

Dilihat dari ketertarikan masyarakat untuk menyuguhkan tamu dengan ikan yaitu sebanyak 54 orang responden tertarik untuk menyuguhkan tamu dengan ikan. Responden yang tertarik untuk menyuguhkan tamu dengan ikan karena ikan merupakan salah satu makanan yang bisa dimasak menjadi berbagai macam masakan yang enak dan tentunya sehat sehingga mereka bisa menjamu tamu dengan makanan yang enak dan sehat yakni masakan ikan, namun kadang masih mempertimbangkan waktu karena memasak ikan membutuhkan waktu yang relatif lebih rumit dibandingkan memasak telur, tempe, tahu atau sayur.

Disamping itu, terdapat seorang responden yang tidak tertarik untuk menyuguhkan tamu dengan ikan karena ia lebih memilih menyuguhkan tamu dengan lauk yang lebih mudah disajikan seperti sayur, telur ataupun ayam agar lebih cepat dan lebih praktis serta lebih murah.

3. *Minat Preferensial*

Minat Preferensial yaitu kecenderungan atau ketertarikan seseorang untuk menjadikan suatu produk sebagai preferensi utama yang diukur dari 6 indikator yakni ketertarikan masyarakat untuk menjadikan ikan sebagai pilihan utama saat membeli lauk pauk, ketertarikan masyarakat untuk menjadikan ikan sebagai makanan favorit, ketertarikan masyarakat untuk menjadikan ikan sebagai hidangan wajib dihari spesial, ketertarikan masyarakat untuk mengkonsumsi ikan dibandingkan ayam, ketertarikan masyarakat untuk mengkonsumsi ikan dibandingkan daging sapi, ketertarikan masyarakat untuk mengkonsumsi ikan dibandingkan telur. Berdasarkan hasil penelitian minat *Preferensial* termasuk dalam kategori **Sedang** dengan capaian skor sebesar **60,96%** atau dengan total skor sebesar **18,29** dari kisaran skor 6-30. (Tabel 34).

a. **Tertarik untuk menjadikan ikan sebagai pilihan utama saat membeli lauk pauk.**

Berdasarkan ketertarikan masyarakat untuk menjadikan ikan sebagai pilihan utama saat membeli lauk pauk yaitu sebanyak 24 orang responden tertarik untuk menjadikan ikan sebagai pilihan utama saat membeli lauk pauk. Responden yang tertarik menjadikan sebagai pilihan utama saat membeli lauk karena mereka berpendapat bahwa dibandingkan lauk lainnya ikan merupakan lauk yang memiliki gizi lebih tinggi dan lebih sehat untuk dikonsumsi dibandingkan protein

hewani lainnya seperti ayam ataupun daging sapi sehingga menjadikan ikan sebagai pilihan utama saat membeli lauk menjadi sebuah keputusan terbaik.

Tabel 8. Distribusi Minat Preferensial

Indikator	Skor	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)	Rata-rata skor	Capaian skor (%)	Kategori
Tertarik untuk menjadikan ikan sebagai pilihan utama saat membeli lauk pauk.						
Tidak tertarik	1	8	10,00			
Kurang tertarik	2	0	00,00			
Ragu-ragu	3	40	50,00	3,30	66,00	Sedang
Tertarik	4	24	30,00			
Sangat tertarik	5	8	10,00			
Tertarik untuk menjadikan ikan sebagai makanan favorit.						
Tidak tertarik	1	8	10,00			
Kurang tertarik	2	31	38,75			
Ragu-ragu	3	0	22,50	3,06	61,25	Sedang
Tertarik	4	30	37,50			
Sangat tertarik	5	11	13,75			
Tertarik untuk menjadikan ikan sebagai hidangan wajib dihari spesial.						
Tidak tertarik	1	13	16,25			
Kurang tertarik	2	22	27,50			
Ragu-ragu	3	23	28,75	2,73	54,50	Sedang
Tertarik	4	18	22,50			
Sangat tertarik	5	4	5,00			
Lebih tertarik mengkonsumsi ikan dibandingkan ayam.						
Tidak setuju	1	9	11,25			
Kurang setuju	2	12	15,00			
Ragu-ragu	3	24	30,00	3,16	63,25	Sedang
Setuju	4	27	33,75			
Sangat setuju	5	8	10,00			
Lebih tertarik untuk mengkonsumsi ikan dibandingkan daging sapi.						
Tidak setuju	1	11	13,75			
Kurang setuju	2	23	28,75			
Ragu-ragu	3	18	22,50	2,90	58,00	Sedang
Setuju	4	19	23,75			
Sangat setuju	5	9	11,25			
Lebih tertarik mengkonsumsi ikan dibandingkan telur.						
Tidak setuju	1	9	11,25			
Kurang setuju	2	6	7,50			
Ragu-ragu	3	38	47,50	3,14	62,75	Sedang
Setuju	4	19	23,75			
Sangat setuju	5	8	10,00			
Total		80	100	18,29	60,96	Sedang

Masyarakat yang tertarik menjadikan ikan sebagai pilihan utama saat membeli lauk menyatakan bahwa meskipun mereka tertarik namun mereka tidak selalu membeli ikan saat membeli lauk. Hal ini karena perlu adanya variasi menu makanan sehingga keluarganya tidak bosan terhadap satu bahan makanan. Disamping itu, sebanyak 40 orang responden menjawab ragu-ragu. Responden yang ragu-ragu untuk menjadikan ikan sebagai pilihan utama saat membeli lauk karena mereka memiliki selera yang cenderung berubah-ubah sehingga mereka tidak selalu tertarik untuk menjadikan ikan sebagai pilihan utama saat membeli lauk. Terdapat 8 orang responden sangat tertarik untuk menjadikan ikan sebagai pilihan utama saat membeli lauk. Mereka yang sangat tertarik untuk menjadikan ikan sebagai pilihan utama saat membeli lauk. Hal ini karena mereka sangat menyukai ikan sehingga mereka selalu tertarik menjadikan ikan sebagai pilihan utama saat membeli lauk. Disamping itu, terdapat 8 orang responden yang tidak tertarik untuk menjadikan ikan sebagai pilihan utama saat membeli lauk. Hal tersebut karena mereka cenderung tidak menyukai ikan dan lebih menyukai bahan makanan lain.

b. Tertarik untuk menjadikan ikan sebagai makanan favorit.

Dilihat dari ketertarikan masyarakat untuk menjadikan ikan sebagai makanan favorit yaitu sebanyak 30 orang responden tertarik untuk menjadikan ikan sebagai makanan favorit. Hal ini karena ikan merupakan salahsatu bahan makanan yang baik untuk dikonsumsi dan bisa diolah menjadi berbagai macam olahan yang memiliki citarasa yang enak. Selain itu, terdapat 31 orang responden kurang tertarik untuk menjadikan ikan sebagai makanan favorit karena mereka cenderung lebih memfavoritkan bahan makanan lain yang lebih mudah

dikonsumsi dibandingkan ikan. 11 orang responden sangat tertarik untuk menjadikan ikan sebagai makanan favorit. Hal ini karena mereka sangat menyukai ikan dibandingkan sumber protein hewani lain.

c. Tertarik untuk menjadikan ikan sebagai hidangan wajib dihari spesial.

Berdasarkan ketertarikan masyarakat untuk menjadikan ikan sebagai hidangan wajib dihari spesial yaitu sebanyak 18 orang responden tertarik untuk menjadikan ikan sebagai hidangan wajib dihari. Responden yang tertarik untuk menjadikan ikan sebagai hidangan wajib dihari spesial biasanya berusaha memasak atau membeli menu masakan ikan. Hal itu biasanya dilakukan pada momen-momen langka seperti pada perkumpulan keluarga atau dihari raya. Responden mengatakan bahwa terkadang pada malam hari raya mereka mengadakan acara kumpul keluarga kemudian mengadakan acara bakar-bakar ikan, namun jumlah responden yang ragu-ragu atau bahkan tidak setuju jumlahnya juga tidak sedikit. Hal ini karena mereka terbiasa menghidangkan ayam atau daging sapi yang lebih mudah diolah untuk hari spesial seperti hari lebaran atau hari spesial lainnya.

d. Lebih tertarik mengkonsumsi ikan dibandingkan ayam.

Dilihat dari ketertarikan masyarakat untuk mengkonsumsi ikan dibandingkan ayam yaitu sebanyak 35 orang responden lebih tertarik untuk mengkonsumsi ikan dibandingkan ayam. Hal ini karena mereka merasa bahwa mengkonsumsi ikan lebih sehat dibandingkan mengkonsumsi ayam. Responden yang lebih tertarik mengkonsumsi ikan dibandingkan ayam memiliki pemahaman bahwa Ikan memiliki kandungan gizi yang cenderung lebih tinggi dibandingkan ayam. Selain itu, sebanyak 24 orang responden ragu-ragu memilih antara mengkonsumsi ikan atau ayam, namun sebanyak 21 responden lebih tertarik mengkonsumsi ayam dibandingkan ikan karena mereka menilai bahwa ayam lebih mudah dikonsumsi

dibandingkan ikan. Selain itu, mereka juga berpendapat bahwa lebih mudah mengolah ayam dibandingkan ikan.

e. Lebih tertarik untuk mengkonsumsi ikan dibandingkan daging sapi.

Dilihat dari ketertarikan masyarakat untuk mengkonsumsi ikan dibandingkan daging sapi yaitu sebanyak 28 orang responden lebih tertarik untuk mengkonsumsi ikan dibandingkan daging sapi. Hal ini karena menurut mereka harga daging sapi terlalu mahal dibandingkan harga ikan. Selain itu, masyarakat berpendapat bahwa ikan lebih sehat untuk dikonsumsi dibandingkan daging sapi. Disamping itu, sebanyak 34 orang responden lebih tertarik mengkonsumsi daging sapi dibandingkan ikan karena mengkonsumsi daging sapi lebih mudah dibandingkan mengkonsumsi ikan karena ikan memiliki duri. Sisanya sebanyak 18 orang ragu-ragu karena mereka tidak bisa memilih antara kedua pilihan tersebut dikarenakan mereka sama-sama menyukai keduanya atau sama-sama tidak menyukai keduanya.

f. Lebih tertarik mengkonsumsi ikan dibandingkan telur.

Dilihat dari ketertarikan masyarakat untuk mengkonsumsi ikan dibandingkan telur ayam yaitu sebanyak 27 responden lebih tertarik untuk mengkonsumsi ikan dibandingkan telur. Hal ini karena mereka menganggap bahwa kandungan gizi ikan lebih banyak dibandingkan telur. Disamping itu, sebanyak 15 responden yang lebih tertarik mengkonsumsi telur dibandingkan ikan karena mengkonsumsi telur lebih mudah dibandingkan ikan dan harga telur juga cenderung lebih murah dibandingkan harga ikan, sisanya sebanyak 38 orang ragu-ragu karena selera mereka cenderung berubah-ubah dan sama-sama menyukai atau sama-sama tidak menyukai kedua bahan makanan tersebut.

4. *Minat Eksploratif*

Minat Eksploratif menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut yang diukur dari 5 indikator yakni ketertarikan masyarakat untuk mencari informasi tentang manfaat ikan, belajar memasak ikan, mencari informasi resep masakan ikan, mencoba memasak berbagai resep masakan ikan, menyaksikan tayangan orang memasak ikan. Dilihat dari 5 indikator tersebut, minat *eksploratif* masyarakat Kota Yogyakarta termasuk dalam kategori **sedang** dengan capaian skor sebesar 66,80% atau dengan rata-rata total skor sebesar **16,70** dari kisaran skor 5-25. (Tabel 35).

a. **Tertarik mencari informasi tentang manfaat ikan.**

Berdasarkan ketertarikan masyarakat untuk mencari informasi tentang manfaat ikan yaitu sebanyak 42 orang responden kurang tertarik untuk mencari informasi manfaat ikan. Responden yang kurang tertarik untuk mencari informasi tentang manfaat ikan menganggap bahwa mencari informasi tentang manfaat ikan menjadi sebuah hal yang kurang diperlukan sehingga lebih memilih melakukan hal lain, namun responden yang tertarik untuk mencari informasi tentang manfaat konsumsi ikan jumlahnya juga cukup banyak yakni sebanyak 29 orang. Mereka yang tertarik mencari informasi tentang manfaat ikan merasa hal itu perlu dilakukan karena mereka sadar bahwa mereka perlu mengetahui informasi tentang manfaat ikan agar mereka tahu mengenai efek dari mengonsumsi ikan sehingga bertambah keinginan mereka untuk mengonsumsi ikan. Responden menyatakan bahwa biasanya mereka mencari informasi manfaat ikan melalui berbagai media diantaranya melalui pencarian internet, membaca buku, ataupun menonton

tayangan televisi serta bertanya pada orang yang dirasa lebih tahu. Beberapa masyarakat mengaku meskipun mereka tertarik untuk mencari informasi terkait manfaat ikan namun mereka tidak memiliki fasilitas untuk mencari informasi terkait manfaat ikan.

Tabel 9. Distribusi Minat Eksploratif

Indikator	Skor	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)	Rata-rata skor	Capaian skor (%)	Kategori
Tertarik mencari informasi tentang manfaat ikan.						
Tidak tertarik	1	9	11,25	2,61	52,25	Sedang
Kurang tertarik	2	42	52,50			
Ragu-ragu	3	0	5,00			
Tertarik	4	29	36,25			
Sangat tertarik	5	0	00,00			
Tertarik belajar memasak ikan.						
Tidak tertarik	1	9	11,25	3,51	70,25	Tinggi
Kurang tertarik	2	6	7,50			
Ragu-ragu	3	0	0,00			
Tertarik	4	65	81,25			
Sangat tertarik	5	0	0,00			
Tertarik mencari informasi resep masakan ikan.						
Tidak tertarik	1	9	11,25	3,51	70,25	Tinggi
Kurang tertarik	2	6	7,50			
Ragu-ragu	3	0	0,00			
Tertarik	4	65	81,25			
Sangat tertarik	5	0	0,00			
Tertarik mencoba memasak berbagai resep masakan ikan						
Tidak tertarik	1	9	11,25	3,33	66,50	Sedang
Kurang tertarik	2	6	7,50			
Ragu-ragu	3	15	18,75			
Tertarik	4	50	62,50			
Sangat tertarik	5	0	00,00			
Tertarik menyaksikan tayangan orang memasak ikan.						
Tidak tertarik	1	8	10,00	3,74	74,75	Tinggi
Kurang tertarik	2	5	6,25			
Ragu-ragu	3	8	10,00			
Tertarik	4	38	47,50			
Sangat tertarik	5	21	26,25			
Total		80	100	16,70	66,80	Sedang

b. Tertarik belajar memasak ikan.

Berdasarkan ketertarikan masyarakat untuk belajar memasak ikan yaitu sebanyak 65 orang responden tertarik untuk belajar memasak ikan. Sebagian besar responden tertarik untuk belajar memasak ikan, baik untuk membuat menu baru ataupun mencoba menu lama. Responden yang tertarik untuk belajar memasak ikan menyatakan bahwa ketertarikannya tersebut didasari oleh perasaan ingin menyenangkan keluarga serta sebagai tindak lanjut atas keinginannya untuk merekomendasikan pada keluarga untuk mengkonsumsi ikan. Responden mengaku belajar memasak ikan melalui berbagai media seperti menonton tutorial memasak di youtube, intagram, bertanya kepada mertua, tetangga atau orang lain yang lebih ahli dalam memasak ikan. Selain itu, mereka juga belajar memasak ikan dengan cara memperhatikan orang lain memasak baik pada tayangan televisi maupun secara langsung. Disamping itu, terdapat 9 responden yang tidak tertarik untuk belajar memasak ikan. Mayoritas responden yang tidak tertarik belajar memasak ikan adalah mereka yang tidak suka mengkonsumsi ikan, selain itu terdapat 6 responden yang kurang tertarik untuk belajar memasak ikan. Sebagian besar mereka yang kurang tertarik belajar memasak ikan adalah responden yang memiliki usia lanjut yang beralasan bahwa mereka sudah cukup memahami cara memasak ikan sehingga tidak perlu lagi belajar memasak ikan.

c. Tertarik mencari informasi resep masakan ikan.

Berdasarkan ketertarikan masyarakat untuk mencari informasi resep masakan ikan yaitu sebanyak 65 orang responden tertarik untuk mencari informasi resep masakan ikan, baik di internet, televisi ataupun buku dan lain-lain. Adapun responden yang tertarik untuk mencari informasi resep masakan ikan beranggapan

bahwa mereka perlu menambah variasi masakan sehingga keluarga mereka tidak merasa jenuh untuk mengkonsumsi ikan. Adapun responden yang tidak tertarik untuk mencari informasi resep masakan ikan sebagian besar adalah responden yang sudah berusia lanjut yang beralasan bahwa mereka merasa cukup memasak ikan dengan menu masakan yang biasa yang tidak terlalu rumit dan telah menjadi kesukaan keluarga selain itu mereka yang tidak tertarik untuk mencari informasi resep masakan ikan adalah mereka yang memang tidak menyukai ikan.

d. Tertarik mencoba memasak berbagai resep masakan ikan.

Dilihat dari ketertarikan masyarakat untuk mencoba memasak berbagai resep masakan ikan yaitu sebanyak 50 orang responden tertarik untuk mencoba memasak berbagai resep masakan ikan apabila memiliki waktu yang senggang. Beberapa responden mengatakan bahwa mencoba resep masakan ikan tidak selalu bisa direalisasikan karena tidak semua resep bisa dicoba. Biasanya para ibu rumah tangga mencoba memasak resep setelah mempertimbangkan bahan yang ada pada resep tersebut. Apabila seluruh bahan yang terdapat pada resep tersebut mudah didapat maka mencoba memasak resep baru bisa di realisasikan. Setelah itu, menurut mereka mencoba memutuskan untuk memasak salahsatu resep maka mereka perlu menyiapkan waktu yang tepat agar lebih leluasa mempersiapkan bahan-bahan resep tersebut. Biasanya mencoba memasak berbagai resep masakan direalisasikan oleh mereka pada waktu libur atau akhir pekan. Pada waktu tersebut mereka memiliki waktu yang lebih luang untuk mencoba memasak resep masakan dan memilih bahan masakan tersebut.

Mereka yang tertarik mencoba berbagai resep masakan ikan merasa bahwa mereka perlu menyenangkan keluarga, salahsatunya dengan memasakkan menu baru namun terdapat beberapa responden yang kurang tertarik mencoba berbagai resep

masakan ikan karena terkendala oleh waktu. Mereka yang kurang tertarik mencoba berbagai resep masakan ikan cenderung memiliki kesibukan sehingga mengaku kurang memiliki waktu untuk mencoba memasak resep.

e. Tertarik menyaksikan tayangan orang memasak ikan.

Dilihat dari ketertarikan masyarakat untuk menyaksikan tayangan orang memasak ikan yaitu sebanyak 38 orang responden tertarik untuk menyaksikan tayangan orang memasak ikan baik di internet, televisi atau lainnya namun menurut mereka hal itu baru dapat mereka realisasikan pada saat di waktu senggang saja. Adapun mereka yang sangat tertarik menyaksikan tayangan orang memasak ikan yaitu 21 orang adalah mereka yang suka mengonsumsi ikan dan suka memasak. Menurut mereka, menonton tayangan orang memasak ikan memiliki daya tarik tersendiri, menonton tayangan orang memasak ikan juga mampu menambah referensi masakan serta menambah wawasan mereka terkait bumbu-bumbu masakan. Selain itu, melihat tayangan orang memasak ikan menjadi salah satu sarana mereka untuk merefresh otak. Mereka yang sangat tertarik untuk melihat tayangan memasak ikan akan berusaha mencari waktu untuk menyaksikan tayangan memasak ikan, sekalipun harus mencuri waktu disela-sela kesibukan. Sebanyak 8 orang suka melihat tayangan orang memasak ikan. Hal ini karena tidak menyukai ikan, sehingga tayangan memasak ikan menjadi suatu hal yang kurang menarik.

C. Perilaku Konsumsi Ikan Masyarakat

Dalam penelitian ini Perilaku konsumsi ikan masyarakat digambarkan dengan melakukan analisa skor. Perilaku konsumsi ikan diukur berdasarkan 3 indikator yakni jumlah konsumsi ikan perkapita perbulan, frekuensi konsumsi ikan perkapita perbulan, pengeluaran konsumsi ikan perkapita perbulan. Berdasarkan 3 indikator tersebut, perilaku konsumsi ikan masyarakat Kota

Yogyakarta termasuk dalam kategori **sangat rendah** dengan capaian skor sebesar 34,43% atau dengan total skor sebesar 5,16 dari kisaran skor 3-15 (Tabel 36).

Pada tabel 36 menunjukkan bahwa total skor perilaku dari 3 indikator yakni jumlah, frekuensi dan pengeluaran konsumsi ikan masyarakat Kota Yogyakarta yaitu sebesar 5,16 berada dalam rentang skor 3 – 5,40 atau sebesar 34,43% berada dalam rentang skor 21-40% termasuk dalam kategori **sangat rendah**.

Tabel 10. Distribusi perilaku konsumsi ikan masyarakat

Indikator	Interval	Skor	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)	Rata-rata Skor	Capaian skor (%)	Kategori
Jumlah konsumsi ikan (Kg) perkapita perbulan							
Sangat rendah	0-1. 19	1	51	63,75	1,73	34,50	Sangat rendah
Rendah	1. 20-2. 39	2	12	15,00			
Sedang	2. 40-3. 59	3	8	10,00			
Tinggi	3. 60-4. 79	4	6	7,50			
Sangat tinggi	4. 80-6	5	2	2,50			
Frekuensi konsumsi ikan (kali) perkapita perbulan							
Sangat rendah	0-5	1	42	52,50	1,90	38,00	Sangat rendah
Rendah	6-11	2	18	22,50			
Sedang	12-17	3	13	16,25			
Tinggi	18-24	4	0	0,00			
Sangat tinggi	25-28	5	7	8,75			
Pengeluaran konsumsi ikan (Rp) perkapita perbulan							
Sangat rendah	0- 47. 000	1	54	67,50	1,54	30,80	Sangat rendah
Rendah	48. 000-95. 000	2	15	18,75			
Sedang	96. 000-143. 000	3	7	8,75			
Tinggi	144. 000-191. 000	4	2	2,50			
Sangat tinggi	≥ 192. 000-240. 000	5	2	2,50			
Total skor perilaku			80	100	5,16	34,43	Sangat rendah

Interval kategori skor perilaku
 3,01 - 5. 40= Sangat Rendah
 5. 41 - 7. 80= Rendah
 7. 81 - 10. 20 = Sedang
 10. 21 - 12. 60= Tinggi
 12. 61 – 15,00 = Sangat Tinggi

1. Jumlah konsumsi ikan perkapita perbulan

Berdasarkan tabel 36 diketahui bahwa berdasarkan hasil lapangan, perilaku konsumsi ikan dilihat dari jumlah konsumsi ikan perkapita perbulan yaitu sebanyak sebanyak 51 orang memiliki jumlah konsumsi ikan yang sangat rendah dengan kisaran konsumsi ikan sebesar 0 sampai 1,19 Kg perkapita perbulan, namun secara keseluruhan capaian rata-rata skor jumlah konsumsi ikan masyarakat Kota Yogyakarta yaitu sebesar 1,73 atau 34,50% yang artinya secara keseluruhan jumlah konsumsi ikan **sangat rendah**. Sangat rendahnya jumlah konsumsi ikan di keluarga terkait dengan jumlah keluarga yang mengkonsumsi ikan. Hal ini karena semakin banyak anggota keluarga maka pembagian konsumsi ikan menjadi semakin banyak dengan ilustrasi ketika pengurus konsumsi keluarga membeli ikan sebanyak 1 Kg dalam sehari maka apabila keluarga tersebut memiliki jumlah anggota keluarga sedikit maka masing-masing orang mendapat bagian yang lebih banyak dibandingkan mereka yang memiliki jumlah keluarga banyak. Selain itu memang mereka yang memiliki jumlah konsumsi ikan yang rendah cenderung memang tidak mengkonsumsi ikan. Alasan lainnya jumlah konsumsi ikan rendah karena kebiasaan masyarakat makan tanpa sumber protein hewani, masyarakat mengaku bahwa biasanya mereka cukup memasak sayur saja atau dengan sumber protein dari tempe, tahu atau telur yang lebih murah atau hanya mengkonsumsi ikan pada hari-hari tertentu saja. Secara keseluruhan rata-rata jumlah konsumsi ikan masyarakat Kota Yogyakarta sangat rendah dalam rentang jumlah konsumsi ikan 0-1,19 Kg per kapita perbulan. Angka tersebut jauh lebih rendah dibandingkan target yang ditetapkan oleh

pemerintah yaitu sebesar 3,91 Kg perkapita perbulan atau 47 Kg perkapita pertahun.

2. Frekuensi konsumsi ikan perkapita perbulan

Dilihat dari Frekuensi konsumsi ikan perkapita perbulan yaitu sebanyak 42 orang responden memiliki mengatakan bahwa mereka cenderung lebih sering mengkonsumsi sumber protein selain ikan seperti tempe, tahu, telur ataupun ayam. Menurut mereka memasak tempe, tahu, telur ataupun ayam lebih mudah dibandingkan memasak ikan. Selain itu, tempe, tahu dan telur dinilai lebih murah. Alasan lainnya frekuensi konsumsi ikan sangat rendah karena mereka lebih sering memasak sayur dan tidak mengharuskan dalam setiap harinya ada asupan sumber protein hewani sehingga meskipun pada hari itu mereka hanya memasak lauk sayur, mereka merasa sudah cukup. Selain itu, responden yang frekuensi konsumsi ikannya sangat rendah cenderung memang tidak mengkonsumsi ikan karena tidak menyukai ikan.

3. Pengeluaran konsumsi ikan perkapita perbulan

Dilihat dari Pengeluaran konsumsi ikan perkapita perbulan yaitu sebanyak 54 orang memiliki pengeluaran untuk mengkonsumsi ikan yang sangat rendah dengan kisaran pengeluaran sebesar Rp. 0 sampai Rp. 47. 000 perkapita perbulan namun secara keseluruhan capaian rata-rata skor pengeluaran untuk konsumsi ikan yaitu sebesar 1,54 atau 30,80% yang artinya secara keseluruhan Pengeluaran untuk konsumsi ikan sangat rendah. Sangat rendahnya pengeluaran konsumsi ikan perkapita umumnya disebabkan oleh jarang mereka dalam membeli ikan atau ikan yang dibeli memiliki harga yang cenderung murah atau ikan yang dibeli jumlahnya sedikit.

Sebagian responden yang termasuk dalam pengeluaran sangat rendah mengaku jarang membeli ikan karena memperoleh ikan dari hasil memancing, baik disungai maupun laut. Adapun sebagian kecil responden yang memiliki pengeluaran yang tinggi untuk mengkonsumsi ikan karena mereka yang memiliki pengeluaran yang tinggi untuk mengkonsumsi ikan cenderung lebih sering mengkonsumsi ikan. Selain itu, mereka yang memiliki pengeluaran untuk konsumsi ikan yang tinggi disebabkan oleh harga ikan yang dibeli termasuk dalam kategori mahal, atau jumlah ikan yang mereka beli banyak, atau mereka sering membeli ikan.

Hubungan minat konsumsi ikan dengan perilaku konsumsi ikan masyarakat Kota Yogyakarta.

Koefisien Korelasi minat konsumsi ikan dengan perilaku konsumsi ikan bernilai positif sebesar 0.532 dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0.000. Karena nilai sig. (2-tailed) 0.492 < (lebih kecil) dari 0.01 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya terdapat hubungan signifikan secara parsial antara minat konsumsi dengan perilaku konsumsi ikan. Hubungan minat konsumsi ikan dengan perilaku konsumsi ikan bernilai positif, artinya antara minat konsumsi ikan dengan perilaku konsumsi ikan terdapat hubungan searah yang berarti semakin tinggi minat masyarakat dalam mengkonsumsi ikan maka semakin tinggi perilaku konsumsi ikan masyarakat. Hal tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler (2005) yang menyatakan bahwa perilaku merupakan minat yang di realisasikan dalam bentuk tindakan sebagai respon terhadap suatu objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian.

D. Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Minat dan Perilaku Konsumsi Ikan

Pada penelitian ini faktor-faktor yang dilihat hubungannya dengan minat konsumsi ikan masyarakat Kota Yogyakarta adalah Pengetahuan terhadap ikan, persepsi terhadap harga, pendapatan dan ketersediaan ikan dan faktor-faktor yang dilihat hubungannya dengan perilaku konsumsi ikan masyarakat Kota Yogyakarta adalah Pengetahuan terhadap ikan, persepsi terhadap harga, pendapatan ketersediaan ikan dan minat konsumsi ikan masyarakat Kota Yogyakarta.

Tabel 11. Analisa korelasi faktor-faktor yang berhubungan dengan minat dan perilaku konsumsi ikan

No	Variabel	Minat		Perilaku	
		Sig.	Koefisien Korelasi	Sig.	Koefisien Korelasi
1	Pengetahuan terhadap ikan	0.012 < 0.05	0.279*	0.043 < 0.05	0.227*
2	Persepsi terhadap harga	0.191 > 0.05	0.191	0.050 ≤ 0.05	0.220*
3	Pendapatan keluarga	0.005 < 0.01	0.312**	0.000 < 0.01	0.400**
4	Ketersediaan ikan	0.189 > 0.05	-0.148	0.851 > 0.05	0.021
5	Minat konsumsi ikan	0.000 < 0.01	0.492**	0.000 < 0.01	0.492**

Keterangan :

** Signifikan pada α 1 % (0,01)

*Signifikan pada α 5 % (0,05)

Dari hasil analisis data diketahui bahwa dari empat variabel yakni pengetahuan, persepsi terhadap harga, pendapatan keluarga dan ketersediaan ikan, terdapat dua variabel yang berhubungan secara nyata terhadap minat konsumsi ikan masyarakat Kota Yogyakarta, yaitu pengetahuan terhadap ikan dan pendapatan keluarga. Selain itu, dari hasil analisis data juga diketahui bahwa dari lima variabel yang diuji yakni pengetahuan, persepsi terhadap harga, pendapatan keluarga, ketersediaan ikan, dan minat konsumsi ikan, terdapat 4 variabel yang berhubungan secara nyata terhadap perilaku konsumsi ikan masyarakat Kota

Yogyakarta yaitu pengetahuan terhadap ikan, persepsi terhadap harga, pendapatan keluarga dan minat konsumsi ikan.

1. Pengetahuan terhadap ikan

a. Hubungan pengetahuan dengan minat konsumsi ikan.

Koefisien Korelasi pengetahuan terhadap ikan dengan minat konsumsi ikan bernilai positif sebesar 0.279 dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0.012, karena nilai sig. (2-tailed) $0.001 <$ (lebih kecil) dari 0.01 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya terdapat hubungan signifikan secara parsial antara pengetahuan dengan minat konsumsi ikan. Hubungan pengetahuan dengan minat konsumsi ikan bernilai positif, artinya antara pengetahuan dengan minat konsumsi ikan terdapat hubungan searah yang berarti semakin tinggi pengetahuan masyarakat terhadap ikan maka semakin tinggi minat masyarakat dalam mengkonsumsi ikan. Hasil penelitian serupa yakni penelitian yang dilakukan oleh Cahyani (2014) yang menyatakan bahwa konsumen dengan tingkat pengetahuan tinggi dan memiliki kesadaran terhadap efek positif suatu produk akan berdampak pada total konsumsi ikan.

b. Hubungan pengetahuan terhadap ikan dengan perilaku konsumsi ikan.

Koefisien Korelasi pengetahuan terhadap ikan dengan perilaku konsumsi ikan bernilai positif sebesar 0.227 dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0.043. Karena nilai sig.(2-tailed) $0.043 <$ (lebih kecil) dari 0.05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya terdapat hubungan signifikan secara parsial antara pengetahuan dengan perilaku konsumsi ikan. Hubungan pengetahuan dengan perilaku konsumsi ikan bernilai positif, artinya antara pengetahuan dengan perilaku konsumsi ikan terdapat hubungan searah yang berarti semakin tinggi

pengetahuan masyarakat terhadap ikan maka semakin tinggi perilaku konsumsi ikan masyarakat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rachman (2017) yang menyebutkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pengetahuan terhadap perilaku konsumsi suatu produk yakni buah dan sayur.

Pengetahuan merupakan hasil dari tahu dan ini terjadi setelah seseorang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu dan dipengaruhi oleh intensitas perhatian dan persepsi terhadap objek. Pengetahuan terhadap ikan terbagi menjadi 3 indikator yakni pengetahuan karakteristik ikan segar, pengetahuan manfaat ikan dan pengetahuan kandungan gizi ikan. Berdasarkan 3 indikator tersebut, secara keseluruhan pengetahuan masyarakat terhadap ikan termasuk dalam kategori **rendah** (Tabel 38).

Tabel 12. Distribusi pengetahuan responden terhadap ikan

Indikator	Skor	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)	Rata-rata Skor	Capaian skor (%)	Kategori
Pengetahuan karakteristik ikan segar						
Sangat rendah	1	14	17,5	3,36	67,25	Sedang
Rendah	2	7	8,75			
Sedang	3	12	15,00			
Tinggi	4	30	37,50			
Sangat tinggi	5	17	21,25			
Pengetahuan manfaat konsumsi ikan						
Sangat rendah	1	40	50,00	1,81	36,25	Rendah
Rendah	2	21	26,25			
Sedang	3	13	16,25			
Tinggi	4	6	7,50			
Sangat tinggi	5	0	0,00			
Pengetahuan kandungan gizi ikan						
Sangat rendah	1	29	36,25	2,14	42,75	Rendah
Rendah	2	26	32,50			
Sedang	3	12	15,00			
Tinggi	4	11	13,75			
Sangat tinggi	5	2	2,50			
Total		80	100	7,31	48,73	Rendah

Pengetahuan karakteristik ikan segar. Berdasarkan tabel 38 dapat dilihat bahwa pengetahuan masyarakat terkait karakteristik ikan segar yakni sebanyak 30 orang responden memiliki pengetahuan yang tinggi dalam membedakan ikan yang masih segar dengan ikan yang sudah tidak segar. Responden yang memiliki pengetahuan yang tinggi dalam membedakan ikan yang masih segar dan ikan yang tidak segar cenderung memiliki pengalaman yang lebih banyak dalam berbelanja lauk dan memilih bahan makanan sehingga mengenali ikan yang segar bukanlah sebuah hal yang sulit. Meskipun responden mampu membedakan ikan yang segar dan ikan yang tidak segar namun responden mengatakan bahwa mereka masih sering terkelabui oleh penjual, yang mana ketika masyarakat membeli ikan dengan penampakan yang masih segar namun ternyata setelah ikan dimasak rasa ikan sudah tidak enak, hal ini terjadi diduga karena ikan tersebut telah diberikan obat atau zat yang berbahaya.

Sebanyak 14 orang responden yang memiliki pengetahuan yang sangat rendah terhadap karakteristik ikan jumlahnya juga tidak sedikit. Mereka yang memiliki pengetahuan sangat rendah terhadap karakteristik ikan segar cenderung kurang memiliki pengalaman dalam berbelanja bahan makanan sehingga kurang memahami cara membedakan ikan yang masih segar dengan ikan yang sudah tidak segar. Selain itu, mereka juga memiliki pengetahuan rendah atau sangat rendah dalam membedakan karakteristik ikan segar mengaku biasanya membeli ikan secara langsung tanpa memilih terlebih dahulu atau dipikirkan oleh penjualnya.

Pengetahuan manfaat konsumsi ikan. Berdasarkan indikator pengetahuan masyarakat terhadap manfaat ikan yaitu sebanyak 40 orang

responden memiliki pengetahuan yang Sangat Rendah terhadap manfaat ikan, yang artinya sebagian responden belum mengetahui manfaat konsumsi ikan bagi manusia. Sedikit sekali responden yang memiliki pengetahuan yang tinggi terhadap manfaat ikan. sangat rendahnya pengetahuan masyarakat terhadap manfaat ikan karena kurangnya usaha mereka untuk mengakses berbagai fasilitas sumber pengetahuan seperti internet, buku atau bertanya pada orang yang dinilai paham. Namun, terdapat beberapa orang yang memiliki pengetahuan yang tinggi terhadap manfaat ikan. Hal ini disebabkan mereka sudah mengakses fasilitas sumber pengetahuan yang ada guna menambah pengetahuan mereka terkait manfaat ikan.

Pengetahuan kandungan gizi ikan. Berdasarkan indikator pengetahuan masyarakat terkait kandungan gizi ikan yaitu sebanyak 55 orang responden memiliki pengetahuan yang rendah bahkan sangat rendah terhadap kandungan gizi ikan, yang artinya banyak masyarakat yang kurang bahkan tidak mengetahui apa saja gizi yang terkandung pada ikan. Sebagian besar masyarakat berpendapat bahwa mereka hanya mengetahui bahwa mengkonsumsi ikan merupakan hal yang baik namun kurang mengetahui secara spesifik apa saja kandungan gizi ikan. Kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap kandungan gizi ikan terjadi karena kurangnya usaha masyarakat dalam mengakses sumber pengetahuan yang ada. Naun terdapat beberapa orang yang memiliki pengetahuan kandungan gizi ikan yang tinggi. Hal ini disebabkan mereka sudah mengakses fasilitas sumber pengetahuan yang tersedia guna menambah pengetahuan mereka terkait kandungan gizi ikan ikan.

2. Persepsi terhadap harga

a. Hubungan persepsi terhadap harga dengan minat konsumsi ikan.

Koefisien Korelasi persepsi dengan harga dengan minat konsumsi ikan bernilai positif sebesar 0.191 dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0.191. Karena nilai sig. (2-tailed) 0.191 > (lebih besar) dari 0,01 atau 0.05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang artinya tidak terdapat hubungan signifikan antara persepsi dengan harga dengan minat konsumsi ikan yang artinya harga tidak menjadi masalah bagi minat masyarakat dalam mengkonsumsi ikan. Artinya, baik yang memiliki persepsi baik atau buruk terhadap harga ikan memiliki minat mengkonsumsi ikan yang sama. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Eko (2016) yang menyatakan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli beras lokal.

b. Hubungan persepsi terhadap harga dengan perilaku konsumsi ikan.

Koefisien Korelasi persepsi terhadap harga dengan perilaku konsumsi ikan bernilai positif sebesar 0.220 dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0.050. Karena nilai sig. (2-tailed) 0.011 < (lebih kecil) dari 0.05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya terdapat hubungan signifikan secara parsial antara persepsi terhadap harga dengan perilaku konsumsi ikan. Hubungan persepsi terhadap harga dengan perilaku konsumsi ikan bernilai positif, artinya antara persepsi terhadap harga dengan perilaku konsumsi ikan terdapat hubungan searah yang berarti semakin baik persepsi masyarakat terhadap harga ikan maka semakin tinggi perilaku konsumsi ikan masyarakat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Eko (2016) yang menyatakan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli beras lokal.

Persepsi terhadap harga merupakan penilaian responden terhadap jumlah uang yang dikeluarkan untuk mendapatkan ikan. Persepsi responden terhadap harga ikan dilihat dari 4 indikator yakni Keterjangkauan harga ikan, Daya saing harga ikan dengan ayam, Daya saing harga ikan dengan daging sapi, Daya saing harga ikan dengan telur ayam. Berdasarkan 4 indikator tersebut, secara keseluruhan persepsi masyarakat terhadap harga ikan termasuk dalam kategori baik (Tabel 39).

Tabel 13. Distribusi persepsi responden terhadap harga ikan

Indikator	Skor	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)	Rata-rata Skor	Capaian skor (%)	Kategori
Keterjangkauan harga ikan						
Tidak terjangkau	1	0	0,00			
Kurang terjangkau	2	1	1,25			
Netral	3	7	8,75	4,06	81,25	Baik
Terjangkau	4	58	72,50			
Sangat terjangkau	5	14	17,50			
Daya saing harga ikan dengan ayam						
Sangat lebih mahal	1	0	0,00			
Lebih mahal	2	19	23,75			
Sama saja	3	27	33,75	3,20	64,00	Netral
Lebih murah	4	33	41,25			
Sangat lebih murah	5	1	1,25			
Daya saing harga ikan dengan daging sapi						
Sangat lebih mahal	1	0	0,00			
Lebih mahal	2	0	0,00			
Sama saja	3	0	0,00	4,43	88,75	Sangat baik
Lebih murah	4	45	56,25			
Sangat lebih murah	5	35	43,75			
Daya saing harga ikan dengan telur ayam						
Sangat lebih mahal	1	1	1,25			
Lebih mahal	2	50	62,50			
Sama saja	3	21	26,25	2,45	49,00	Kurang baik
Lebih murah	4	8	10			
Sangat lebih murah	5	0	0,00			
Total		80	100	14,14	70,69	Baik

Keterjangkauan harga ikan. Berdasarkan tabel 39 dapat diketahui bahwa variabel persepsi masyarakat terhadap harga ikan dengan indikator terhadap keterjangkauan harga ikan. Sebagian besar masyarakat menilai bahwa ikan merupakan salahsatu sumber protein yang harganya cukup terjangkau. Responden merasa dengan jumlah tersebut mereka masih mampu untuk membeli ikan tersebut meskipun memang terdapat beberapa jenis ikan yang harganya relatif kurang terjangkau bagi masyarakat golongan ekonomi lemah.

Sebagian responden juga mengatakan bahwa untuk mengakali harga ikan, biasanya mereka membeli ikan dengan melihat ukuran ikan, biasanya meskipun ikan dengan jenis sama, apabila memiliki ukuran yang berbeda maka memiliki harga yang berbeda, misal ikan gurameh yang memiliki bobot per ikan seberat ± 7 ons memiliki harga yang cenderung lebih mahal dibandingkan harga ikan gurameh yang memiliki bobot 2-3 ons perbutir ikan. Selain itu, menurut responden, agar harga ikan dapat terjangkau mereka juga bisa mengakalinya dengan membeli ikan dengan jumlah yang tidak banyak apabila harga ikan tersebut cenderung lebih mahal, sehingga masih bisa makan ikan dengan harga yang masih terjangkau. Selain itu, terdapat 1 orang yang menilai bahwa ikan memiliki harga yang kurang terjangkau. Adapun seorang responden yang menilai bahwa ikan memiliki harga yang kurang terjangkau adalah seseorang yang termasuk dalam golongan ekonomi sangat rendah dengan pendapatan dibawah 1 juta rupiah. Berdasarkan perilaku konsumsi, responden tersebut memang termasuk salahsatu responden yang tidak mengkonsumsi ikan.

Daya saing harga ikan dengan ayam. Berdasarkan indikator daya saing harga ikan dengan ayam yaitu mayoritas responden menilai bahwa ikan memiliki

harga yang lebih murah dibandingkan dengan ayam. Responden yang menilai bahwa ikan memiliki harga yang lebih murah dibandingkan ayam membandingkan harga ayam yang berkisar antara 30.000 sampai 35.000/kg dengan harga ikan yang relatif murah yakni ikan lele yang memiliki bobot 1-4ons per ikan memiliki harga berkisar 15.000 sampai 25.000/kg. Selain ikan lele, mereka juga membandingkan harga ayam dengan harga ikan nila yang memiliki bobot 1-3ons per ikan memiliki harga yang berkisar antara 20.000 sampai 30.000/kg. Selain itu, terdapat juga responden yang membandingkan harga ayam dengan harga ikan kembung dengan bobot 1-3 ons dengan kisaran harga 20.000 sampai 30.000/kg. Selain itu,terdapat juga responden yang membandingkan dengan harga ikan bandeng dengan bobot 1-3 ons memiliki kisaran harga 15.000 hingga 25.000/kg dan masih banyak lagi tergantung ikan yang sering mereka konsumsi.

Terdapat juga responden yang menilai bahwa harga ikan sama saja dengan ayam, responden yang memiliki penilaian demikian membandingkan harga ayam yang berkisar 30.000 sampai 35.000 per kg dengan harga ikan yang berkisar antara 30.000 sampai 35.000. Adapun ikan yang memiliki harga berkisar 30. 000 hingga 35.000 yaitu ikan gurameh dengan bobot 1-3 ons perbutir, ikan kembung dengan bobot 3-4 ons perbutir, ikan nila dengan bobot 3-5 ons perbutir, ikan tongkol dengan bobot 3-7 ons perbutir, ikan bandeng dengan bobot 3-6 ons perbutir. Ikan bawal dengan bobot 3-5 ons perbutir ikan tuna dengan bobot 3-7 ons perbutir dan lain-lain sesuai dengan ikan yang biasa dibeli.

Terdapat 18 responden yang menilai bahwa ikan memiliki harga yang lebih mahal dibandingkan ayam. Adapun mereka yang menilai bahwa ikan

memiliki harga yang lebih mahal dibandingkan ayam, membandingkan harga ayam yang berkisar antara 30.000 sampai 35.000 /kg dengan harga ikan yang cenderung sedikit lebih mahal yakni ikan tuna dengan bobot 7 ons sampai 1 kg dengan harga 40.000 sampai 60.000/kg, belut dengan kisaran harga 40.000 sampai 50.000 per kg, ikan gurameh dengan bobot 5 ons sampai 7 ons dengan kisaran harga 40. 000 hingga 60. 000, ikan tengiri dengan bobot 5 ons sampai 1 kg dengan kisaran harga 45.000 sampai 60.000 per kg dan lainnya sesuai dengan ikan yang biasa dibeli. Terdapat juga seorang responden yang yang beranggapan bahwa ikan memiliki harga yang sangat lebih murah dibandingkan ayam, orang tersebut membandingkan harga ayam dengan harga ikan yang biasa dibeli yakni ikan lele dengan harga 15.000 sampai 20.000/kg.

Daya saing harga ikan dengan daging sapi. Berdasarkan indikator daya saing harga ikan dengan daging sapi yaitu sebanyak 45 orang menilai bahwa ikan memiliki harga yang lebih murah dibandingkan dengan daging sapi. Responden yang menilai bahwa harga ikan lebih murah dibandingkan daging sapi membandingkan harga ikan yang mereka beli dengan kisaran harga 40.000 sampai 70.000/kg dengan harga daging sapi yang mencapai 100.000 sampai 120. 000/kg. sisanya sebanyak 35 orang responden menilai bahwa ikan memiliki harga yang sangat lebih murah, hal ini karena mereka membandingkan harga daging sapi dengan kisaran harga 100.000 sampai 120.000/kg dengan harga ikan yang yang berkisar antara 15.000 sampai 50.000.

Daya saing harga ikan dengan telur ayam. Berdasarkan indikator daya saing harga ikan dengan telur ayam yaitu sebanyak 50 orang responden menilai bahwa ikan memiliki harga yang lebih mahal dibandingkan telur ayam.

Responden yang menilai harga ikan lebih mahal dibandingkan telur ayam membandingkan harga telur ayam yang berkisar antara 23.000 sampai 25.000 dengan harga ikan yang relatif lebih mahal seperti ikan nila memiliki harga yang berkisar antara 20.000 sampai 40.000/kg. Selain itu, terdapat juga responden yang membandingkan harga telur ayam dengan harga ikan kembung yang berkisar 20.000 sampai 40.000/kg. Selain itu, terdapat juga responden yang membandingkan dengan harga ikan bandeng dengan harga berkisar 15.000 hingga 40.000/kg dan masih banyak lagi tergantung ikan yang sering mereka konsumsi. Dibandingkan ayam membandingkan harga telur ayam yang berkisar 23.000 hingga 25.000/kg serta ikan-ikan lainnya yang memang cenderung memiliki harga yang relatif lebih mahal seperti ikan tuna, salmon, tongkol, gurameh, bawal, kakap, belut dan masih banyak lagi.

Terdapat juga responden yang menilai bahwa ikan memiliki harga yang sama saja dengan ayam. mereka yang menilai ikan memiliki harga yang hampir sama saja dengan telur ayam cenderung memiliki kebiasaan mengkonsumsi ikan dengan kisaran harga 20.000-25.000, adapun ikan yang memiliki harga dengan kisaran tersebut yaitu ikan lele dengan bobot 1-4 ons perbutir. Selain itu terdapat juga responden yang menilai bahwa ikan memiliki harga yang lebih murah dibandingkan telur ayam. Mereka yang memiliki penilaian tersebut membandingkan harga telur yang sebesar 23.000 hingga 25.000/kg dengan harga ikan yang biasa mereka konsumsi dengan kisaran harga 15.000 hingga 20.000 per kg. adapun ikan dengan harga 15.000 – 20.000 yaitu lele.

3. Pendapatan keluarga

a. Hubungan Pendapatan keluarga dengan minat konsumsi ikan.

Koefisien Korelasi pendapatan keluarga dengan minat konsumsi ikan bernilai positif sebesar 0.312 dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0.005. Karena nilai sig. (2-tailed) 0.000 < (lebih kecil) dari 0.01 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya terdapat hubungan signifikan secara parsial antara pendapatan keluarga dengan minat konsumsi ikan. Hubungan pendapatan keluarga dengan minat konsumsi ikan bernilai positif, artinya antara pendapatan keluarga dengan minat konsumsi ikan terdapat hubungan searah yang berarti semakin tinggi pendapatan keluarga maka semakin tinggi minat masyarakat dalam mengkonsumsi ikan. Adanya hubungan antara pendapatan keluarga dengan minat konsumsi sesuai dengan penelitian Dexna (2013) yang mengatakan bahwa terdapat hubungan tingkat pendapatan terhadap minat konsumsi masyarakat terhadap suatu produk yakni buah-buahan.

b. Hubungan pendapatan keluarga dengan perilaku konsumsi ikan.

Koefisien Korelasi pendapatan keluarga dengan perilaku konsumsi ikan bernilai positif sebesar 0.400 dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0.000. Karena nilai sig. (2-tailed) 0.000 < (lebih kecil) dari 0.01 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya terdapat hubungan signifikan secara parsial antara pendapatan keluarga dengan perilaku konsumsi ikan. Hubungan pendapatan keluarga dengan perilaku konsumsi ikan bernilai positif, artinya terdapat hubungan searah antara pendapatan keluarga dengan perilaku konsumsi ikan yang berarti semakin tinggi pendapatan keluarga masyarakat maka semakin tinggi perilaku masyarakat dalam mengkonsumsi ikan. Hasil penelitian ini sejalan

dengan penelitian yang dilakukan oleh Rachman (2017) yang menyebutkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pendapatan orangtua dengan perilaku konsumsi suatu produk yakni buah dan sayur pada remaja.

Pendapatan Keluarga merupakan tingkat / jumlah keuangan keluarga konsumen yang dihitung berdasarkan pemasukan keluarga tiap bulan. Pendapatan keluarga dapat mempengaruhi tingkat konsumsi keluarga karena semakin tinggi pendapatan keluarga maka keluarga akan semakin mudah memenuhi kebutuhan keluarga. Mayoritas pendapatan keluarga responden yaitu termasuk dalam kategori rendah yakni sekitar Rp. 500. 000,00 s/d Rp. 1. 500. 000,00 sebanyak 41,25% namun rata-rata pendapatan responden yaitu dengan rata-rata capaian skor sebesar 3,03 dengan persentase 60,50% termasuk dalam kategori **Sedang** (Tabel 40).

Tabel 14. Distribusi pendapatan keluarga responden

Indikator	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)	Rata-rata Skor	Capaian skor (%)	Kategori
Pendapatan keluarga perbulan					
≤Rp. 500. 000,00	2	2,50			
>Rp. 500. 000,00 - Rp. 1.500.000,00	33	41,25			
>Rp. 1.500.000,00 - Rp.2.500.000,00	21	26,25	3,03	60,50	Sedang
>Rp. 2.500. 000,00 – Rp. 3. 500.000,00	9	11,25			
>Rp. 3.500.000,00	15	18,75			
Total	80	100	3,03	60,50	Sedang

Pendapatan keluarga perbulan. Berdasarkan tabel 40, penilaian terhadap variabel pendapatan keluarga masyarakat dengan indikator jumlah pendapatan keluarga perbulan dengan pemberian skor berdasarkan penggolongan ekonomi menurut BPS menunjukkan bahwa jumlah pendapatan keluarga masyarakat dengan paling dominan yaitu pendapatan antara 500.000 sampai 2. 500. 000 yaitu sebanyak 67,5% (54 orang). Sedangkan masyarakat dengan

pendapatan diatas 2. 500. 000 jumlahnya juga tidak terlalu sedikit yaitu sebanyak 30% (24 orang). Masyarakat dengan pendapatan tinggi cenderung lebih bebas memilih menu makanan yang akan mereka makan sehingga keuangan tidak terlalu menjadi masalah bagi mereka dalam menentukan apa yang akan mereka konsumsi. Namun masyarakat dengan pendapatan rendah cenderung mempertimbangkan bahan makanan yang akan mereka konsumsi.

4. Ketersediaan ikan

a. Hubungan Ketersediaan ikan dengan minat konsumsi ikan.

Koefisien Korelasi ketersediaan ikan dengan minat konsumsi ikan bernilai negatif sebesar -0.148 dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0.189. Karena nilai sig. (2-tailed) 0.189 > (lebih besar) dari 0.01 atau 0.05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang artinya tidak terdapat hubungan signifikan antara ketersediaan ikan dengan minat konsumsi ikan yang artinya ketersediaan ikan tidak menjadi masalah bagi minat konsumsi ikan masyarakat. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dikemukakan oleh Rakhmawati (2013) yang menyatakan bahwa ketersediaan produk berhubungan signifikan dengan minat beli.

b. Hubungan ketersediaan ikan dengan perilaku konsumsi ikan.

Koefisien Korelasi ketersediaan ikan dengan perilaku konsumsi ikan bernilai positif sebesar 0.021 dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0.851. Karena nilai sig. (2-tailed) 0.851 > (lebih besar) dari 0.01 atau 0.05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang artinya tidak terdapat hubungan signifikan antara ketersediaan ikan dengan perilaku konsumsi ikan yang artinya ketersediaan ikan tidak menjadi masalah bagi perilaku konsumsi ikan masyarakat, baik masyarakat

yang memiliki persepsi yang baik terhadap ketersediaan ikan atau tidak memiliki perilaku konsumsi ikan yang sama. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rachman (2017) yang menyebutkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara ketersediaan makanan dengan perilaku konsumsi suatu produk yakni buah dan sayur pada remaja.

Ketersediaan ikan merupakan bagian pertama menuju arah konsumsi pangan sebab tidak mungkin seseorang mengonsumsi suatu makanan yang tidak tersedia. Indikator variabel ketersediaan ikan yaitu kemudahan mendapatkan ikan, intensitas ketersediaan ikan dan keberadaan penjual ikan keliling. Berdasarkan 3 indikator tersebut, secara keseluruhan persepsi masyarakat terhadap ketersediaan ikan termasuk dalam kategori **tinggi**. (Tabel 41).

Tabel 15. Distribusi ketersediaan ikan

Indikator	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)	Rata-rata Skor	Capaian skor (%)	Kategori
Kemudahan mendapatkan ikan.					
Sangat tidak mudah	0	0,00			
Tidak mudah	0	0,00			
Ragu-ragu	7	8,75	4,46	89,25	Sangat tinggi
Mudah	29	36,25			
Sangat mudah	44	55,00			
Intensitas ketersediaan ikan.					
Tidak pernah	0	0,00			
Jarang tersedia	0	0,00			
kadang-kadang	14	17,50	4,31	86,25	Sangat tinggi
Sering tersedia	27	33,75			
selalu tersedia	39	48,75			
Keberadaan penjual ikan keliling.					
Tidak pernah	14	17,50			
Jarang	12	15,00			
kadang-kadang	15	18,75	3,21	64,25	Sedang
Sering	21	26,25			
Selalu	18	22,50			
Total	80	100	11,99	79,92	Tinggi

Kemudahan mendapatkan ikan. Berdasarkan tabel 41, penilaian masyarakat terhadap variabel Ketersediaan ikan dengan indikator kemudahan mendapatkan ikan yaitu sebanyak 55% masyarakat mengatakan bahwa ikan sangat mudah didapatkan karena menilai bahwa selama ini mereka tidak pernah memiliki masalah dengan ketersediaan ikan dan merasa bahwa setiap kali ingin membeli ikan maka mereka selalu bisa mendapatkannya dengan mudah, masyarakat mengatakan bahwa setiap kali mereka kepasar mereka selalu menjumpai ikan yang dijual dipasar.

Selain itu, setiap mereka ingin membeli ikan maka mereka dapat dengan mudah memperolehnya baik itu di warung atau dipasar. Selain itu akses merkadengan pasar juga mudah. Jarak dari tempat tinggal mereka dengan pasar terdekat yaitu pasar Kotagede hanya berkisar kurang lebih 2 Km (± 5 menit perjalanan kendaraan bermotor). Pasar Kotagede buka dari pagi hingga siang hari, namun masyarakat tidak perlu khawatir jika ingin membeli ikan pada sore hari, karena pada sore hari masyarakat bisa membeli ikan di pasar tradisional Giwangan yang jaraknya juga tidak jauh atau di pasar modern superindo, namun apabila masyarakat tidak bisa membeli ikan dipasar maka masyarakat bisa membeli ikan diwarung sayur atau penjual ikan keliling.

Sebanyak 36,25% atau sebanyak 29 orang menilai bahwa ikan merupakan salahsatu produk hewani yang mudah didapatkan, namun terkadang meskipun ikan cenderung mudah didapatkan namun ada masanya masyarakat memiliki sedikit kendala untuk mendapatkan ikan. Salah satu faktor yang menyebabkan hal tersebut yaitu ketika mereka hendak membeli ikan namun tidak ada kendaraan yang bisa digunakan untuk membeli ikan dan pada saat yang sama warung penjual

ikan sedang tutup maka disitulah masyarakat merasa sedikit terkendala untuk membeli ikan. Adapun sebagian kecil masyarakat menjawab ragu-ragu karena mereka adalah orang-orang yang jarang membeli ikan sehingga mereka tidak bisa memastikan apakah ikan mudah untuk didapatkan atau malah sulit didapatkan.

Intensitas ketersediaan ikan. Dilihat dari penilaian masyarakat terhadap intensitas ketersediaan ikan, mayoritas responden menyatakan bahwa ikan selalu tersedia, baik itu di pasar tradisional, pasar modern bahkan di warung atau penjual sayur keliling. Menurut responden, meskipun wilayah mereka bukan penghasil ikan namun mereka tidak mengalami kesulitan untuk membeli atau mengkonsumsi ikan. Setiap kali responden membeli ikan maka mereka selalu mendapatkannya, baik itu dari pasar atau warung penjual ikan atau dari penjual keliling. Selain itu, sebanyak 33,75% responden menjawab sering tersedia menganggap bahwa ikan cenderung tersedia namun adakalanya pada suatu musim tertentu, beberapa jenis ikan akan sedikit sulit untuk dijumpai seperti apabila dimusim tertentu ketersediaan ikan laut berkurang sehingga menyebabkan kenaikan harga ikan atau kelangkaan pada suatu jenis ikan.

Adapun responden yang menjawab kadang-kadang ikan tersedia merasa bahwa ikan memiliki ketersediaan tidak menentu. Pada suatu masa terdapat ikan, diwaktu lainnya ikan akan sulit ditemui. Kebanyakan mereka yang menganggap demikian adalah mereka yang memiliki suatu kecenderungan pada suatu jenis ikan tertentu seperti mereka yang cenderung menyukai ikan laut hanya mengamati ketersediaan ikan laut, sementara ikan laut memiliki musim dimana pada suatu musim kadang terjadi kelangkaan ikan.

Keberadaan penjual ikan keliling. Berdasarkan indikator keberadaan penjual ikan keliling, jawaban responden cukup bervariasi. Sebanyak 26,25% responden menyatakan sering melihat penjual ikan dengan intensitas 3-5 kali seminggu. Masyarakat mengatakan bahwa penjual ikan keliling tersebut datang dari wilayah Gunungkidul sehingga tidak setiap hari penjual ikan tersebut sampai pada daerah tempat tinggal mereka. Selain itu, beberapa responden juga mengaku selalu melihat penjual ikan keliling hampir setiap pagi. Menurut responden, penjual ikan biasa lewat di wilayah mereka setiap pagi hari sambil berjualan sayuran. Adapun ikan yang dijual oleh penjual ikan keliling biasanya yaitu ikan lele, kembung, pindang atau apabila ada masyarakat yang mau membeli ikan namun ikan tersebut tidak dibawa oleh penjual ikan, maka ikan bisa dipesan terlebih dahulu untuk kemudian dibawakan oleh penjual tersebut keesokan harinya.

Sebagian besar responden mengaku bahwa ikan yang dibawa oleh penjual ikan keliling tersebut masih segar, terkadang penjual ikan keliling membawa ikan air tawar yang masih hidup. Responden juga mengatakan bahwa harga ikan yang dijual oleh penjual ikan keliling tersebut tidak jauh berbeda dengan harga ikan yang dijual dipasar. Sebanyak 17,50% responden mengaku bahwa keberadaan penjual ikan keliling tidak pernah terlihat, responden mengatakan bahwa sekitar beberapa tahun yang lalu pernah ada penjual ikan keliling yang sering berjualan disekitar daerah mereka namun, karena ikan yang biasa dijual oleh penjual ikan tersebut dicurigai sudah tidak bagus dan telah mengandung zat berbahaya maka masyarakat pun enggan untuk membeli ikan pada orang tersebut sehingga lama-kelamaan orang tersebut tidak terlihat berjualan ikan lagi di sekitar wilayah

tersebut, namun responden yang mengaku kadang-kadang melihat penjual ikan jumlahnya juga tidak sedikit.