

**STUDI PERILAKU KONSUMEN TERHADAP MENU IKAN GABUS
(*Channa striata*) DI WISATA KULINER KAMPUNG NASI KUNING
KOTA SAMARINDA**

***The Study of Consumer Behavior Towards Snakehead Menu (*Channa striata*)
in Culinary Tour Kampung Nasi Kuning in the City of Samarinda***

Putri Mekar Sari¹⁾, Said Abdusysyhid²⁾ dan Gusti Haqiqiansyah²⁾

¹⁾Mahasiswa Jurusan Sosial Ekonomi Perikanan

²⁾Dosen Jurusan Sosial Ekonomi Perikanan

Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Mulawarman

email: putrimekars@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to know the consumer characteristics in buying indonesian yellow rice with the menu of snakehead fish, to know the relation between buying decision with price perception, location perception, and taste perception, and to identify level of consumer satisfaction reviewed from aspect of product, price, location, and also service. This research is conducted on (November 2015 - June 2016) by using sampling methods that is Accidental sampling.

The result of the research shows that consumers characteristic that buy indonesian yellow rice with the menu of snakehead fish in the Culinary Tour Area Kampung Nasi Kuning Kota Samarinda is dominated by female consumer (50,91%), age 21 – 30 (34,55%), high school educated SLTA (45,45%), working as employee (45,45%), income Rp 2.000.001 - Rp 4.000.000 (65,45%) and consumer with the tribe of Banjar stands 25 people (45,45%).

Consumer perception concerning the price, location, and taste toward the buying decision is categorized as an average consideration. The result of the analysis of correlation coefficients Rank spearman that means there is a relation between buying decision toward price perception, location perception, and taste perception in indonesian yellow rice in the Culinary Tour Area Kampung Nasi Kuning Kota Samarinda.

The satisfaction index of consumer the product is categorized as high satisfaction around 76,4%, price is categorized as high satisfaction around 68,8%, location is categorized as average satisfaction around 66% and service is categorized as average satisfaction around 67%.

Keyword : Consumer characteristics, buying decision, consumer satisfaction

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kalimantan Timur dengan luas perairan sekitar 14.774.121 ha merupakan potensi alam yang sangat dikembangkan untuk usaha perikanan. Luas perairan tersebut terdiri dari perairan laut 12 juta ha, dengan perairan umum luas 2.744.121 ha (Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Kalimantan Timur, 2015). Kota Samarinda merupakan Ibukota Provinsi Kalimantan Timur yang berbatasan langsung dengan Kabupaten Kutai Kartanegara. Aktivitas perikanan di Kota Samarinda meliputi usaha pengolahan ikan, perikanan tangkap, dan budidaya perikanan.

Ikan memiliki nilai kandungan gizi tinggi yang terdapat dalam daging ikan dibandingkan hewan darat lainnya. Kandungan protein dalam daging ikan merupakan yang terbesar setelah unsur air, karena itulah ikan merupakan sumber protein hewani yang sangat potensial. Ikan gabus (*Channa striata*) banyak ditemui di berbagai wilayah untuk diolah dengan berbagai macam masakan. Salah satunya adalah sebagai pelengkap menu dari nasi kuning.

Wisata Kuliner Kampung Nasi Kuning terletak di wilayah Kota Samarinda yang merupakan Ibu Kota Kalimantan Timur. Di Kampung Nasi Kuning ini selain menu yang khas dari ikan gabus atau haruan, menu nasi kuningnya sangat beragam sehingga nasi kuning di tempat ini tidak membosankan. Selain di kawasan Wisata Kuliner Kampung Nasi Kuning, di Kota Samarinda sangat banyak ditemui penjual nasi kuning. Berbagai tantangan dan persaingan pasar akan mewarnai perkembangan suatu usaha. Dalam menjalankan bisnis, adanya persaingan pasar bukanlah hal yang baru. Konsumen merupakan faktor yang sangat penting sebagai penentu pendapatan usaha, maka pengusaha harus berusaha untuk memaksimalkan pelayanan terhadap pelanggan. Pengusaha yang bertujuan memberikan kepuasan tertinggi bagi konsumen akan berusaha menetapkan suatu strategi pemasaran yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

METODE PENELITIAN

Data yang diperlukan dalam penelitian meliputi data primer dan sekunder. Data Primer merupakan data yang diperoleh langsung melalui wawancara langsung dengan responden berpedoman pada daftar pertanyaan (kuisisioner). Selain itu dilakukan pula pengamatan (observasi) pada kejadian-kejadian yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Data sekunder merupakan data yang diperlukan sebagai data penunjang yang diperoleh dari pihak atau lembaga-lembaga yang terkait dengan kegiatan. Data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan, laporan dinas dan instansi yang berkaitan dengan penelitian.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pengambilan sampel secara sengaja (*purposive sampling*). Sampel responden yang diambil

berjumlah 55 orang. Sampel yang dimaksud yaitu konsumen yang membeli nasi kuning dengan menu ikan gabus (*Channa striata*) baik yang makan di tempat maupun yang beli dibungkus akan dijadikan responden.

Analisis data untuk menjawab permasalahan dan tujuan yang telah dirumuskan, dilakukan dengan analisis, yaitu:

- (1) Deskriptif Kualitatif Karakteristik Responden ini menunjukkan uraian hasil atau jawaban dari kuesioner yang telah dibagikan kepada responden dan membuat tabel deskriptif. Karakteristik-karakteristik responden yang akan diteliti yaitu berdasarkan jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, pekerjaan, pendapatan, dan suku.
- (2) Uji Statistika Korelasi Untuk menghitung hubungan diantara variabel-variabel yang diteliti digunakan analisis korelasi Rank Spearman (Sugiyono, 2003), adapun rumus yang digunakan dalam koefisien korelasi *Rank Spearman* adalah :

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum b_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

Dimana:

ρ : Koefisien Korelasi *Rank Spearman*

b : Perbedaan skor dari variabel

n : Jumlah sampel yang diambil

- (3) Indeks Kepuasan Konsumen adalah data dan informasi tentang tingkat kepuasan pelanggan yang diperoleh dari hasil pengukuran kualitatif dan kuantitatif atas pendapat pelanggan dalam memperoleh pelayanan publik dengan membandingkan antara harapan dan kenyataan. Menurut Supranto (2006) Indeks Kepuasan Konsumen menggunakan rumus :

$$IKK = \frac{(F1 \times S1) + (F2 \times S2) + (F3 \times S3) + (F4 \times S4) + (F5 \times S5)}{\sum F \times 5} \times$$

Dimana:

IKK = Indeks Kepuasan Konsumen

- F1 = Jumlah responden yang menjawab sangat tidak puas
- F2 = Jumlah responden yang menjawab tidak puas
- F3 = Jumlah responden yang menjawab puas
- F4 = Jumlah responden yang menjawab puas
- F5 = Jumlah responden yang menjawab sangat puas
- ΣF = Jumlah total responden
- S1-5 = skor dari kepuasan konsumen (1 = sangat tidak puas, 2 = tidak puas, 3 = cukup, 4 = puas, 5 = sangat puas)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keadaan Umum Wilayah Penelitian

Kelurahan Pelita merupakan wilayah administrasi dari Kecamatan Samarinda Ilir, terdiri dari 46 RT (Rukun Tetangga). Kelurahan Pelita memiliki luas wilayah 8,92 km². Kelurahan Pelita merupakan hasil pemekaran Kelurahan Sungai Pinang Dalam. Secara geografis Kelurahan Pelita memiliki batas-batas wilayah sebagai berikut (Monografi Kelurahan, 2014):

- Sebelah Utara : Kelurahan Bandara
- Sebelah Timur : Kelurahan Sungai Pinang Dalam
- Sebelah Selatan : Kelurahan Sidomulyo
- Sebelah Barat : Kelurahan Sungai Karang Mumus

Kelurahan Pelita merupakan wilayah administrasi dari Kecamatan Samarinda Ilir, terdiri dari 46 RT (Rukun Tetangga). Kelurahan Pelita memiliki luas wilayah 8,92 km². Kelurahan Pelita memiliki jumlah penduduk sebesar 20.310 jiwa dengan jumlah kepala keluarga 5.988 KK. Terdiri dari laki-laki berjumlah 10.067 jiwa dan perempuan berjumlah 10.243 jiwa. (Monografi Kelurahan, 2014).

Karakteristik Konsumen

Karakteristik konsumen yang membeli nasi kuning dengan menu ikan gabus di Wisata Kuliner Kampung Nasi Kuning Kota Samarinda didominasi konsumen yang berjenis kelamin

perempuan sebanyak 28 orang (50,91%), usia 21 - 30 tahun sebanyak 19 orang (34,55%), pendidikan SLTA sebanyak 25 orang (45,45%), bekerja sebagai karyawan sebanyak 25 orang (45,45%), pendapatan Rp 2.000.001 - Rp 4.000.000 sebanyak 36 orang (65,45%) dan konsumen yang bersuku banjar 25 orang (45,45%).

Hubungan Persepsi Konsumen Mengenai Harga, Lokasi dan Citarasa Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian

Persepsi konsumen mengenai harga, lokasi dan citarasa konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen di Wisata Kuliner Kampung Nasi Kuning skor yang diperoleh dari tanggapan konsumen mengenai persepsi harga 183,67 , persepsi lokasi 163 dan persepsi citarasa 176

Tabel 1. Distribusi Kelas Interval Persepsi Konsumen mengenai harga, lokasi dan citarasa terhadap Keputusan Pembelian di Wisata Kuliner Kampung Nasi Kuning

No.	Distribusi Skor	Kriteria
1.	Sangat tidak dipertimbangkan	55-99
2.	Kurang dipertimbangkan	100-143
3.	Cukup dipertimbangkan	144-187
4.	Dipertimbangkan	188-231
5.	Sangat dipertimbangkan	232-275

Sumber : Data primer diolah, tahun 2016

Berdasarkan Tabel 1 diatas dapat diketahui rata-rata dari ketiga skor persepsi masuk kategori cukup dipertimbangkan, maka dapat disimpulkan bahwa persepsi konsumen mengenai harga, lokasi dan citarasa terhadap keputusan pembelian konsumen yaitu cukup dipertimbangkan. Adapun hasil analisis Koefisien korelasi *Rank Spearman* dengan menggunakan program *IBM SPSS statistics version 21* dapat dilihat pada Tabel 2 sebagai berikut.

Tabel 2. Koefisien Korelasi *Rank Spearman* antara Persepsi Konsumen Mengenai Harga, Lokasi dan Citarasa terhadap Keputusan Pembelian

Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	Persepsi Harga	Persepsi Lokasi	Persepsi Citarasa
Koefisien Korelasi	0,348**	0,454**	0,431**
Nilai Signifikan	0,009	0,001	0,001
N	55	55	55

Sumber: Data Primer diolah (2016) menggunakan Program *SPSS version 21*

Ket : * = Nyata
 ** = Sangat nyata

Berdasarkan Tabel 2 diatas hasil analisis koefisien korelasi *Rank Spearman* menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat nyata dan positif antara persepsi harga 0,348**, persepsi lokasi 0,454**, dan persepsi citarasa 0,431**. Nilai signifikan dari ketiga persepsi konsumen persepsi harga (0,009), persepsi lokasi (0,001), dan persepsi citarasa (0,001) < 0,05 berarti terdapat hubungan antara keputusan pembelian konsumen terhadap harga, lokasi dan citarasa dalam membeli nasi kuning dengan menu ikan gabus di Wisata Kuliner Kampung Nasi Kuning Kota Samarinda.

Analisis Indeks Kepuasan Konsumen

Data mengenai analisis Indeks Kepuasan Konsumen diperoleh dari hasil wawancara bersama konsumen mengenai kepuasan konsumen di Wisata Kuliner Kampung Nasi Kuning dilihat dari aspek produk, harga, tempat dan pelayanan.

1. Produk (*product*)

Produk menggunakan lima item kuesioner untuk mengukur kualitas produk. Hasil tanggapan responden terhadap produk disajikan pada tabel berikut.

Tabel 3. Indeks Kepuasan Konsumen dari Aspek Produk

No.	Produk	Skala Likert					IKK	Kriteria
		1	2	3	4	5		
1.	Citarasa nasi kuning dengan menu ikan gabus	0	0	9	38	8	79%	Puas
2.	Ukuran pada setiap porsi	1	1	18	27	8	74%	Puas
3.	Higienitas penyajian	0	4	12	29	10	76%	Puas
4.	Tampilan fisik makanan	1	5	11	26	12	75%	Puas
5.	Citarasa dan ketersediaan produk pelengkap	0	4	5	37	9	78%	Puas
Rata-rata							76.4%	Puas

Sumber: Data Primer yang diolah, tahun 2016

Hasil analisis Tabel 3 dapat diketahui bahwa rata-rata tanggapan responden terhadap produk nasi kuning adalah puas dengan nilai Indeks Kepuasan Konsumen sebesar 76,4 persen. Artinya konsumen mendapatkan kualitas produk yang baik dari nasi kuning dengan menu ikan gabus di Wisata Kuliner Kampung Nasi Kuning Kota Samarinda.

2. Harga (*price*)

Harga menggunakan lima item kuesioner untuk mengukur persepsi responden terhadap harga jual nasi kuning. Hasil tanggapan responden disajikan pada Tabel berikut.

Tabel 4. Indeks Kepuasan Konsumen dari Aspek Harga

No.	Harga	Skala Likert					IKK	Kriteria
		1	2	3	4	5		
1.	Harga jual nasi kuning dengan menu ikan gabus terjangkau	0	2	28	24	1	68%	Puas
2.	Harga sesuai dengan porsi yang diperoleh	1	5	18	28	3	69%	Puas
3.	Harga sesuai dengan citarasa	0	6	12	34	3	72%	Puas
4.	Harga sesuai dengan produk pelengkap yang diperoleh	0	3	24	23	5	71%	Puas
5.	Harga sesuai dengan daya saing	4	10	19	17	5	63%	Cukup puas
Rata-rata							68.8%	Puas

Sumber : Data Primer yang diolah, tahun 2016

Hasil analisis Tabel 4 dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap harga jual nasi kuning adalah puas dengan skor sebesar 68,8 persen artinya harga yang ditetapkan nasi kuning dengan menu ikan gabus sesuai dengan kantong konsumen.

3. Tempat (*place*)

Lokasi yang baik menjamin tersedianya akses yang cepat dan menarik konsumen dalam jumlah yang besar dan cukup kuat mengubah pola pembelian. Tempat menggunakan lima item untuk mengukur persepsi responden terhadap tempat nasi kuning di Wisata Kuliner Kampung Nasi Kuning Kota Samarinda. Hasil tanggapan responden terhadap tempat disajikan pada tabel berikut.

Tabel 5. Indeks Kepuasan Konsumen dari Aspek Tempat

No.	Tempat	Skala Likert					IKK	Kriteria
		1	2	3	4	5		
1.	Lokasi penjual nasi kuning yang strategis	2	8	20	23	3	67%	Cukup puas
2.	Kebersihan tempat	2	11	16	21	6	67%	Cukup puas
3.	Kenyamanan tempat	3	11	14	23	5	66%	Cukup puas
4.	Tampilan fisik tempat	2	10	17	24	3	66%	Cukup puas

5.	Kelengkapan sarana dan fasilitas	3	13	15	16	8	64%	Cukup puas
Rata-rata								Cukup puas

Sumber : Data Primer yang diolah, tahun 2016

Hasil analisis Tabel 5 diketahui bahwa rata-rata tanggapan responden terhadap tempat nasi kuning adalah cukup puas dengan skor sebesar 66 persen artinya rata-rata responden memberikan penilaian masih belum puas terhadap lokasi di Wisata Kuliner Kampung Nasi Kuning Kota Samarinda yang berada di Jalan Lambung Mangkurat.

4. Pelayanan (*service*)

Pelayanan menggunakan 5 item kuesioner untuk mengukur pelayanan di Wisata Kuliner Kampung Nasi Kuning Kota Samarinda. Hasil tanggapan responden terhadap variabel pelayanan disajikan pada tabel berikut.

Tabel 6. Indeks Kepuasan Konsumen dari Aspek Pelayanan

No.	Pelayanan	Skala Likert					IKK	Kriteria
		1	2	3	4	5		
1.	Kecepatan dalam menyajikan nasi kuning dengan menu ikan gabus yang dipesan	0	8	19	22	6	69%	Puas
2.	Kesigapan karyawan/penjual dalam memberikan pelayanan dan menangani konsumen	1	11	12	29	2	67%	Cukup puas
3.	Pengetahuan karyawan/penjual terhadap nasi kuning yang dijual	0	4	26	22	3	68%	Puas
4.	Penampilan fisik karyawan	4	3	27	17	4	65%	Cukup puas
5.	Keramahan karyawan dalam melayani konsumen	1	8	20	23	3	66%	Cukup puas
Rata-rata							67%	Cukup puas

Sumber : Data Primer yang diolah, tahun 2016

Hasil analisis Tabel 6 diketahui bahwa rata-rata tanggapan responden terhadap pelayanan di Wisata Kuliner Kampung Nasi Kuning Kota Samarinda adalah cukup puas dengan skor sebesar 67 persen artinya rata-rata responden merasa cukup puas dengan pelayanan di Kuliner Kampung Nasi Kuning Kota Samarinda.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian studi perilaku konsumen terhadap menu ikan gabus yang dilakukan di Wisata Kuliner Kampung Nasi Kuning Kota Samarinda, dapat disimpulkan bahwa:

1. Karakteristik Konsumen yang membeli nasi kuning dengan menu ikan gabus di Wisata Kuliner Kampung Nasi Kuning Kota Samarinda didominasi konsumen berjenis kelamin perempuan, berusia 21 sampai 30 tahun, pendidikan SLTA, bekerja sebagai karyawan swasta, dan pendapatan Rp 2.000.001- Rp 4.000.000 dan memiliki Suku Banjar.
2. Persepsi konsumen mengenai harga, lokasi dan citarasa konsumen yang membeli nasi kuning dengan menu ikan gabus terhadap keputusan pembelian masuk pada kategori cukup dipertimbangkan dalam keputusan pembelian konsumen. Hasil analisis koefisien korelasi *Rank Spearman* menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat nyata dan positif berarti terdapat hubungan antara keputusan pembelian konsumen terhadap persepsi harga, persepsi lokasi dan persepsi citarasa dalam membeli nasi kuning di Wisata Kuliner Kampung Nasi Kuning Kota Samarinda.
3. Indeks kepuasan konsumen di Wisata Kuliner Kampung Nasi Kuning Kota Samarinda terhadap produk adalah puas, terhadap harga adalah puas terhadap tempat adalah cukup puas dan terhadap pelayanan adalah cukup puas.

DAFTAR PUSTAKA

- Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Kalimantan Timur, Dalam Angka 2015 Kaltim. Samarinda.
- Kantor Kelurahan Pelita, 2014. Monografi Kota Samarinda.
- Sugiyono, 2003. Statistik Nonparametrik untuk Penelitian. Penerbit Alfabeta. Bandung
- Supranto, J. 2006. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan. Penerbit Rineka Cipta. Jakarta.