

ISSN 2579-8359 (Online)  
ISSN 2356-4903 (Print)

JURNAL ILMIAH MAHASISWA

# AGROINFO GALUH

VOLUME 10, NOMOR 2, MEI 2023



**FAKULTAS PERTANIAN UNIVERSITAS GALUH**

Jl. R.E. Martadinata No. 150 Ciamis 46274

Tlp. (0265) 7602739

email: [agroinfogaluh@unigal.ac.id](mailto:agroinfogaluh@unigal.ac.id)

AGROINFO	Vol. 10	No. 2	Hal. 779-1542	Mei 2023	E-ISSN : 2579-8359 P-ISSN : 2356-4903
----------	---------	-------	---------------	----------	--

**DEWAN REDAKSI**  
**JURNAL ILMIAH MAHASISWA**  
**AGROINFO GALUH**

**E-ISSN 2579-8359**

**P-ISSN 2356-4903**

**EDITOR IN CHIEF**

Benidzar M Andrie, S.P., M.P.

**ASSOCIATE EDITOR**

Rian Kurnia, S.P., M.P.

Ivan Sayid Nurahman, S.P., M.P.

**LAYOUT EDITOR**

Saepul Aziz, M.P.

Ali Nurdin, S.T.

**PEER REVIEWER**

Dr. Ir. Widodo Widodo, M.P.

Dr. Weka Gusmiarty Abdullah, S.P., M.P.

Ir. Diana Chalil, M.Si., Ph.D.

Dr. Ir. Dini Rochdiani, M.S.

Dr. Ir. Trisna Insan Noor, DEA.

Dr. Maswadi Abdul Wahab S.P., M.Sc.

Dr. Ir. H. Soetoro M.SIE.

Ir. H. Yus Rusman, M.Sc., S.U.

Dr. drh. Agus Yuniawan Isyanto, M.P.

Dr. Muhamad Nurdin Yusuf, S.E., M.P.

Dr. Dani Lukman Hakim, S.P.

Ir. Budi Setia, M.M.

Ir. Sudrajat M.P.

**ALAMAT REDAKSI**

Fakultas Pertanian Universitas Galuh

JL. R.E. Martadinata No. 150. Telp. (0265) 2754011 Ciamis

Email: [agroinfogaluha@unigal.ac.id](mailto:agroinfogaluha@unigal.ac.id), [agroinfogaluh@gmail.com](mailto:agroinfogaluh@gmail.com)

## PEDOMAN PENULISAN

# JURNAL ILMIAH MAHASISWA AGROINFO GALUH

1. Naskah yang dimuat dalam **Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh** adalah tulisan yang belum dipublikasikan .
2. Naskah yang dimuat dalam **Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh** meliputi tulisan tentang hasil penelitian atau hasil pemikiran dan informasi lain yang bersifat ilmiah yang berkaitan dengan bidang pertanian.
3. Naskah berisi :
  - a. **Judul** : ringkas dan menggambarkan isi naskah secara jelas, terdiri atas 15-25 kata.
  - b. **Nama Penulis** (Biodata penulis dicantumkan di akhir tulisan)
  - c. **Abstrak** ditulis dalam satu spasi, terdiri atas 200-250 kata, ditik menggunakan huruf *Times new roman*, *Font 11 Italic* dan ditulis dalam bahasa Indonesia atau bahasa Inggris. Abstrak merangkum secara singkat dan jelas tentang tujuan penelitian, metode, intisari penelitian dan simpulan.
  - d. **Kata Kunci** mengandung kata yang diindekskan.
  - e. Sistematika isi terdiri atas **pendahuluan, Kajian teori, metode, pembahasan, simpulan, dan daftar pustaka.**
4. Naskah ditik dengan 1 spasi diatas kertas A4, Menggunakan huruf *Times new roman*, font 10, berkisar antara 15-20 halaman margin kiri 3,5 cm, margin atas 3 cm, margin kanan 3,5 cm, margin bawah 3 cm.
5. Naskah ditik menggunakan bahasa Indonesia baku atau bahasa Inggris.
6. Daftar pustaka disusun secara alfabet berisi nama pengarang, tahun, judul, kota penerbitan, dan penerbit.
7. Isi tulisan diluar tanggung jawab redaksi. Redaksi dapat memperbaiki tulisan yang akan dimuat tanpa mengubah isi dan maksud tulisan tersebut.
8. Naskah disertai *softcopy* dalam .doc atau .docx dikirim ke **Redaksi Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh.**

### **Alamat Redaksi :**

Fakultas Pertanian Universitas Galuh

JL. R.E. Martadinata No. 150. Telp. (0265) 2754011 Ciamis

email : agroinfoGaluh@unigal.ac.id

JURNAL ILMIAH MAHASISWA  
**AGROINFO GALUH**

E-ISSN 2579-8359

P-ISSN 2356-4903

Volume 10 No 2 Mei 2023

---

**KATA PENGANTAR**

Dewan redaksi Jurnal Mahasiswa Agroinfo Galuh mengucapkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya kami dapat menyusun artikel Jurnal Ilmiah Mahasiswa *Volume 10 Nomor 2 Mei 2023* pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Galuh.

Berdasarkan Surat Edaran Direktur Jendral Pendidikan Tinggi (Dikti) Kementerian Pendidikan dan kebudayaan Nomor : 152/E/T/2012 tanggal 27 Januari 2012 perihal Publikasi Karya Ilmiah, dinyatakan bahwa mulai kelulusan setelah bulan Agustus 2012 diberlakukan ketentuan bahwa untuk lulusan program Sarjana (S1) harus telah menghasilkan karya ilmiah yang diterbitkan pada jurnal ilmiah. Jurnal ilmiah ini disusun untuk memenuhi ketentuan dimaksud, dengan demikian diharapkan mahasiswa dapat menyelesaikan studi tepat waktu.

Kami mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah terlibat dalam penyusunan jurnal ilmiah ini. Semoga Allah SWT. Selalu memberikan bimbingan dan kekuatan pada kita. Amin.

Ciamis, Mei 2023

Pimpinan Redaksi

JURNAL ILMIAH MAHASISWA  
**AGROINFO GALUH**

E-ISSN 2579-8359

P-ISSN 2356-4903

Volume 10 No 2 Mei 2023

---

**DAFTAR ISI**

**ANALISIS NILAI TAMBAH AGROINDUSTRI "CITRUK"**  
(Studi Kasus Pada Umkm Si Mitty Di Desa Sukaraja Kecamatan  
Sindangkasih Kabupaten Ciamis)  
Aldi Tresnaldi, Iwan Setiawan, Agus Yuniawan Isyanto  
779-786

**ANALISIS NILAI TAMBAH AGROINDUSTRI SAGON**  
(Studi Kasus Pada Agroindustri Amijaya Sagon Priangan Di Desa  
Handapherang, Kecamatan Cijeungjing, Kabupaten Ciamis)  
Restu Julia Wardani, Iwan Setiawan, Ivan Sayid Nurahman  
787-794

**STRATEGI PEMASARAN KAPULAGA**  
(Studi Kasus di Desa Pasawahan Kecamatan Banjaranyar  
Kabupaten Ciamis)  
Ridwan Andrianto, Trisna Insan Noor, Ivan Sayid Nurahman  
795-822

**ANALISIS NILAI TAMBAH KERIPIK SINGKONG**  
(Studi Kasus pada Agroindustri Ibu Entin di Desa Sukamaju Kecamatan  
Mangunjaya Kabupaten Pangandaran)  
Nadia Meilinda, Agus Yuniawan Isyanto, Tiktiiek Kurniawati  
823-832

**ANALISIS KELAYAKAN USAHATANI SALAK PONDOH DI  
KELURAHAN CIHERANG KECAMATAN CIBEUREUM  
KOTA TASIKMALAYA**  
Dita Nurul Kosyadah, Iwan Setiawan, Ivan Sayid Nurahman  
833-842

**ANALISIS PENDAPATAN DAN KESEJAHTERAAN PETANI KARET DI  
DESA TUNGGILIS KECAMATAN KALIPUCANG  
KABUPATEN PANGANDARAN**

**Rika Apriantika, Trisna Insan Noor, Ivan Sayid Nurahman  
843-852**

**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN BUAH MANGGIS DESA  
BANTARKALONG KECAMATAN CIPATUJAH  
KABUPATEN TASIKMALAYA**

**Andre Rizaldi, Iwan Setiawan, Rian Kurnia  
853-862**

**STRATEGI PEMASARAN AGROINDUSTRI PADA AGROINDUSTRI  
TEMPE DI UD SYARIAH JAYA KELURAHAN LINGGASARI  
KECAMATAN CIAMIS KABUPATEN CIAMIS**

**Annas Rahmatul Haq, Dini Rochdiani, Rian Kurnia  
863-872**

**OPTIMALISASI PENDAPATAN USAHA TANI JAHE**

**Karica Karica, Trisna Insan Noor, Ivan Sayid Nurahman  
873-884**

**PROFITABILITAS DAN NILAI TAMBAH AGROINDUSTRI MINYAK  
KELAPA BERBASIS SUMBER DAYA LOKAL DI DESA SAGULING  
KECAMATAN BAREGBEG KABUPATEN CIAMIS**

**Putri Pratiwi Dewi Santoso, Trisna Insan Noor, Ivan Sayid Nurahman  
885-894**

**ANALISIS RENTABILITAS USAHA KERAJINAN PANDAN “BATAMIA  
ART” DI DESA MANGGUNGJAYA KECAMATAN RAJAPOLAH  
KABUPATEN TASIKMALAYA**

**Ega Nur Prasetya, Budi Setia, Sudradjat Sudradjat  
895-904**

**ANALISIS PENDAPATAN DAN TITIK IMPAS AGROINDUSTRI TELUR  
ASIN DI KELURAHAN LINGGASARI KECAMATAN CIAMIS  
KABUPATEN CIAMIS**

**Fajriati Ikhsani, Trisna Insan Noor, Ane Novianty  
905-914**

**STRATEGI PEMASARAN OPAK KETAN**  
**Anggi Raswiantini, Budi Setia, Ane Novianty**  
**915-923**

**ANALISIS KOMPARATIF PENDAPATAN USAHATANI BAWANG  
MERAH MELALUI PENGENDALIAN OPT MEKANIK DAN KIMIA WI  
DI DESA PANDUNG BATA KABUPATEN ENREKANG**  
**Rasdiana Mudatsir**  
**924-930**

**ANALISIS SALURAN PEMASARAN PEPAYA DI DESA BEBER  
KECAMATAN CIMARAGAS**  
**Nana Juliana, Dini Rochdiani, Budi Setia**  
**931-941**

**ANALISIS USAHATANI MENTIMUN (*Cucumis Sativus L*)  
(Studi Kasus Pada Kelompok Rumpun Warga di Desa Sukamukti  
Kecamatan Pamarican Kabupaten Ciamis)**  
**Fahmi Lutfi Anwar, Trisna Insan Noor, Rian Kurnia**  
**942-950**

**ANALISIS KELAYAKAN FINANSIAL USAHATANI PEPAYA  
CALIFORNIA**  
**(Studi Kasus di Kelurahan Agrowisata Kecamatan Rumbai)**  
**Gebby Usiska, Yusmini Yusmini, Evy Maharani**  
**951-964**

**ANALISIS PEMASARAN KARET RAKYAT DENGAN SISTEM KUB  
DAN NON-KUB DI KECAMATAN KAMPAR KABUPATEN KAMPAR**  
**Saffira Anestika, Shorea Khaswarina, Evy Maharani**  
**965-1000**

**PENGARUH PENGGUNAAN *E-COMMERCE*, *LOCUS OF CONTROL* DAN  
INOVASI TERHADAP KINERJA BISNIS ONLINE**  
**Komang Yudi Darma Putra, Gede Mekse Korri Arisena**  
**1001-1015**

**ANALISIS BIAYA USAHATANI UBI KAYU DENGAN BIBIT GRAFTING**  
**Gipar Nawawi, Muhammad Nurdin Yusuf, Agus Yuniawan Isyanto**  
**1016-1025**

**ANALISIS PERAMALAN PENJUALAN DAN BIAYA BUDIDAYA  
UDANG VANNAMEI (LITOPENAEUS VANNAMEI) SEMI BIOFLOK  
(Studi Kasus Di Balai Layanan Usaha Produksi Perikanan Budidaya  
(BLUPPB)Karawang, Jawa Barat)  
Bayu Mas Adji, Slamet Abadi, I Putu Eka Wijaya  
1026-1034**

**UPAYA PETANI KOPI DESA TERTINGGAL DALAM  
MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN KELUARGA DI KECAMATAN  
TANJUNG RAJA KABUPATEN LAMPUNG UTARA  
Sahrul Ari Irawan, Tyas Sekartira Syafani, Vina Anggraini Safitri  
1035-1052**

**ANALISIS HOUSE OF RISK (HOR) PADA USAHA  
TANAMAN HIAS DRACAENA  
Alvin Ferio Permana, Eti Suminartika  
1053-1069**

**MODEL PENGEMBANGAN PERTANIAN PERKOTAAN (*URBAN  
FARMING*) BERKELANJUTAN  
Tien Sugihartini, Dedi Djuliansah, Zulfikar Noormansyah  
1070-1089**

**KERAGAAN AGROINDUSTRI KERUPUK IKAN DI KECAMATAN  
KOTA AGUNG KABUPATEN TANGGAMUS  
Nur Fitriyani, Fembriarti Erry Prasmatiwi, Eka Kasymir  
1090-1102**

**PENDAMPINGAN DAN PENYULUHAN MANFAAT TANAMAN OBAT  
KELUARGA DESA PINGGIR SARI KECAMATAN ARJASARI  
KABUPATEN BANDUNG BARAT  
Indra Irjani Dewijanti, Tuti Karyani  
1103-1107**

**STRATEGI GERAKAN SOSIAL DAN RESOLUSI KONFLIK LAHAN  
PERKEBUNAN PENDEKATAN BERBASIS MASYARAKAT ANTARA  
MASYARAKAT DESA SENAMA NENEK TERHADAP PTPN V SEI  
KENCANA KECAMATAN TAPUNG HULU KABUPATEN KAMPAR  
Kausar Kausar, Yulia Andriani, Herfran Riansyah Pratama  
1108-1121**

**ANALISIS KESESUAIAN PRINSIP SISTEM MANAJEMEN MUTU ISO  
9001:2015 PADA BAGIAN PENGOLAHAN PRODUK DI CV. FISH  
BOSTER CENTRE KABUPATEN SIDOARJO JAWA TIMUR**  
Sisilia Septiningtyas, Eko Priyanto, Sri Tjondro Winarno  
1122-1136

**ANALISIS RESPON PETANI TERHADAP PENGGUNAAN COMBINE  
HARVESTER**  
(Studi Kasus Desa Padang, Kecamatan Manggeng, Kabupaten  
Aceh Barat Daya)  
Fitri Wahyuni, Rudi Faizin  
1137-1149

**ANALISIS PENDAPATAN DAN PEMASARAN KARET PETANI  
ANGGOTA DAN BUKAN ANGGOTA UPPB DI KECAMATAN TULANG  
BAWANG TENGAH KABUPATEN TULANG BAWANG BARAT**  
Ridna Annisa Putri, Eka Kasymir, Lina Marlina  
1150-1162

**ANALISIS PENDAPATAN DAN NILAI TAMBAH AGROINDUSTRI  
DODOL SIRSAK (Studi Kasus pada Agroindustri Dodol Sirsak “Aslina  
Segar Manis” di Desa Singaparna Kecamatan Singaparna  
Kabupaten Tasikmalaya)**  
Lutfi Pahlupi, Dini Rochdiani, Budi Setia  
1163-1173

**ANALISIS NILAI TAMBAH PADA AGROINDUSTRI DENDENG SAPI  
(Studi Kasus Di Kelurahan Sukanagara Kecamatan Purbaratu Tasikmalaya)**  
Reza Kurnia Adhya Bachtiar, Dini Rochdiani, Ane Novianty  
1174-1182

**PENENTUAN HARGA POKOK DAN SKALA MINIMUM PRODUKSI  
COMRING DI DESA DAYEUHLUHUR KECAMATAN JATINAGARA  
KABUPATEN CIAMIS**  
Wawan Gunawan, Iwan Setiawan, Rian Kurnia  
1183-1195

**ANALISIS PENDAPATAN MASYARAKAT NELAYAN DI DESA  
CIKAHURIPAN KABUPATEN SUKABUMI**  
Dela Devita, Ema Hilma Meilani, Endang Tri Astutiningsih  
1196-1205

**KINERJA PENYULUH PERTANIAN LAPANGAN (PPL) DI  
KECAMATAN ABUNG SEMULI KABUPATEN LAMPUNG UTARA**  
Syifa Nurfadia, Serly Silviyanti, Dewangga Nikmatullah  
1206-1220

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN OJEK ONLINE  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE KULINER**  
Radha Rani Krishna, Gede Mekse Korri Arisena  
1221-1234

**EFISIENSI ALOKATIF PENGGUNAAN FAKTOR PRODUKSI PADA  
USAHATANI CENGKEH DI DESA SAWAHAN KECAMATAN  
SAWAHAN KABUPATEN NGANJUK**  
Ines Widaningrum, Joni Murti Mulyo Aji  
1235-1249

**GAYA KEPEMIMPINAN KETUA KELOMPOK WANITA TANI DI DESA  
MOJOPAHIT KECAMATAN PUNGGUR KABUPATEN LAMPUNG  
TENGAH**  
Naida Putri Shafira, Serly Silviyanti, Helvi Yanfika  
1250-1263

**HUBUNGAN PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PERAN  
PENDAMPING DALAM MENGEMBANGKAN KINERJA BUMDES DI  
KABUPATEN LAMPUNG BARAT**  
Shinta Agista, Yuniar Aviati Syarief, Irwan Effendi, Dewangga Nikmatullah  
1264-1275

**STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI SOTONG  
(Studi Kasus pada Industri Rumahan “Bhadra Jaya” di Desa Janggala  
Kecamatan Cidolog Kabupaten Ciamis)**  
Rafly Ismanto, Trisna Insan Noor, Tiktiiek Kurniawati  
1276-1286

**ANALISIS KELAYAKAN FINANSIAL USAHATANI KOPI ARABIKA DI  
DESA KENDENAN KECAMATAN BARAKA KABUPATEN ENREKANG**  
Andi Ahmad, Ardi Rumallang, Hasriani Hasriani  
1287-1299

**PENGEMBALIAN MODAL DAN TITIK IMPAS USAHA  
MITRA NIAGADESA  
(Studi Kasus pada Mitra Niagadesa Kecamatan Mekarmukti  
Kabupaten Garut)  
Ibnu Ardian Firmansyah  
1300-1312**

**PERSEPSI DAN MOTIVASI GENERASI MUDA MILENIAL TERHADAP  
PEKERJAAN DI SEKTOR PERTANIAN  
(Studi Kasus Peserta Program Penumbuhan Wirausaha Muda Pertanian  
(PWMP) Universitas Siliwangi)  
Hendar Nuryaman, Suyudi Suyudi, Eri Cahrial  
1313-1331**

**PERAN PENYULUH PERTANIAN TERHADAP PRODUKSI KOPI DI  
DESA BENJOR KECAMATAN TUMPANG KABUPATEN MALANG  
Mila Familiah, Asriandi Asriandi, Glenn Anggoro Pranana Indarto,  
Angelica Paendong, Nurhalizah Nurhalizah,  
Muh Tri Alqadri Ramadhan Fauzi  
1328-1339**

**KONTRIBUSI PENDAPATAN INDUSTRI RUMAHTANGGA MITRA  
NIAGADESA TERHADAP PENDAPATAN KELUARGA  
Eti Suminartika  
1340-1352**

**ANALISA USAHA PRODUKSI BAGLOG JAMUR TIRAM  
(Studi Kasus: Rumah Kebun Jamur, Sleman, Yogyakarta)  
Sri Sari Utami  
1353-1360**

**PERSEPSI PETANI TERHADAP AGRO TECHNO PARK BADAN  
TENAGA ATOM DAN NUKLIR DALAM PENGEMBANGAN BENIH  
PADI UNGGUL HASIL IRADIASI NUKLIR  
Edy Humaidi, zaini amin, Andry Andry  
1361-1369**

**KEUNTUNGAN USAHA, HARGA POKOK PRODUKSI (HPP), DAN  
KEPUASAN KONSUMEN AGROINDUSTRI JAHE INSTAN DI  
KELOMPOK WANITA TANI (KWT) HARAPAN JAYA KOTA BANDAR  
LAMPUNG**

**Febby Putri Sonia, Wuryaningsih Dwi Sayekti, Fembriarti Erry Prasmatiwi  
1370-1382**

**ANALISIS FINANSIAL USAHATANI TALAS BENENG  
M. Jorgy Lazuardi Labunove Ismi, Elma Deviani, Iqlima Haque, Sani  
Firmansyah, Agus Yuniyanto, Zulfikar Noormansyah**

**1383-1391**

**KELAYAKAN USAHATANI TANAMAN PORANG (*Amorphophallus  
muelleri Blume*) DI KABUPATEN TASIKMALAYA**

**Sani Firmansyah, Rina Nuryati, Zulfikar Noormansyah**

**1392-1410**

**EFEKTIVITAS PENYALURAN PUPUK BERSUBSIDI DAN  
HUBUNGANNYA DENGAN PENDAPATAN TEMBAKAU VOOR OOGST  
KASTURI DI DESA SUMBERJERUK KECAMATAN KALISAT  
KABUPATEN JEMBER**

**Ati Kusmiati, Dewy Tri Kumalasari**

**1411-1428**

**ANALISIS BIAYA, PENDAPATAN, DAN R/C PADA  
USAHATANI JAGUNG**

**(Survey di Kawasan Agropolitan Kabupaten Ciamis)**

**Lidya Nur Amalia**

**1429-1433**

**KINERJA BPR JOGJA SAAT SEBELUM DAN SESUDAH PANDEMI**

**Ikha Subhika, Tuti Karyani**

**1434-1454**

**POLA KONSUMSI DAN KEPUASAN KONSUMEN IKAN KALENG  
PADA TINGKAT RUMAH TANGGA DI PASAR TRADISIONAL  
BANDAR LAMPUNG**

**Bernadetha Dini Noventy, Fembriarti Erry Prasmatiwi, Suriaty Situmorang**

**1455-1466**

**ANALISIS NILAI TAMBAH DAN KINERJA PRODUKSI  
AGROINDUSTRI ROTI MAYANG SARI DI BANDAR LAMPUNG  
I Wayan Preda Kusuma Wijaya Wijaya, Muhammad Irfan Affandi Affandi,  
Yaktiworo Indriani Indriani  
1467-1477**

**VALUASI EKONOMI WISATA AIR TERJUN CURUP KERETA DI  
KECAMATAN UMPU SEMENGIK KABUPATEN WAY KANAN  
MENGUNAKAN TRAVEL COST METHOD  
Harun Taufik, Fembriarti Erry Prasmatiwi, Novi Rosanti  
1478-1488**

**KORELASI MEDIA KOMUNIKASI DAN PENINGKATAN  
PRODUKSI SAYUR KUBIS DI DESA NOGOSAREN  
KECAMATAN GETASAN  
Yulia Fita Febby  
1489-1501**

**OPTIMALISASI PRODUKSI TAHU PADA CV TAHU TULUS  
DI KECAMATAN PASIR PENYU KABUPATEN INDRAGIRI HULU  
Ogy Tiyas Saputra  
1502-1513**

**ANALISIS DAYA SAING CENGKEH INDONESIA KE VIETNAM SERTA  
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHINYA  
Eka Purna Yudha  
1514-1528**

**ANALISIS FUNGSI PRODUKSI KERIPIK PISANG MENGGUNAKAN  
METODE COBB DOUGLAS PADA UPPKS LESTARI DI KECAMATAN  
CIPAKU KABUPATEN CIAMIS  
Yusup Kurnia, Enjang Nursolih, Endang Rustendi  
1529-1542**

**POLA KONSUMSI DAN KEPUASAN KONSUMEN IKAN KALENG PADA  
TINGKAT RUMAH TANGGA DI PASAR TRADISIONAL BANDAR LAMPUNG**

***CONSUMPTION PATTERN AND CONSUMER SATISFACTION OF CANNED FISH  
AT THE HOUSEHOLD LEVEL IN THE BANDAR LAMPUNG TRADITIONAL  
MARKET***

**Bernadetha Dini Noventy<sup>1</sup>, Fembriarti Erry Prasmatiwi\*<sup>1</sup>, Suriaty Situmorang<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung

\*E-mail corresponding: [fembriarti.erry@fp.unila.ac.id](mailto:fembriarti.erry@fp.unila.ac.id)

**ABSTRAK**

Pola konsumsi sangat berpengaruh terhadap kecukupan gizi, kalori, dan kesehatan. Ikan sebagai salah satu bahan pangan dan sumber protein yang baik bagi tubuh. Salah satu usaha untuk meningkatkan daya simpan ikan adalah dengan pengalengan. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pola konsumsi dan kepuasan konsumen terhadap ikan kaleng. Pola konsumsi ikan kaleng dianalisis menggunakan metode deskriptif kuantitatif, sedangkan kepuasan konsumen ikan kaleng dianalisis menggunakan Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola konsumsi konsumen ikan kaleng di pasar tradisional Kota Bandar Lampung memiliki frekuensi konsumsi 2 kali/bulan dengan total konsumsi 2 kaleng/bulan. Merek ikan kaleng yang paling banyak dikonsumsi adalah merek ABC. Konsumen lebih menyukai kemasan ikan kaleng ukuran besar dan jenis ikan yang paling disukai adalah ikan sarden. Tingkat kepuasan konsumen terhadap ikan kaleng di pasar tradisional Kota Bandar Lampung sebesar 82,8 persen yang berarti konsumen merasa sangat puas terhadap produk ikan kaleng. Atribut yang menjadi prioritas perbaikan adalah jumlah ikan per kemasan dan harga ikan kaleng.

Kata kunci: ikan kaleng, kepuasan, pola konsumsi

**ABSTRACT**

*Consumption patterns significantly affect the adequacy of nutrition, calories, and health. Fish is one of the ingredients in food and a good source of protein for the body. One effort to increase shelf life of fish is canning. The purpose of this study was to analyze consumption patterns and consumer satisfaction with canned fish. Canned fish consumption patterns were analyzed using quantitative descriptive methods, while canned fish consumer satisfaction was analyzed using the Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA). The results showed that the consumption pattern of canned fish consumers in traditional markets in Bandar Lampung City had a consumption frequency of 2 times per month with a total consumption of 2 cans per month. The most widely consumed brand of canned fish is the ABC brand. Consumers prefer large-sized canned fish packaging, and the most preferred type of fish is sardines. The level of consumer satisfaction with canned fish in traditional markets in Bandar Lampung is 82.8 percent, which means that consumers are very satisfied with canned fish products. Attributes that are a priority for improvement are the number of fish per package and the price of canned fish.*

*Keywords: canned fish, satisfaction, consumption patterns*

## PENDAHULUAN

Pola konsumsi pangan rumah tangga harus terpenuhi dan seimbang, agar kecukupan gizi masyarakat tercukupi. Ikan adalah bahan pangan hewani yang memiliki sumber protein, Omega3 yang tinggi, komposisi asam amino, mudah diproses dan diserap oleh tubuh (Kementerian Kelautan dan Perikanan, 2017). Konsumsi ikan merupakan suatu hal yang lumrah pada tingkat rumah tangga untuk memenuhi kebutuhan pangan.

Menurut Badan Pusat Statistik (2021), jumlah konsumsi ikan penduduk Indonesia tahun 2016 sebesar 43,88 kg/kapita/tahun dan pada tahun 2017 sebesar 47,12 kg/kapita/tahun. Terdapat perkembangan jumlah konsumsi sebesar 7,38 persen. Hingga tahun 2020 jumlah konsumsi ikan penduduk Indonesia sebesar 56,39 kg/kapita/tahun, dengan rata-rata jumlah konsumsi sebesar 50,52 dan rata-rata perkembangan 6,48 persen.

Hal tersebut menunjukkan bahwa terjadi perkembangan jumlah konsumsi ikan di Indonesia setiap tahunnya. Jumlah konsumsi yang ini menunjukkan bahwa tingginya konsumsi ikan di Indonesia. Masyarakat lebih gemar mengkonsumsi ikan, karena harga ikan cenderung stabil dan beberapa jenis ikan bisa dibeli dengan harga yang relatif murah. Ikan segar

memiliki kekurangan, yaitu mudah busuk (*high perishable food*). Hal tersebut dapat terjadi karena proses biokimiawi maupun oleh aktivitas mikrobiologi pada ikan. Oleh karena itu dilakukanlah pengalengan, sebagai salah satu upaya untuk mencegah pembusukan dan meningkatkan daya simpan pada ikan (Winarno dan Surono 2002).

Ikan kaleng adalah salah satu olahan makanan kalengan yang dapat digunakan dalam keadaan mendesak, dan saat genting. Ikan kaleng dapat menjadi pilihan karena sangat praktis penyajiannya. Kebutuhan ikan kaleng sarden di dalam negeri mengalami kenaikan selama pandemi COVID-19. Lonjakan permintaan ini disebabkan oleh penyaluran bantuan sosial (bansos) yang dilakukan oleh pemerintah (Kementerian Perindustrian, 2020).

Ikan kaleng aman untuk dikonsumsi dan memiliki banyak macam kandungan gizi. Kandungan gizi yang dimiliki ikan kaleng, yaitu Omega3, energi, protein, lemak, dan karbohidrat. Ikan kaleng juga memiliki yodium yang membantu mencegah penyakit kelenjar tyroid (Fimela, 2012).

Pola konsumsi adalah susunan konsumsi yang dilakukan konsumen untuk memenuhi kebutuhan pangan, yang dipenuhi dari pendapatannya (Sumarwan,

2004). Setiap individu memiliki pola konsumsi tersendiri, tergantung pada kebutuhan yang dimilikinya. Pola konsumsi ikan kaleng setiap orang berbeda, tergantung dengan umur, pendapatan, preferensi, dan faktor-faktor lainnya yang memengaruhi pola konsumsi. Seiring perkembangan zaman kebutuhan seseorang jenis ikan kaleng semakin beragam yang menyebabkan berkembangnya jenis produk ikan kaleng yang ditawarkan oleh produsen. Terdapat banyak merek-merek ikan kaleng di Indonesia, contohnya merek sardines Botan, Atlantis, Del Monte, Yamato, Maya, ABC, dan masih banyak lagi. Harga dari setiap merek ikan kaleng yang ditawarkan berbeda tergantung pada tempat pembelian ikan kaleng, volume produk, ukuran ikan, jumlah ikan dalam satu kaleng, merek yang ditawarkan, dan jenis ikan yang digunakan.

Kepuasan konsumen merupakan perasaan puas yang dialami konsumen setelah dia melakukan konsumsi. Konsumen akan membandingkan harapannya terhadap produk itu dengan hasil yang diperoleh setelah mengonsumsi, dan muncul perasaan puas atau tidak puas (Sindoro, 2002). Ketika konsumen merasa puas, konsumen cenderung setia dengan produk tersebut dan terus membeli produk itu, jika merasa kecewa, konsumen cenderung tidak akan membeli produk

tersebut kembali. Oleh karena itu, menjaga kepuasan konsumen harus dilakukan oleh produsen ikan kaleng, agar bisa bersaing dengan produk ikan kaleng lainnya.

Untuk menjaga kepuasan konsumen, produsen ikan kaleng menawarkan variasi rasa atau ukuran ikan sarden yang lebih besar, dan ada yang menawarkan jumlah ikan yang lebih banyak untuk menargetkan kelompok rumah tangga yang memiliki lebih banyak konsumen dalam keluarganya. Dari segi penjual, mereka cenderung memilih merek dengan harga yang lebih ekonomis. Konsumen yang merasa puas akan suatu barang atau jasa akan setia dengan produk tersebut dan melakukan pembelian ulang, serta dengan gratis mempromosikan merek ikan kaleng tersebut kepada orang lain. Untuk itu dilakukan kajian penelitian lebih lanjut mengenai pola konsumsi dan kepuasan konsumen ikan kaleng pada pasar tradisional di Kota Bandar Lampung.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian pada pasar tradisional di Kota Bandar Lampung. Lokasi dipilih secara acak dengan menggunakan teknik *simple random sampling*. Lokasi penelitian,

yaitu pada Pasar Rajabasa, Pasar Koga, Pasar Way Halim, dan Pasar Tugu. Responden penelitian ini adalah 40 responden rumah tangga yang sebelumnya pernah dan sedang membeli ikan kaleng. Teknik penarikan sampel untuk penelitian ini adalah *accidental sampling*. Pengambilan data terjadi pada bulan Juni sampai dengan Agustus 2022.

Dilakukan uji pada kuesioner yang dilakukan pada 30 konsumen, untuk memastikan kuesioner yang digunakan untuk analisis kepuasan konsumen sudah valid dan realibel. Berdasarkan hasil uji validitas, semua atribut kepentingan dan kinerja produk ikan kaleng memiliki nilai  $r_{hitung} > 0,361$ . Hal tersebut menyatakan semua atribut yang dibuat dapat digunakan (valid).

Berdasarkan Tabel 2, hasil uji reabilitas menunjukkan bahwa nilai alpha tingkat kepentingan 0,728 dan tingkat kinerja 0,772. Jika nilai Alpha Cronbach lebih dari 0,60, maka semua atribut dapat dipercaya atau realibel (Arikunto, 2010).

Tabel 1. Hasil uji validitas kuesioner tentang kepuasan dan sikap konsumen dalam mengkonsumsi ikan kaleng

Atribut	Rhitung		Rtabel
	Kepentingan	Kinerja	
Merek	0,559	0,509	0,361
Ukuran	0,515	0,636	0,361

Aroma	0,413	0,589	0,361
Rasa	0,484	0,600	0,361
Jumlah ikan	0,498	0,573	0,361
Jenis ikan	0,576	0,644	0,361
Harga	0,459	0,607	0,361
Kemudahan membuka kemasan	0,672	0,406	0,361
Tanggal kadaluarsa	0,655	0,719	0,361
Sertifikat halal	0,746	0,435	0,361

Sumber: Data primer, 2022 (diolah)

Tabel 2. Hasil uji reliabilitas kuesioner tentang kepuasan dan sikap konsumen dalam mengkonsumsi ikan kaleng

No	Keterangan	Alpha Cronbach	Keterangan
1	Kepentingan	0,728	Realibel
2	Kinerja	0,772	Realibel

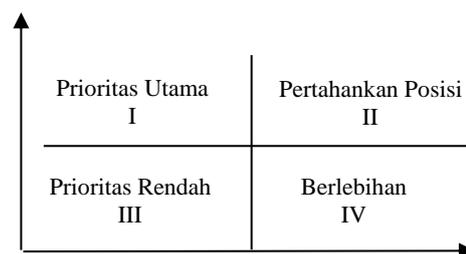
Sumber: Data primer, 2022 (diolah)

Analisis yang digunakan tujuan pertama, yaitu metode analisis deskriptif kuantitatif, yaitu untuk mengetahui pola konsumsi ikan kaleng pada tingkat rumah tangga di pasar tradisional. Analisis deskriptif dalam penelitian ini mendeskripsikan jenis ikan kaleng yang dikonsumsi, rasa ikan kaleng, frekuensi pembelian dan konsumsi ikan kaleng, ukuran ikan kaleng, harga ikan kaleng, cara mengkonsumsi ikan kaleng, dan lain sebagainya.

Pada tujuan kedua, digunakan analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI)

dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Metode CSI adalah metode penelitian untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen dengan mempertimbangkan tingkat kepentingan dengan atribut-atribut lainnya. Terdapat lima tahapan dalam menentukan nilai kepuasan CSI. Pertama adalah menentukan rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja, kedua membagi nilai rata-rata kepentingan dengan jumlah rata-rata kepentingan, ketiga mengalikan nilai bobot faktor dengan nilai rata-rata kinerja, keempat menambah semua skor bobot, dan kelima menghitung nilai CSI (Aritonang dan Lerbin, 2005).

Metode IPA dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS. Analisis IPA digunakan untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang atribut-atribut yang dapat ditingkatkan untuk memberikan kepuasan lebih kepada konsumen. Metode analisis IPA merupakan metode yang membandingkan antara persepsi dan harapan dari atribut suatu produk. Diagram kartesius dibuat menggunakan nilai rata-rata semua atribut kepentingan dan kinerja. Analisis IPA disajikan dengan menggunakan diagram kartesius yang disajikan seperti Gambar 1.



Gambar 1. Diagram kartesius, Schiffman dan Kanuk (2008)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang telah melakukan pembelian produk ikan kaleng di Pasar Rajabasa, Pasar Koga, Pasar Way Halim, dan Pasar Tugu, yaitu sebesar 45 persen berada pada usia 38-49 tahun. Mayoritas 62,5 persen memiliki tingkat pendidikan terakhir Sarjana (S1), sejalan

dengan hasil penelitian Kudrati (2018), tingkat pendidikan yang semakin tinggi berpengaruh signifikan terhadap jumlah konsumsi ikan.

Sebesar 47,5 persen memiliki pendapatan rumah tangga sebesar 5.500.000-8.000.000/bulan, sejalan dengan hasil penelitian Sayekti (2004) yang mengatakan bahwa semakin tinggi pendapatan seseorang, maka kebutuhan

konsumsi hewani akan terpenuhi dan mampu memenuhi kebutuhan gizi keluarga. Mayoritas 65 persen memiliki jumlah anggota keluarga 4-5 orang dengan pekerjaan responden sebesar 37,5 persen adalah ibu rumah tangga. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Maulana, Dawam, dan Septiana (2022) yang menunjukkan bahwa konsumen pada pasar tradisional mayoritas adalah ibu rumah tangga.

### Karakteristik Ikan Kaleng

Mayoritas masyarakat di Kota Bandar Lampung mengonsumsi ikan kaleng dengan merek ABC. Masyarakat Kota Bandar Lampung lebih menyukai ikan kaleng yang berukuran besar. Mayoritas alasan masyarakat Kota Bandar Lampung mengonsumsi ikan kaleng, karena ikan kaleng sangat praktis untuk dimasak dan juga rasanya yang enak. Pada penelitian Octaviah (2019) juga menunjukkan ikan kaleng banyak dikonsumsi karena praktis dan memiliki rasa yang enak. Karakteristik-karakteristik ikan kaleng disajikan dalam Tabel 4.

Tabel 4. Karakteristik ikan kaleng yang dibeli responden di pasar tradisional Bandar Lampung, 2022

Karakteristik	Jumlah responden (orang)	Persentase (%)
1. Merek:		
ABC	17	42,5
Atlantic	10	25,0

Botan	13	32,5
2. Alasan pembelian:		
Harga murah	9	22,5
Rasa enak	3	7,5
Kemudahan memperoleh	22	55,0
Variasi rasa beragam	6	15,0
3. Ukuran kemasan:		
Besar (425 g)	27	67,5
Kecil (155 g)	13	32,5
4. Jenis ikan:		
Ikan makarel	3	7,5
Ikan sarden	37	92,5
5. Varian rasa:		
Ekstra pedas	8	20,0
Saus cabai	5	12,5
Saus tomat	27	67,5
6. Loyalitas terhadap merek yang dibeli:		
Pernah membeli merek lain	14	35,0
Tidak pernah membeli merek lain		

Sumber: Data primer, 2022 (diolah)

### Pola Konsumsi Ikan Kaleng di Pasar Tradisional Kota Bandar Lampung

Pola konsumsi ikan kaleng berbeda tergantung kepada pendapatan, preferensi, dan faktor-faktor lainnya yang memengaruhi pola konsumsi (Sumarwan, 2019). Pola konsumsi ikan kaleng di pasar tradisional Kota Bandar Lampung dapat dilihat dari jumlah konsumsi dan jumlah pembelian ikan kaleng. Jumlah konsumsi ikan kaleng merupakan jumlah ikan kaleng yang dikonsumsi oleh konsumen dalam rentang waktu satu bulan. Jumlah pembelian ikan kaleng merupakan jumlah

ikan kaleng yang dibeli oleh konsumen dalam rentang waktu satu bulan.

Sebesar 30 persen konsumen di pasar tradisional Kota Bandar Lampung melakukan pembelian ikan kaleng sebanyak 6 kaleng/bulan dengan (50 persen) frekuensi pembelian sebanyak 3 kali/bulan. Rata-rata pembelian sebanyak 3,2 kaleng/bulan.

Sebesar 37,5 persen konsumen ikan kaleng di pasar tradisional Kota Bandar Lampung melakukan konsumsi ikan kaleng sebanyak 2 kaleng/bulan, dengan (72,5 persen) frekuensi konsumsi sebanyak 2 kali/bulan. Rata-rata konsumsi sebesar 3 kaleng/bulan.

#### ***Customer Satisfaction Index (CSI) Produk Ikan Kaleng di Pasar Tradisional Kota Bandar Lampung***

Perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) pada pembelian ikan kaleng di pasar tradisional dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kepuasan

konsumen. Perhitungan kepuasan konsumen disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5 menunjukkan nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) pembelian produk ikan kaleng di pasar tradisional Kota Bandar Lampung adalah sebesar 82,8 persen. Nilai tersebut masuk kedalam indeks kepuasan konsumen yang merasa sangat puas. Semua atribut-atribut yang digunakan yaitu merek, ukuran, aroma, rasa, jumlah ikan, jenis ikan, harga, kemudahan membuka kemasan, tanggal kadaluarsa, dan sertifikat halal memberikan kepuasan yang tinggi terhadap konsumen. Kepuasan tersebut dirasakan terhadap keseluruhan atribut ikan kaleng.

Produk olahan ikan lain yang ada di masyarakat seperti ikan kaleng, ikan asap, dan ikan abon. Banyak usaha yang dilakukan produsen olahan ikan untuk menarik minat beli konsumen, seperti pengemasan yang bagus dan aman (Rustandy, *et al.* 2023)

Tabel 5. Perhitungan tingkat kepuasan konsumen produk ikan kaleng di pasar tradisional Kota Bandar Lampung, 2022

Atribut	Rata-Rata Tingkat Kepentingan	WF (%)	Rata-Rata Tingkat Kinerja	WS
Merek	4,500	0,099	4,300	0,428
Ukuran	4,525	0,100	4,175	0,418
Aroma	4,475	0,099	4,350	0,430
Rasa	4,625	0,102	4,425	0,452
Jumlah ikan	4,550	0,101	3,975	0,400
Jenis ikan	4,425	0,098	3,875	0,379
Harga	4,650	0,103	3,950	0,406
Kemudahan membuka kemasan	4,325	0,096	3,700	0,354
Tanggal kadaluarsa	4,575	0,101	4,275	0,432
Sertifikat halal	4,600	0,102	4,325	0,440
Jumlah	45,250			
Weigh Total (WT)				4,138
CSI				0,828

Sumber: Data primer, 2022 (diolah)

**Importance Performance Analysis (IPA) produk Ikan Kaleng di Pasar Tradisional Kota Bandar Lampung**

Hasil analisis kepuasan dengan menggunakan metode CSI menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen yang diperoleh belum 100 persen, hal ini berarti masih ada atribut-atribut ikan kaleng yang bisa ditingkatkan kepuasannya. Untuk mengetahui atribut-atribut yang perlu ditingkatkan, maka digunakanlah metode IPA. Metode IPA disajikan dalam bentuk diagram kartesius untuk menghubungkan tingkat kinerja dan kepentingan atribut yang dibagi menjadi empat kuadran, yang nantinya bisa dijadikan acuan dalam

perbaikan produk ikan kaleng. Tingkat kepentingan dan kinerja atribut produk ikan kaleng disajikan pada Tabel 6.

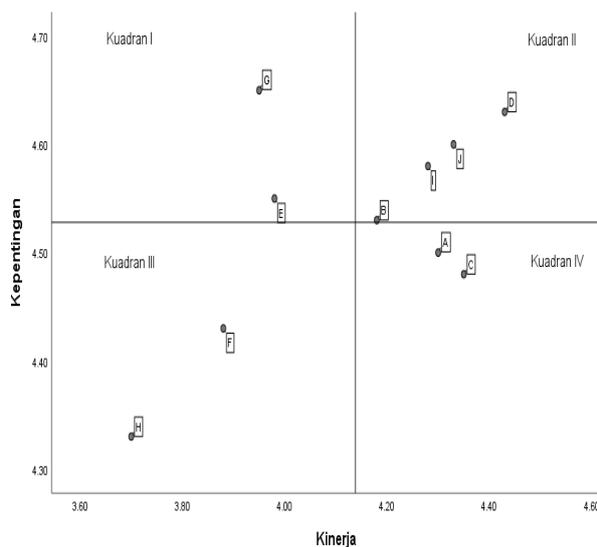
Tabel 6. Sebaran tingkat kepentingan dan kinerja ikan kaleng yang dikonsumsi oleh konsumen di pasar tradisional Kota Bandar Lampung, 2022

Atribut	Kepentingan (Y)	Kinerja (X)
Merek	4,50	4,30
Ukuran	4,53	4,18
Aroma	4,48	4,35
Rasa	4,63	4,43
Jumlah ikan	4,55	3,98
Jenis ikan	4,43	3,88
Harga	4,65	3,95

Kemudahan membuka kemasan	4,33	3,70
Tanggal kadaluarsa	4,58	4,28
Sertifikat halal	4,60	4,33
Jumlah	45,25	41,35
Rata-Rata	4,53	4,14

Sumber: Data primer, 2022 (diolah)

Berdasarkan data yang ada pada Tabel 3, maka diagram kartesius produk ikan kaleng di pasar tradisional Kota Bandar Lampung disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Diagram kartesius produk ikan kaleng di pasar tradisional Kota Bandar Lampung, 2022

Keterangan:

- A = Merek
- B = Ukuran
- C = Aroma
- D = Rasa
- E = Jumlah ikan
- F = Jenis ikan
- G = Harga
- H = Kemudahan membuka kemasan
- I = Tanggal kadaluarsa

J = Sertifikat halal

Kuadran I adalah atribut-atribut yang menjadi poin utama dan diharapkan produsen untuk memperbaiki lebih baik. Karena konsumen memiliki harapan yang tinggi terhadap atribut tersebut, namun hasil yang diperoleh tidak sesuai dengan keinginan. Atribut yang tergolong dalam kuadran ini, yaitu atribut jumlah ikan dan harga ikan kaleng. Konsumen menginginkan jumlah ikan yang banyak dalam satu kemasan. Harga juga merupakan atribut yang masih perlu diperbaiki, hal ini dikarenakan beberapa konsumen merasa harga ikan kaleng cukup mahal dengan jumlah ikan per kemasan yang sedikit. Hasil penelitian Ekawati (2022), juga menyatakan bahwa banyak konsumen yang merasa bahwa jumlah ikan per kemasan ikan kaleng perlu ditambah.

Kuadran II memiliki atribut-atribut ikan kaleng yang punya harapan tinggi dan hasil yang memuaskan, yaitu atribut ukuran, rasa, tanggal kadaluarsa, dan sertifikat halal. Berdasarkan hasil penelitian, konsumen ikan kaleng di Bandar Lampung memilih konsumsi ikan kaleng dikarenakan rasanya yang enak. Pada penelitiannya, Ekawati (2022) juga menyatakan bahwa konsumen banyak mengonsumsi ikan kaleng dikarenakan rasanya yang enak.

Atribut lain yang perlu dipertahankan, yaitu sertifikat halal dan kadaluarsa, dua atribut ini penting dikarenakan dapat menjamin keamanan dan kehalalan produk. Produk yang mempunyai label halal membuat konsumen lebih merasa aman dalam mengkonsumsinya, hal ini juga didukung dengan mayoritas masyarakat Kota Bandar Lampung beragama islam. Adanya tanggal kadaluarsa dalam kemasan suatu produk kalengan sangat penting untuk memastikan kondisi ikan kaleng masih layak konsumsi, serta memastikan keamanan produk untuk dikonsumsi. Pada penelitian Suhaili (2020) juga menyatakan pencantuman tanggal kadaluarsa harus dilakukan untuk memastikan kondisi ikan kaleng.

Kuadran III mencakup atribut-atribut yang memiliki prioritas rendah, yang berarti harapan konsumen terhadap produk rendah dan hasil yang didapat juga tidak maksimal, yaitu jenis ikan dan kemudahan membuka kemasan. Jenis ikan kaleng secara umum ada tiga, yaitu ikan sarden, ikan makarel, dan ikan tuna. Jenis ikan kaleng tidak terlalu dipermasalahkan oleh konsumen, sehingga produsen tidak perlu memperbaikinya dalam waktu dekat. Penelitian Anggraeni, *et al.* (2023) menyatakan bahwa daya konsumsi masyarakat terhadap ikan laut cukup tinggi.

Atribut kemudahan membuka kemasan juga tidak terlalu dipermasalahkan oleh konsumen, karena konsumen sudah merasa bahwa kemasan ikan kaleng sudah cukup mudah untuk dibuka.

Kuadran IV mencakup atribut-atribut yang dianggap berlebihan, atribut-atribut yang berdasarkan tingkat kepentingan tidak terlalu dinilai oleh konsumen, akan tetapi memiliki hasil yang berlebihan. Atribut yang ada pada kuadran ini, yaitu merek dan aroma. Konsumen ikan kaleng tidak terlalu memperhatikan merek ikan kaleng yang dikonsumsi dan cenderung mengonsumsi yang biasa disajikan. Merek yang sering dikonsumsi oleh masyarakat Kota Bandar Lampung adalah merek ABC, karena merek ini memiliki harga yang lebih terjangkau dan rasa yang enak.

## KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini yang diperoleh berdasarkan hasil dan pembahasan adalah pola konsumsi ikan kaleng dipasar tradisional Kota Bandar Lampung memiliki frekuensi konsumsi 2 kali/bulan dengan jumlah konsumsi sebanyak 2 kaleng/bulan. Merek ikan kaleng yang paling banyak dikonsumsi adalah merek ABC. Konsumen lebih menyukai ukuran kemasan ikan kaleng

yang besar dan jenis ikan yang paling disukai adalah ikan sarden. Tingkat kepuasan konsumen ikan kaleng konsumen dipasar tradisional Kota Bandar Lampung adalah 82,8 persen, yang berarti konsumen merasa sangat puas dengan produk ikan kaleng. Atribut yang menjadi prioritas perbaikan adalah atribut jumlah ikan per kemasan dan harga ikan kaleng.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, A., Noor, T. I., Setia, B., 2023. Strategi Koperasi Mina Bahari dalam Memasarkan Ikan Laut Hasil Tangkapan Nelayan Di Desa Legokjawa, Kecamatan Cimerak, Kabupaten Pangandaran. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 10(1), pp.230-236.
- Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Aritonang, L. R., dan Lerbin, R. 2005. *Kepuasan Pelanggan*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2021. *Konsumsi Ikan Indonesia*. Badan Pusat Statistik. Jakarta.
- Kementerian Perindustrian. 2020. *Lonjakan Permintaan Ikan Kaleng Akibat Covid-19*. Kementerian Perindustrian. Jakarta.
- Ekawati, D. 2022. *Analisis Keputusan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Konsumsi Ikan Kaleng di Kota Makassar*. *Doctoral Dissertation*. Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Fimela. 2012. *Kandungan Gizi Ikan Kaleng*. <https://www.fimela.com/brand/>. [12 Desember 2022].
- Kementerian Kelautan dan Perikanan. 2017. *Ikan untuk Kesehatan dan Kesejahteraan Masyarakat*. Kementerian Kelautan dan Perikanan. Jakarta.
- Kudrati, S. 2018. Pengaruh tingkat pendidikan ibu rumah tangga terhadap pengeluaran konsumsi ikan di Indonesia. *Tesis*. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Maulana, S., Dawam, A., dan Septiana, A. 2022. Perbandingan konsumtif ibu rumah tangga terhadap minat berbelanja antara pasar tradisional dan modern selama pandemi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 14(1): 175-181. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view/48185>. [12 Desember 2022].
- Octaviyah, L. 2019. Brand awareness dan perceived quality sebagai penentu keputusan pembelian ikan kaleng mackarel abc (studi di wilayah kota surabaya timur). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(4): 1087-1094. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/29860/27366>. [12 Desember 2022].
- Rustandy, D., Noor, T. I., Andrie, B. M., 2023. Analisis Usaha Abon Ikan Tuna. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 10(1), pp.10-20.
- Sayekti, A.A.S. 2004. Faktor-faktor yang memengaruhi permintaan beberapa bahan pangan penting dalam pola konsumsi pangan rumah tangga di Indonesia. *Disertasi*. Universitas Padjadjaran. Bandung.
- Schiffman, L., dan Kanuk, L.L. 2008. *Perilaku Konsumen*. Indeks. Jakarta.
- Sindoro, A. 2002. *Manajemen Pemasaran Indonesia*. Salemba Empat. Jakarta.
- Suhaili, R. 2020. Pengaruh Lama Penyimpanan Ikan Sarden Kemasan Kaleng terhadap Kadar Logam Pb dan Cu. *Chempublish Journal*, 5(2): 130-139. <https://onlinejournal.unja.ac.id/chp/article/view/10468>. [12 Desember 2022]
- Sumarwan, U. 2019. *Pemasaran Strategik*:

- Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan.* PT Penerbit IPB Press. Bogor.
- Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar.* Rineka Cipta. Jakarta.
- Winarno, F. G., dan Surono. 2002. *HACCP Dan Penerapannya Dalam Industri Pangan.* IPB Press. Bogor.