

Minat Konsumen Millennial Terhadap Konsumsi Ikan Air Laut dan Ikan Air Tawar

Millennial Consumer Interest in Marine and Freshwater Fish Consumption

Desy Sasri Untari^{*}, Tri Adi Wibowo, Rohmatul Anwar

Fakultas Pertanian Perikanan dan Peternakan
Universitas Nahdlatul Ulama Lampung, Jl. Raya Lintas Timur Sumatera, Kec. Purbolinggo
Kode Pos 34192, Lampung Timur, Indonesia
Telp. (0725) 7660172

^{*}Penulis untuk korespondensi: desyuntari42@gmail.com

ABSTRACT

Indonesia is a country that has a larger water area than land and high potential for fishery resources. The abundance of fishery resources is not supported by high fish consumption by the community, especially the millennial generation. Interest and understanding of the benefits of consuming fish among millennials is still low. So that with the consumption patterns of different millennial generations, researchers want to know what types of fish are in great demand by the current millennial generation between seawater fish or freshwater fish that have different characteristics, especially in the Kotabumi area, North Lampung Regency. This study used interview methods and direct surveys of 100 respondents using questionnaires. The results showed that most respondents were dominated by women with a percentage of 57%, with the age range of respondents being 21-25 years and having the status of a student. The frequency of fish purchases is carried out at most five times a month and respondents prefer freshwater fish with a percentage of 69% considering that freshwater fish are fresher, easier to get and do not smell too fishy. The more popular freshwater fish species is tilapia (*Oreochromis niloticus*) with a percentage of 26%, while for the more purchased type of seawater fish is kitefish (*Elagatis bipinnulata*) amounting to 12%.

Keywords: millennials, freshwater fish, marine fish, consumption

ABSTRAK

Indonesia adalah negara yang memiliki luas perairan lebih besar dibandingkan daratan dan potensi sumberdaya perikanan yang tinggi. Melimpahnya sumberdaya perikanan tidak didukung dengan konsumsi ikan yang tinggi oleh masyarakat terutama generasi millennial. Minat dan pemahaman mengenai manfaat mengkonsumsi ikan di kalangan generasi millennial masih rendah. Sehingga dengan adanya pola konsumsi generasi millennial yang berbeda membuat peneliti ingin mengetahui jenis ikan apa yang banyak diminati oleh generasi millennial saat ini antara ikan air laut atau ikan air tawar yang memiliki karakteristik berbeda, khususnya di wilayah Kotabumi, Kabupaten Lampung Utara. Penelitian ini menggunakan metode wawancara dan survei secara langsung terhadap responden sejumlah 100 orang menggunakan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden didominasi oleh perempuan dengan persentase 57%, dengan rentang umur responden adalah 21-25 tahun dan berstatus sebagai mahasiswa. Frekuensi pembelian ikan dilakukan paling banyak sejumlah lima kali dalam sebulan serta responden lebih menyukai ikan air tawar dengan persentase 69% dengan pertimbangan bahwa ikan air tawar kondisinya lebih segar, mudah didapatkan dan tidak berbau terlalu amis. Spesies ikan air tawar yang lebih diminati adalah ikan nila (*Oreochromis niloticus*) dengan persentase 26%, sedangkan untuk jenis ikan air laut yang lebih banyak dibeli adalah ikan layang (*Elagatis bipinnulata*) sejumlah 12%.

Katakunci: millennial, ikan air tawar, ikan air laut, konsumsi

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara maritim dengan luas total perairan yaitu 6.400.000 km² dari Luas NKRI (darat dan perairan) adalah 8.300.000 km². Dengan total perairan yang lebih luas dibandingkan daratan membuat Indonesia memiliki sumberdaya perikanan yang tinggi. Jumlah spesies ikan di Indonesia sekitar 8.500 spesies ikan atau sekitar 37 persen jenis ikan dari seluruh dunia terdapat di Indonesia (Handayani dan Murniati 2020).

Sumberdaya ikan yang besar dan melimpah tidak menjamin jumlah konsumsi ikan yang tinggi oleh masyarakat Indonesia. Potensi dan pemanfaatan sumberdaya perikanan di perairan tawar, payau maupun laut relatif tinggi, akan tetapi makan ikan belum menjadi budaya di sebagian besar wilayah Indonesia. Faktanya, tingkatan konsumsi ikan masyarakat Indonesia tertinggal jauh dibawah bangsa-bangsa lain yang memiliki potensi sumberdaya perikanan jauh lebih kecil (Djunaidah 2017).

Tingkat konsumsi Ikan Indonesia pada tahun 2019 yaitu 54,50 kg per kapita pertahun (Statistik KKP 2022). Dalam hal ini, Lampung merupakan salah satu provinsi yang memiliki nilai konsumsi ikan terendah pada tahun 2020 dan 2021 yaitu 36,16 kg dan 36,66 per kapita per tahun dari beberapa provinsi yang juga memiliki nilai konsumsi ikan yang rendah salah satunya yaitu DI Yogyakarta (34,26 kg dan 34,82 per kapita per tahun) dan Jawa Tengah (36,21 kg dan 36,74 per kapita per tahun) (Statistik KKP 2022). Rendahnya minat konsumen dalam mengkonsumsi ikan menjadi sebuah pertanyaan besar tentang apakah yang mempengaruhi hal tersebut. Dalam penelitian ini konsumen yang ditargetkan adalah generasi milenial.

Millenial (Generasi Y) yaitu kelompok demografi setelah Generasi X (Gen-X). Para ahli dan peneliti biasanya menggunakan awal 1980-an sebagai awal kelahiran kelompok ini dan pertengahan tahun 1990-an hingga awal 2000-an sebagai akhir kelahiran (Naldo dan Satria 2018).

Pada era modern seperti saat ini, semua hal dituntut untuk dilakukan secara

cepat dan instan. Tidak terkecuali dalam pemenuhan nutrisi dalam bentuk makanan pada generasi milenial. Generasi ini memiliki tingkat kebosanan yang tinggi terhadap apa yang dikonsumsi sehingga tidak jarang jenis makanan tidak sehat seperti *junk food* menjadi alternatif makanan setiap hari. Saat ini masih banyak generasi milenial yang tidak mengetahui kandungan nutrisi pada ikan yang baik untuk tubuh sebagai salah satu sumber protein yang banyak memiliki manfaat bagi kesehatan. Mereka cenderung lebih memilih makanan olahan yang kekinian atau populer dikalangan anak muda.

Beberapa manfaat mengkonsumsi ikan yaitu terpenuhinya kebutuhan 10 asam lemak esensial, menurunkan tekanan darah, menurunkan kadar kolesterol, menurunkan berat badan, merangsang pertumbuhan otak dan kecerdasan, menyehatkan mata, mencegah keriput dan proses penuaan kulit, serta mencegah penyakit berat seperti jantung, kanker payudara, dan kanker prostat (WHO 2003).

Generasi millenial cenderung dalam memilih makanan yang akan dikonsumsi baik dari segi rasa, aroma, ketersediaan atau kemudahan dalam mendapatkannya serta kualitas makanan tersebut. Ketidaksesuaian rasa, aroma, dan cara memakan ikan yang harus berhati-hati karena banyaknya duri yang terdapat dalam tubuh ikan membuat masyarakat di era milenial saat ini menjadi enggan dan menganggap mengkonsumsi ikan sangat sulit sehingga menjadi rendahnya tingkat konsumsi ikan dikalangan milenial (Handayani dan Murniati 2020).

Penelitian ini menganalisis minat konsumen terhadap dua jenis ikan yang berbeda habitanya yaitu ikan air laut dan ikan air tawar untuk melihat kecenderungan milenial dalam memilih ikan yang akan dikonsumsi. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan oleh pemerintah dalam membuat kebijakan, pengusaha makanan dan pembudidaya ikan dalam penyediaan ikan di Kecamatan Kotabumi Selatan Kabupaten Lampung Utara.

Ketersediaan ikan merupakan salah satu faktor penurunan konsumsi ikan karena konsumen selalu terkendala stok ikan yang mengakibatkan konsumen lebih memilih ayam atau daging yang lebih banyak ketersediaannya di pasaran. Penyebab konsumsi ikan masyarakat Indonesia rendah karena ketersediaan ikan yang bermutu kurang meratanya, penyebaran ikan yang baik dan higienis serta kurangnya ketersediaan sarana prasarana penjualan. Sedangkan dari segi permintaan diduga karena jumlah ikan segar dipasaran masih sedikit, daya beli ikan segar rendah karena harganya masih mahal, rendahnya pengetahuan tentang gizi ikan dari ibu-ibu rumah tangga, diversifikasi dari produk ikan olahan masih rendah, adanya ketakutan terhadap produk ikan tercemar logam berat (Kusharyanti 2007).

Penurunan tingkat konsumsi ikan pada konsumen muda merupakan perhatian bagi para produsen olahan ikan, restoran ikan, serta pemasok ikan. Segmen konsumen muda merupakan aset penting bagi perusahaan. Konsumen muda merupakan porsi terbesar pada piramida penduduk Indonesia (56%) (Pratisti 2017). Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa besar minat konsumen milenial terhadap ikan air laut dan ikan air tawar di Kecamatan Kotabumi Selatan Kabupaten Lampung Utara.

BAHAN DAN METODE

Bahan dan Alat

Peralatan yang digunakan dalam penelitian ini berupa recorder, kuisioner, kamera dan alat tulis.

Metode Penelitian

Metode dalam penelitian ini yaitu menggunakan wawancara secara langsung oleh responden menggunakan kuisioner. Metode pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* yaitu pengambilan sampel secara acak atau random. Jumlah Responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Penelitian dilakukan di Kecamatan Kotabumi Selatan Kabupaten Lampung

Utara Provinsi Lampung. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juni- Juli 2021.

Prosedur Kerja

Penelitian ini terdapat 3 langkah prosedur kerja yaitu yang pertama adalah persiapan penelitian yang terdiri dari kegiatan menyusun rancangan penelitian, memilih atau menetapkan lokasi atau obyek penelitian, melakukan pengamatan di lokasi penelitian dan menyiapkan instrumen penelitian. Langkah kedua yaitu turun lapang yang terdiri dari kegiatan observasi lapangan yang bertujuan untuk mengumpulkan data sekunder dan primer secara langsung ke lokasi penelitian dan melakukan pencatatan mengenai temuan-temuan data penelitian.

Langkah ketiga yaitu analisis data yang terdiri dari kegiatan pengolahan data dilakukan untuk menguji kecukupan dan keseragaman data dari hasil penelitian, selanjutnya yaitu tahap penarikan kesimpulan dan saran yang bertujuan untuk menarik kesimpulan dari hasil analisis, pembahasan masalah dan solusi atau saran yang diberikan. Pemberian saran ditujukan untuk pemerintah, lokasi penelitain, masyarakat dan akademisi untuk lebih membangun lokasi yang dijadikan obyek penelitian.

Parameter Pengamatan

Parameter yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis kelamin, umur, pekerjaan, frekuensi pembelian konsumen, minat konsumen antara ikan air laut dan ikan air tawar, kemudahan konsumen dalam memperoleh ikan, jenis ikan yang banyak diminati .

Analisa Data

Penelitian ini menggunakan analisis data sebagai berikut:

1. Pengumpulan data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dan survey kepada responden. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuisioner dan dapat diisi langsung oleh responden.

2. Pengolahan data

Data yang sudah berhasil di dapatkan kemudian diolah untuk mendapatkan gambaran besar tentang hasil penelitian yang diperoleh.

3. Penyajian data

Data yang sudah diolah kemudian dipaparkan dalam bentuk tulisan yang berisi tentang hasil penelitian yang diperoleh menggunakan bahasa yang mudah dimengerti, to the point dan ilmiah sehingga memudahkan pembaca.

4. Penarikan kesimpulan

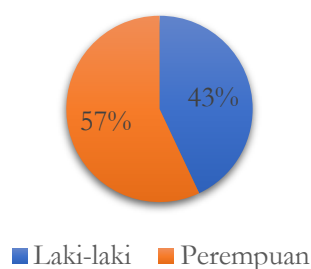
Penarikan kesimpulan hasil penelitian harus sesuai dengan teori yang mendukung penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden Millenial

Jenis kelamin

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah perempuan dengan persentase 57% dan laki-laki berjumlah 43 % (Gambar 1). Sebagian besar responden merupakan perempuan. Ketertarikan perempuan mengikuti kegiatan wawancara disebabkan adanya ketertarikan serta pola konsumtif perempuan yang lebih besar dibandingkan laki-laki. Wanita adalah konsumen yang potensial karena perilaku wanita lebih konsumtif dibanding pria (Sumarwan 2011).



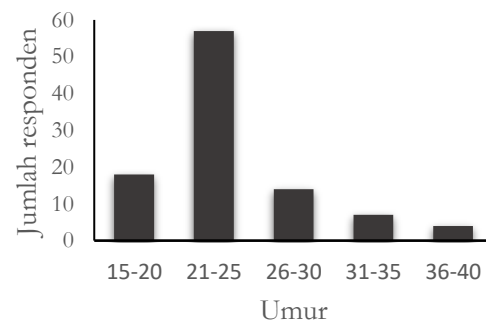
Gambar 1. Jenis kelamin responden

Keikutsertaan perempuan dalam mengikuti survey erat kaitannya terhadap kesadaran pentingnya mengetahui sejak dini manfaat ikan bagi kesehatan. Perempuan dengan rentang umur 21-25 tahun yang menjadi responden dalam penelitian ini dinilai sudah mulai berfikir untuk mempersiapkan ilmu pengetahuan tentang

gizi ikan sebelum menikah dan menjadi ibu. Pengetahuan tersebut nantinya menjadi dasar dalam membentuk pola makan keluarganya. Ibu memegang kendali yang cukup besar dalam menentukan pola makan keluarga termasuk pola makan anak. Pengetahuan gizi yang baik memicu ibu untuk membentuk pola makan yang baik juga (Azkia et al. 2020).

Umur

Sebagian besar umur responden berkisar antara 21-25 tahun dengan jumlah 57 orang dan jumlah umur terendah yaitu sebanyak 6 orang dengan kisaran umur 36-40 tahun (Gambar 2). Peneliti sosial sering mengelompokkan generasi yang lahir diantara tahun 1980an sampai 2000an sebagai generasi millenial. Dapat dikatakan bahwa generasi millenial merupakan generasi muda masa kini yang saat ini berumur dengan rentang 15 sampai dengan 34 tahun (Naldo dan Satria 2018).



Gambar 2. Umur responden

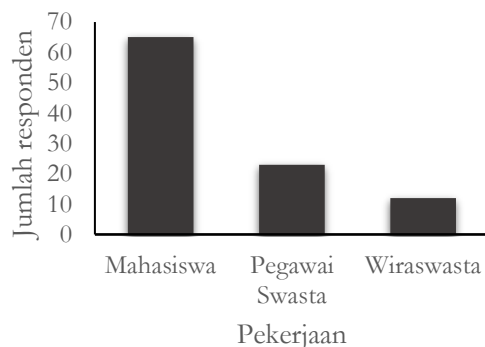
Umur memiliki pengaruh yang sangat penting terhadap pengambilan keputusan dan pola berfikir. Pada analisis demografi, tingkatan umur penduduk dapat dikategorikan menjadi tiga, yaitu (1) kelompok umur muda, dibawah 15 tahun; (2) kelompok umur produktif di rentang umur 15 hingga 64 tahun; dan (3) kelompok umur tua dengan rentang 65 tahun ke atas (Badan Pusat Statistik, 2022). Mayoritas responden dalam penelitian ini masih tergolong dalam umur produktif yaitu di rentang umur 21 hingga 25 tahun. Dominasi umur produktif ini sangat berpengaruh bagi masyarakat yang menjadi responden, karena

pada umur produktif manusia masih dapat mengingat dan memahami serangkaian kegiatan penelitian dengan baik (Wibowo *et al.* 2021). Umur menjadi faktor yang sangat mempengaruhi dalam ingatan, karena kemampuan memahami dalam ingatan dapat dimaksimalkan untuk daya ingat logis berlangsung antara usia 15-50 tahun (Ahmadi 2009).

Pekerjaan

Mayoritas responden dalam penelitian ini didominasi oleh mahasiswa dengan jumlah 65 orang, selanjutnya pegawai swasta berjumlah 23 orang dan wiraswasta sebanyak 12 orang (Gambar 3). Mayoritas responden yang didapatkan dirasa telah sesuai dengan penelitian yang dilakukan, yang mengarah kepada generasi muda milenial. Selain mengetahui jumlah mayoritas responden yang didapat, efek samping yang diharapkan dari penelitian ini dapat merubah kebiasaan konsumsi sehat dan perilaku makan sehari-harinya.

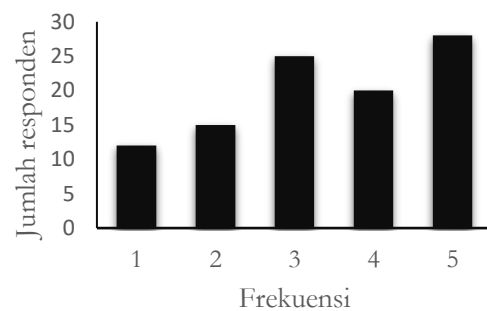
Perilaku makan merupakan tindakan seseorang terhadap makanan yang dikonsumsi, dan dipengaruhi oleh persepsi dan pengetahuan terhadap makanan (Putri *et al.* 2020). Perilaku makan adalah aspek yang penting dari kehidupan karena berpengaruh terhadap hasil kesehatan jangka panjang akibat kebiasaan makan yang tidak sehat. Kebiasaan makan yang tidak sehat tersebut diantaranya seperti mengkonsumsi makanan yang kurang gizi, melewatkan makan, dan makan tidak tepat waktu dipahami menyebabkan berbagai masalah kesehatan dan kekurangan gizi (Gibney 2009).



Gambar 3. Pekerjaan responden

Frekuensi Pembelian Ikan Kaum Millenial (dalam Bulan)

Frekuensi pembelian ikan yang dilakukan responden sebagian besar menjawab sebanyak lima kali dalam sebulan dengan jumlah responden yang menjawab sebanyak 28 orang dan frekuensi pembelian ikan satu kali dalam sebulan berjumlah 12 orang responden yang menjawab (Gambar 4). Frekuensi pembelian ikan oleh konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor. Beberapa faktor diantaranya seperti tingkat pendapatan, harga serta jumlah anggota keluarga. Pendapatan mempengaruhi kemampuan untuk membeli, banyak sedikitnya anggota rumah tangga akan mempengaruhi jumlah ikan yang harus dipenuhi untuk konsumsi dan harga akan mempengaruhi keputusan untuk membeli atau tidak membeli yang selanjutnya akan mempengaruhi konsumsi ikan rumah tangga (Rahmadi 2021).



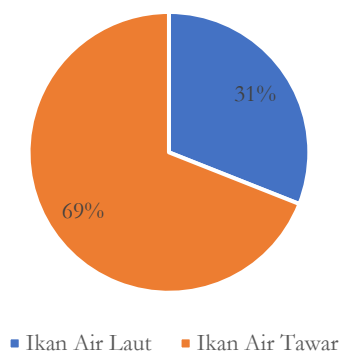
Gambar 4. Frekuensi pembelian ikan konsumen

Minat Millenial Terhadap Ikan Air Laut dan Ikan Air Tawar

Minat generasi millenial terhadap ikan air laut dan ikan air tawar didapatkan hasil yaitu sebagian besar responden menyukai ikan air tawar dengan persentase 69% dan 31% menyukai ikan air laut. Hasil wawancara menunjukkan bahwa alasan responden lebih menyukai ikan air tawar dibandingkan ikan air laut yaitu : rasa dan bau amis ikan air tawar lebih rendah dibandingkan ikan air laut; ikan air tawar lebih mudah di dapatkan dan kualitas ikan lebih segar dibandingkan dengan ikan air laut; serta harga ikan air tawar lebih murah dibandingkan ikan air laut

Responden millenial dalam penelitian ini menilai bahwa tingkatan rasa dan bau amis ikan air laut lebih kuat jika dibandingkan dengan ikan air tawar. Hal ini berkaitan dengan kondisi kesegaran ikan yang berbeda antara ikan air laut dan ikan air tawar yang ditemui di pasaran. Wilayah Kotabumi, Lampung Utara yang jauh dari akses laut dan wilayahnya yang terkurung oleh daratan (*landlock*) menjadi faktor utama mengapa kondisi ikan laut yang dipasarkan menjadi kurang begitu segar kondisinya dan memiliki bau lebih amis. Rantai distribusi yang panjang menyebabkan kondisi ikan laut sudah melewati fase rigor mortis. Bau dan rasa amis ikan dapat disebabkan oleh asam amino bebas dari kandungan protein pada daging serta berbagai asam lemak yang bebas dari kandungan lemak pada daging ikan (Hasanah *et al.* 2017).

Pada saat ikan masih segar atau pada saat awal setelah ikan ditangkap, bau amis ikan disebabkan oleh interaksi trimetilamin oksida dengan ikatan rangkap dari lemak tidak jenuh yang menghasilkan trimetilamin (TMA). Pada tahap awal, kecepatan penguraian senyawa makromolekul masih rendah, sehingga kandungan TMA masih rendah. Namun pada akhir proses biokimia daging ikan, senyawa yang menimbulkan bau amis yang tidak enak seperti trimetilamin dan amonia yang dihasilkan cukup tinggi disebabkan karena adanya penguraian protein semakin cepat (Farahita *et al.* 2012).



Gambar 5. Persentase minat millenial terhadap ikan air laut dan ikan air tawar

Persepsi responden yang memilih ikan air tawar dibandingkan ikan air laut adalah

kondisi kesegarannya. Ikan segar mengandung nutrisi yang lebih baik dibandingkan dengan ikan olahan dan dapat disajikan menjadi beraneka jenis masakan. Aneka jenis masakan ikan segar membuat anggota keluarga lebih berminat untuk mengonsumsi ikan (Karuniawati *et al.* 2017).

Ikan air tawar yang sebagian besar dipasarkan di wilayah Kotabumi, Lampung Utara sebagian besar berasal dari sentra pembesaran seperti dari Bendungan Way Rarem dan Danau Ranau di Kabupaten Lampung Barat. Sebagian besar kondisi ikan air tawar yang dipasarkan masih dalam keadaan hidup, seperti ikan nila, lele, patin dan ikan mas. Responden menilai bahwa ikan-ikan yang dipasarkan dan berasal dari Bendungan Way Rarem atau Danau Ranau tidak berbau lumpur jika dibandingkan dengan ikan air tawar yang dibudidayakan pada kolam dengan kondisi dan sirkulasi air yang tertutup. Adanya citarasa lumpur yang muncul pada daging ikan terutama pada ikan air tawar diperkirakan berasal dari kualitas air dan adanya sedimen berupa substrat lumpur yang terdapat pada kolam pembesaran ikan dan plankton yang terlarut dalam air dan termakan oleh ikan selama hidupnya (Wibowo *et al.* 2021).

Harga ikan dalam proses pemasaran pastinya tidak akan sama disetiap jalur distribusi. Kemudahan mendapatkan stok ikan air tawar karena jarak sentra pembudidaya yang lebih dekat dibandingkan dengan sentra ikan air laut menyebabkan harga ikan air tawar lebih murah dibandingkan dengan ikan air laut. Jarak sentra ikan laut yang jauh, adanya metode penanganan khusus seperti penggunaan es dan wadah khusus untuk menjaga ikan agar tetap segar dan rantai distribusi yang panjang menjadi faktor harga ikan laut yang dipasarkan di daerah *landlock* menjadi lebih mahal. Semakin panjang jalur distribusi yang akan dilewati maka akan berpengaruh terhadap harga ikan pada konsumen terakhir (Septiara *et al.* 2012).

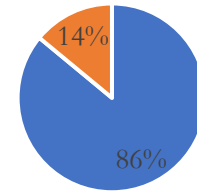
Banyak dan panjangnya saluran distribusi menjadikan harga semakin tinggi di tingkat pasar akibat banyaknya pedagang perantara yang mengambil keuntungan atas

kegiatannya ditambah biaya operasional yang dikeluarkan oleh pedagang perantara yang dibebankan pada harga konsumen (Elpawati *et al.*, 2014). Selain itu, harga ikan yang naik juga disebabkan oleh adanya kenaikan harga BBM sehingga harga ikan menjadi ikut naik, dan jika terjadi cuaca buruk maka harga ikan semakin naik tidak tertentu (Sengkey *et al.* 2020).

Kemudahan Kaum Millennial Dalam Memperoleh Ikan Air Laut dan Air Tawar

Mayoritas responden sejumlah 86% dalam penelitian ini menjawab bahwa ketersediaan ikan air tawar lebih melimpah dibandingkan dengan ketersediaan air laut dengan persentase 14% (Gambar 6), sehingga konsumen lebih mudah untuk mendapatkan dan menemukan ikan air tawar dipasaran jika dibandingkan dengan ikan air laut. Keterbatasan jumlah ikan air laut, seharusnya menjadi perhatian pemerintah setempat untuk memenuhi keterbatasan tersebut.

Melalui Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia Nomor 17/PERMEN-KP/2020 Tentang Rencana Strategis Kementerian Kelautan dan Perikanan Tahun 2020-2024, menyatakan bahwa sasaran strategis pemenuhan konsumsi ikan per kilogram perkapita pada tahun 2020 ditargetkan sebesar 56,39 kilogram, dan pada tahun 2021 sebesar 58,08 kilogram. Tentunya dengan target tersebut dibutuhkan upaya peningkatan pasokan ikan ke masyarakat agar terpenuhi jumlah kecukupannya terutama pada daerah yang tidak memiliki wilayah tangkap (*landlock*) seperti laut (Wibowo *et al.* 2021). Oleh sebab itu banyak responden atau millennial lebih menyukai ikan air tawar yang mudah didapatkan dan lebih terjangkau.

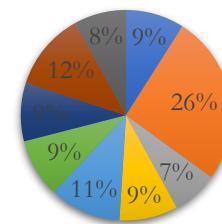


■ Ikan Air Laut ■ Ikan Air Tawar

Gambar 6. Persentase kemudahan konsumen dalam mendapatkan ikan air tawar dan ikan air laut

Jenis Ikan Air Laut dan Ikan Air Tawar Yang Banyak Diminati Kaum Millennial

Jenis ikan yang banyak diminati millennial di Kecamatan Kotabumi Selatan yaitu ikan nila (*Oreochromis niloticus*) dengan persentase 26% (Gambar 7). Ketersediaan ikan nila yang melimpah dipasaran menjadi salah satu sebab banyaknya kaum millennial menyukai ikan nila karena mudah untuk didapatkan dan diolah. Melimpahnya ikan nila yang berasal dari Danau Ranau ternyata mampu terserap pasar hingga antar kabupaten. Lampung Utara merupakan salah satu kabupaten yang menjadi daerah tujuan ekspansi pemasarannya. Sehingga dalam hal ini masyarakat Lampung Utara memiliki pilihan variatif dalam menentukan ikan yang dapat dikonsumsi (Wibowo *et al.* 2021).



■ Lele ■ Nila ■ Tongkol
 ■ Gurame ■ Kembang ■ Patin
 ■ Kurisi ■ Layang ■ Mas

Gambar 7. Jenis Ikan Air Laut dan Tawar

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 57% responden adalah perempuan, dengan dominasi umur 21-25 tahun dan berstatus

sebagai mahasiswa. Frekuensi pembelian ikan paling banyak sejumlah lima kali dalam sebulan dan lebih menyukai ikan air tawar dengan persentase 69%, dengan pertimbangan ikan air tawar yang tersedia di pasaran kondisinya lebih segar, mudah didapatkan dan tidak berbau terlalu amis. Ikan air tawar yang lebih diminati adalah ikan nila (*Oreochromis niloticus*) dengan persentase 26%, dan jenis ikan air laut yang lebih banyak dibeli adalah ikan layang (*Elagatis bipinnulata*) sejumlah 12%.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi A. 2009. Psikologi Umum. Jakarta. Rineka Cipta
- Azkie B, Suyatno, Kartini A. 2020. Faktor yang mempengaruhi konsumsi ikan pada balita di wilayah pesisir dan perbukitan Kota Semarang. *Jurnal Kesehatan Masyarakat (e-Journal)*, 8(3): 365-372.
- Badan Pusat Statistik (BPS). 2022. Proyeksi Penduduk Indonesia Umur Tertentu dan Umur Satu Tahunan 2010-2025. Diakses pada 4 Juni 2022. Jakarta. Badan Pusat Statistik. <https://bps.go.id>.
- Djunaidah SI. 2017. Tingkat konsumsi ikan di Indonesia: ironi di negeri bahari. *Jurnal Penyuluhan Perikanan dan Kelautan*, 11(1):2-24.
- Elpawati, Budiyanoto T, Zulmanery. 2014. Analisis efisiensi saluran pemasaran ikan bandeng Desa Tambak Sari, Kecamatan Tirtajaya, Kabupaten Karawang. *Jurnal Agribisnis*, 8(1): 83-110. DOI: <https://doi.org/10.15408/aj.v8i1.5131>
- Farahita, Yuliana, Junianto, Kurniawati N. 2012. Karakteristik kimia caviar nilam dalam perendaman campuran larutan asam asetat dengan larutan garam selama penyimpanan suhu dingin (5-100°C). *Jurnal Perikanan dan Kelautan*: 3(4): 165-170.
- Gibney MJ. 2009. *Public Health Nutrition*. Jakarta. EGC.
- Handayani IAP, dan Murniati DE. 2020. Pembuatan *mackerel cheese tart* dengan substitusi ikan tenggiri untuk era *millenials*. *Proceedings Pendidikan Teknik Boga Busana*. 15(1).
- Hasanah F, Lestari N, Adiningsih Y. 2017. Pengendalian senyawa trimetilamin (TMA) dan amonia dalam pembuatan margarin dari minyak patin. *Warta Industri Hasil Pertanian*, 34(2): 72-80. DOI: <http://dx.doi.org/10.32765/warta%20ihp.v34i2.3566>
- Karuniawati T, Satria A, Yuliaty LN. 2017. Analisis pembelian ikan segar dan ikan olahan pada ibu bekerja dan ibu tidak bekerja. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 10(1): 59-70. DOI: <http://dx.doi.org/10.24156/jikk.2017.10.1.59>
- Kusharyanti I. 2007. Analisis kesadaran masyarakat terhadap program promosi gemar ikan, Tesis (Tidak dipublikasikan) Universitas Indonesia, Jakarta.
- Lebiedzinska A, Kostrzewa A, Ryskiewicz J, Zbikowski R, dan Szefer P. 2006. Preferences, consumption and choice factors of fish and seafood among university students. *Polish Journal of Food and Nutrition Sciences*, 15(56): 91-96.
- Naldo dan Satria HW. 2018. Studi observasi terhadap penggunaan aplikasi LINE oleh generasi millennial. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 1(1): 32-40. DOI: <https://doi.org/10.7454/jsht.v1i1.33>
- Pratisti C. 2017. Model Konsumsi ikan pada konsumen muda: studi di Yogyakarta. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*. 1(1): 1-15. DOI: <http://dx.doi.org/10.31002/rn.v1i1.556>
- Putri RA, Shaluhayah Z, Kusumawati A. 2020. Faktor-faktor yang berhubungan dengan perilaku makan sehat pada remaja SMA di Kota Semarang. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 8(4): 564-573. DOI: <https://doi.org/10.14710/jkm.v8i4.27088>

- Rahmadi A. 2021. Faktor determinan penyediaan ikan di rumah tangga di kota bandar lampung tahun 2019 *Jurnal Pangan Kesehatan dan Gizi (JAKAGI)*, 1(2): 86-100.
- Sengkey CJ, Kindangen P, Pondaag JJ. 2020. Analisis saluran distribusi dalam rantai pasok ikan mentah segar pada organisasi “kembang laut” di Pulau Nain Minahasa Utara. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(3): 240-251. DOI: <https://doi.org/10.35794/emba.v8i3.29876>
- Septiara I, Maulina I, dan Buwono ID. 2012. Analisis pemasaran ikan mas koki (*Carassius auratus*) di kelompok pembudidaya ikan kalapa ciung Kecamatan Cimalaka Kabupaten Sumedang. *Jurnal Perikanan dan Kelautan*, 3(3): 69-73.
- Statistik Kementerian Kelautan Perikanan. 2022. Angka Konsumsi Ikan (AKI). Diakses pada 3 Juni 2022. <https://statistik.kkp.go.id>.
- Sumarwan U. 2011. Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Umar, Husein. 2003. *Metode Penelitian: Aplikasi Dalam Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- WHO. 2003. Diet, Nutrition, and The Prevention of Chronic Disease. *Technical Report Series* 916. Geneva.
- Wibowo TA, Untari DS, Anwar R, dan Novita. 2021. Pengenalan dan pemanfaatan ikan tembakul (*Boleophthalmus pectinirostris*) sebagai bahan baku pembuatan nugget dalam upaya pemenuhan gizi masyarakat pesisir di masa pandemi covid-19. *Jurnal Fishtech*, 10(2): 133-141. DOI: <https://doi.org/10.36706/fishtech.v10i2.15186>
- Wibowo TA, Untari DS, dan Anwar R. 2021. Tingkat penerimaan masyarakat terhadap ikan nila (*Oreochromis niloticus*) segar dengan habitat yang berbeda. *Samakia: Jurnal Ilmu Perikanan*, 12(1): 72-79. DOI: <https://doi.org/10.35316/jsapi.v12i1.1124>