

**KEPUTUSAN DAN KEPUASAN KONSUMEN MEMBELI IKAN CAKALANG
(*Katsuwonus pelamis*) SEGAR DI KOTA AMBON*****PURCHASE AND CONSUMER DECISION TO BUY FRESH SKIPJACK TUNA
(Katsuwonus pelamis) IN AMBON CITY*****Saiful^{1*}, Eygner Gerald Talakua¹**¹ Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Pattimura, Ambon*Corresponding author saiful@fpik.unpatti.ac.id

Diterima: 1 Maret 2020; Disetujui: 4 Mei 2020

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan faktor harga dan kualitas produk dengan keputusan konsumen membeli ikan cakalang segar di Kota Ambon, dan menganalisis kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi ikan cakalang segar di Kota Ambon. Penelitian ini dilakukan selama 4 bulan, dari bulan Mei hingga Juli 2019 bertempat di Kota Ambon Provinsi Maluku. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian deskriptif. Pengambilan data dilakukan dengan melakukan observasi dan wawancara secara terarah (*guided interview*) di lokasi penelitian. Hasil analisis faktor yang berhubungan dengan keputusan konsumen mengkonsumsi ikan cakalang segar di Kota Ambon menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga ikan dan kualitas ikan berhubungan dengan keputusan konsumen dalam mengkonsumsi ikan cakalang segar di Kota Ambon. Artinya pedagang ikan cakalang segar pada 4 pasar (Pasar Arumbai, Pasar Benteng, Pasar Passo, dan Pasar Rumah Tiga) di Kota Ambon perlu memperhatikan faktor harga dan kualitas ikan guna pengembangan usahanya. Hasil analisis CSI menunjukkan nilai CSI sebesar 0.84. Nilai ini masuk pada rentang 0.81 hingga 1.00 yang berarti secara simultan konsumen "sangat puas" mengkonsumsi ikan cakalang segar di Kota Ambon, persentase kepuasan konsumen mencapai 84.48%. Berdasarkan analisis IPA yang sebelumnya dilakukan, kepuasan konsumen didasari oleh faktor kesegaran ikan.

Kata Kunci: Keputusan membeli, kepuasan konsumen, ikan cakalang**ABSTRACT**

This study aims to analyze the relationship of price factor and product quality on purchase consumer decision to buy fresh skipjack fish in Ambon city and analyze consumer satisfaction to consuming fresh skipjack fish in Ambon city. This research was conducted four months, from May to July 2019. It was located in Ambon City, Maluku province, and use a descriptive method. Data were collected by conducting observation and guided interviews in the study location. The results of factor analysis related to the consumer decision to consume fresh skipjack fish in Ambon city show that partially the price and quality of fish relating to the consumer decision to consume fresh skipjack fish in Ambon city. It means that traders of fresh skipjack fish in four markets (Arumbai Market, Benteng Market, Passo Market, and Rumah Tiga Market) in Ambon city, paying attention to the price and quality factors of fish for business development. CSI analysis results show a CSI value of 0.84. This value is in the range of 0.81 to 1.00; simultaneously, the consumer is delighted in 84.48 %. Based on the IPA analysis previously carried out, consumer satisfaction is based on fish freshness factors.

Keywords: Purchase decisions, Customer satisfaction, Skipjack fish

PENDAHULUAN

Tingkat konsumsi ikan masyarakat Indonesia menurut data Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia sejak tahun 2014 hingga 2016 mengalami kenaikan. Pada tahun 2014 hanya 37.2 kg per kapita per tahun, tahun 2015 naik menjadi 41.1 kg per kapita per tahun, dan tahun 2016 naik lagi menjadi 43.9 kg per kapita per tahun. Pemerintah akan menaikkan angka konsumsi menjadi 46 kg per kapita per tahun pada tahun 2018, dan bahkan 50 kg per kapita per tahun pada tahun 2019 melalui program kampanye GEMARIKAN atau gemar memasyarakatkan makan ikan. Provinsi tertinggi dalam konsumsi ikan di Indonesia adalah Provinsi Maluku dengan tingkat konsumsi mencapai 55.13 kg per kapita per tahun. Setelah Provinsi Maluku terdapat Provinsi Kepulauan Riau 52.56 kg per kapita per tahun, Provinsi Sulawesi Tenggara 52.51 kg per kapita per tahun, Provinsi Maluku Utara 50.22 kg per kapita per tahun, dan Provinsi Kalimantan Tengah 50.1 kg per kapita per tahun (KKP RI, 2018). Artinya konsumsi ikan di Provinsi Maluku sangat tinggi karena telah melewati standar program yang dijalankan oleh Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia hingga tahun 2019.

Salah satu jenis ikan yang menjadi kegemaran masyarakat Maluku, khususnya masyarakat Kota Ambon adalah ikan cakalang (*Katsuwonus pelamis*). Menurut Litaay (2018), ikan cakalang merupakan salah satu hasil tangkapan perikanan andalan dari perairan Maluku yang potensial dan bernilai ekonomis penting dengan kandungan gizi yang sangat tinggi. Bahkan jenis ikan ini menjadi primadona, karena selain menjadi ikan konsumsi yang digemari masyarakat, juga merupakan komoditas ekspor.

Data BPS Kota Ambon (2018) menunjukkan kenaikan volume pemasaran ikan cakalang segar melalui tempat pelelangan ikan di Kota Ambon tiap tahun, yakni dari tahun 2013 sebesar 865.32 ton menjadi 1052.4 ton pada tahun 2017. Peningkatan volume pemasaran ini mengindikasikan adanya peningkatan permintaan ikan cakalang segar untuk dikonsumsi oleh masyarakat. Konsumsi masyarakat akan ikan segar (termasuk ikan cakalang segar) di Kota Ambon akhir-akhir ini diperhadapkan oleh masalah. Dikutip dari Nashrullah (2018), pakar kimia dan lingkungan Universitas Pattimura Ambon, Dr. Justinus Male mengingatkan masyarakat Maluku khususnya di Pulau Buru dan Pulau Ambon agar jangan mengonsumsi kepala maupun tulang ikan karena sudah

mengandung bahan beracun merkuri dan sianida. Selain itu dikutip juga dari Detik News (2019), ikan cakalang di Ambon telah terpapar sampah plastik. Peneliti bidang pencemaran laut dalam Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) Ambon, Corry Manulang mengemukakan bahwa dari 51 sampel ikan cakalang yang kita teliti dua ikan diantaranya telah terpapar sampah plastik. Ikan cakalang ditelusuri saluran pencernaan untuk melihat apakah ada sampah atau tidak, hasilnya kita temukan dua dari 51 ikan cakalang". Informasi ini jika dicermati oleh masyarakat dengan baik, maka akan mempengaruhi pola konsumsi masyarakat terhadap ikan cakalang di Kota Ambon.

Jika tidak dilakukan penanganan pasca panen dengan baik maka ikan cakalang segar yang kontinu dipasarkan pada empat pasar di Kota Ambon, yakni Pasar Arumbai, Pasar Benteng, Pasar Passo, dan Pasar Rumah tiga akan mengalami penurunan mutu/kualitas kesegaran. Menurut Litaay (2018) peningkatan produksi perikanan pada kenyataannya tidak serta merta diikuti oleh peningkatan ketersediaan ikan segar yang baik untuk konsumsi langsung maupun sebagai bahan baku bagi industri pengolahan ikan. Penanganan ikan setelah penangkapan belum dilakukan dengan baik dan hal ini ditunjukkan dengan masih tingginya tingkat

kerusakan ikan pascapanen atau tingkat susut panen (*postharvestlosses*) yaitu diperkirakan sekitar 27%. Umumnya penanganan ikan segar di Kota Ambon, terutama yang dilakukan oleh para nelayan belum sesuai prosedur. Penanganan yang kurang hati-hati serta kurang diterapkannya sistem rantai dingin sejak ikan ditangkap sampai ke tangan konsumen menyebabkan hasil tangkapan mengalami kemunduran mutu. Protein yang terkandung dalam ikan akan dimanfaatkan oleh mikroorganisme untuk berkembang biak dan menjadikan kualitas ikan menurun. Kualitas ikan cakalang segar yang tidak baik secara langsung diduga akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli ikan cakalang segar pada pasar-pasar di Kota Ambon.

Selain faktor kualitas, hal yang diduga mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli ikan cakalang segar pada pasar-pasar di Kota Ambon adalah faktor harga. Data BPS Kota Ambon (2018) menunjukkan adanya fluktuasi peningkatan harga ikan cakalang segar dari bulan Januari hingga Desember 2018, perbedaan harga dari bulan Januari hingga Desember sebesar 9.02%. Laporan berita terbaru yang dikutip dari Wahyu (2019), harga ikan cakalang segar yang ditawarkan pedagang di Pasar Ikan Arumbai, kawasan Pasar Mardika, Kota

Ambon, Sabtu (20/4/2019) bergerak naik. Pedagang menawarkan pada harga Rp 175.000 per ekor, dari yang biasanya hanya Rp 100.000 per ekor (terjadi kenaikan harga sebesar 75%). Tingginya harga ikan cakalang segar diduga akan memengaruhi konsumen dalam mengkonsumsi.

Permasalahan kualitas dan harga dalam mengkonsumsi ikan cakalang segar oleh masyarakat (perilaku konsumen) di Kota Ambon perlu mendapat perhatian. Menurut Sutyani (2008) dalam Putri dkk (2017) perilaku konsumen merupakan proses yang kompleks dan multidimensional karena dalam memahami perilaku konsumen banyak variabel yang berpengaruh satu sama lain dan saling berinteraksi. Untuk menyederhanakan kompleksitas pemahaman tentang perilaku konsumen dalam membeli ikan cakalang segar maka terdapat dua variabel penting yakni kepuasan dan keputusan konsumen yang menjadi fokus penelitian ini.

DATA DAN METODE

Penelitian ini dilakukan selama 4 bulan, dari bulan Mei hingga Juli 2019. Lokasi penelitian ditentukan secara *proposive* (sengaja) dengan pertimbangan bahwa pada 4 pasar di Kota Ambon yakni Pasar Arumbai, Pasar Benteng, Pasar Passo, dan Pasar Rumah tiga terdapat pedagang/penjual dan

konsumen yang kontiniu menjual dan membeli ikan cakalang segar.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif (*decriptive research*), metode yang lebih menekankan pada penentuan frekuensi terjadinya sesuatu atau sejauh mana dua variabel saling berhubungan.

Data dianalisis secara deskriptif yang meliputi karakteristik responden, faktor-faktor yang berhubungan dengan keputusan konsumen membeli ikan cakalang segar, dan kepuasan konsumen dalam membeli ikan cakalang.

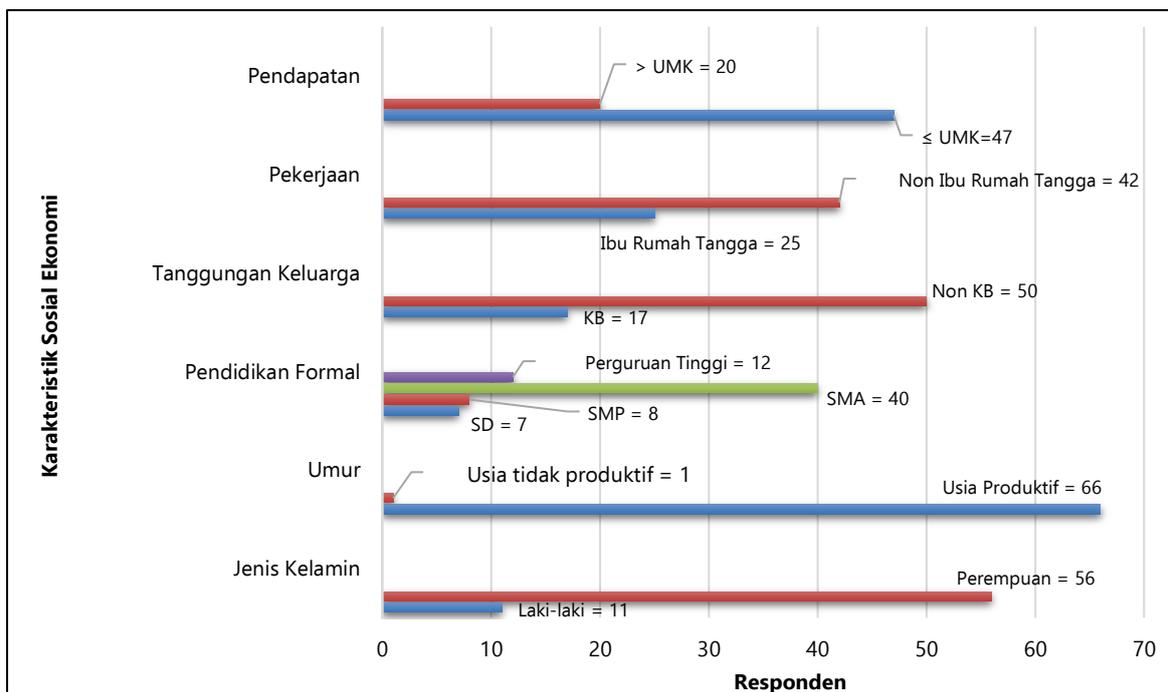
HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik sosial ekonomi konsumen yang membeli dan mengkonsumsi ikan cakalang segar pada 4 pasar di Kota Ambon ditunjukkan pada Gambar 1. Responden didominasi oleh perempuan, tergolong usia produktif (15- 64 tahun), berjenjang pendidikan sekolah menengah atas (SMA), memiliki tanggungan di atas 3 orang (keluarga besar/bukan keluarga berencana), sebagian besar responden memiliki pekerjaan, dan responden berpendapatan di bawah atau sama dengan upah minimum Kota Ambon sebesar Rp 2.385.000 pada tahun 2019. Berdasarkan karakteristik tersebut, responden dinilai

mampu memberikan keterangan dan menjawab pertanyaan atau pernyataan yang

diajukan dengan berpedoman pada kuesioner dengan baik.



Gambar 1. Karakteristik Responden

Faktor Yang Berhubungan Dengan Keputusan Konsumen

Dari jumlah responden sebanyak 67 orang dalam penelitian ini, sebagian besar atau 65.67% responden atau 44 orang berkeputusan membeli ikan cakalang segar, dan hanya 34.33% responden atau 23 orang berkeputusan tidak membeli ikan cakalang segar saat pengambilan data lapangan pada 4 pasar (Pasar Arumbai, Pasar Benteng, Pasar Passo dan Pasar Rumah Tiga) di Kota Ambon. Analisis faktor yang berhubungan dengan keputusan konsumen mengkonsumsi ikan cakalang segar di Kota Ambon dalam penelitian ini dibatasi hanya melibatkan faktor harga ikan dan kualitas ikan.

Hubungan Harga Ikan Dengan Keputusan Konsumen

Tabulasi silang hubungan antara harga dan keputusan konsumen pada Tabel 1 menunjukkan bahwa 65 responden yang berpandangan tingginya harga ikan cakalang segar, 21 responden memiliki keputusan untuk tidak membeli, namun sebanyak 44 responden yang melakukan pembelian. Sedangkan 2 responden dengan pandangan rendahnya harga ikan cakalang segar memutuskan untuk tidak membeli ikan cakalang tanpa alasan yang jelas.

Tabel 1. Hubungan Harga Dengan Keputusan Konsumen

Uraian	Keputusan Konsumen		Jumlah
	Tidak Membeli	Membeli	
Harga Tinggi	21	44	65
Harga Rendah	2	0	2
Jumlah	23	44	67

Hasil analisis hubungan harga ikan dengan keputusan konsumen menunjukkan bahwa nilai *chi square* hitung adalah 3.944. Nilai *chi square* hitung sebesar 3.944 lebih dari (>) nilai *chi square* tabel sebesar 3.841 (dilihat pada nilai tabel *chi square* dengan derajat kebebasan/dk = 1 dan tingkat kepercayaan 95%). Tingginya nilai *chi square* ini membuat keputusan untuk menolak H_0 dan menerima H_1 , artinya harga ikan berhubungan dengan keputusan konsumen dalam membeli ikan cakalang segar di Kota Ambon. Hasil yang sama dikemukakan oleh Ulfat *dkk* (2017) semakin baik harga atau kesesuaian harga dengan produk maka akan meningkatkan keputusan pembelian. Harga berperan penting dalam mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian akan suatu produk. Jika harganya rendah maka permintaan ikan yang ditawarkan meningkat. Sebaliknya, jika harga ikan tinggi maka permintaan terhadap ikan semakin rendah.

Hubungan Kualitas Ikan Terhadap Keputusan Konsumen

Tabulasi silang hubungan antara kualitas ikan dan keputusan konsumen pada Tabel 2 menunjukkan bahwa 64 responden yang berpandangan baiknya kualitas ikan cakalang segar, 20 responden memiliki keputusan untuk tidak membeli, namun sebanyak 44 responden yang melakukan pembelian. Sedangkan 3 responden dengan pandangan kualitas ikan cakalang segar tidak baik memutuskan untuk tidak membeli ikan cakalang.

Tabel 2. Hubungan Kualitas Ikan Dengan Keputusan Konsumen

Uraian	Keputusan Konsumen		Jumlah
	Tidak Membeli	Membeli	
Kualitas Ikan Tidak Baik	3	0	3
Kualitas Ikan Baik	20	44	64
Jumlah	23	44	67

Hasil analisis hubungan kualitas ikan dengan keputusan konsumen menunjukkan bahwa nilai *chi square* hitung adalah 6.008. Nilai *chi square* hitung sebesar 6.008 lebih dari (>) nilai *chi square* tabel sebesar 3.841. Tingginya nilai *chi square* ini membuat keputusan untuk menolak H_0 dan menerima H_1 , artinya kualitas ikan berhubungan dengan keputusan konsumen dalam membeli ikan cakalang segar di Kota Ambon. Terkait kualitas ikan dan keputusan membeli konsumen, hasil penelitian ini juga senada dengan Ulfat *dkk*

(2017) bahwa, semakin baik kualitas ikan yang ditawarkan kepada konsumen maka akan meningkatkan keputusan pembelian terhadap produk tersebut. Hal ini juga sesuai dengan pernyataan menurut Kotler dan Armstrong (2012) yang menyatakan bahwa semakin baik kualitas produk yang dihasilkan maka akan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil analisis faktor yang berhubungan dengan keputusan konsumen

mengonsumsi ikan cakalang segar di Kota Ambon menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga ikan dan kualitas ikan berhubungan dengan keputusan konsumen dalam mengonsumsi ikan cakalang segar di Kota Ambon. Artinya pedagang ikan cakalang segar pada 4 pasar (Pasar Arumbai, Pasar Benteng, Pasar Passo, dan Pasar Rumah Tiga) di Kota Ambon perlu memperhatikan faktor harga dan kualitas ikan konsumen dalam pengambilan keputusan guna pengembangan usahanya.

Tabel 3. Hasil Analisis Kesesuaian

No.	Atribut	Skor Kepuasan	Skor Kepentingan	Tki (%)
1	Harga	281	318	88.36
2	Perubahan harga	258	319	80.88
3	Kesegaran	310	323	95.98
4	Rasa	281	327	85.93
5	Warna	285	311	91.64
6	Daya Simpan	285	311	91.64
7	Ketersediaan	281	323	87.00
Rataan				88.78

Kepuasan Konsumen

Hasil analisis dan pembahasan tentang kepuasan konsumen dalam membeli ikan cakalang segar di Kota Ambon dijabarkan sebagai berikut:

Tingkat Kesesuaian

Tingkat kesesuaian dimaksud adalah perbandingan atribut-atribut (terdapat 7 atribut) kepuasan konsumen dan kepentingan konsumen melalui skor kepuasan dan kepentingan konsumen. Hal ini mengacu pada Yola dan Budianto (2013) bahwa tingkat

kesesuaian merupakan hasil perbandingan antara skor kinerja pelaksanaan dengan skor kepentingan, sehingga dapat digunakan untuk menentukan skala prioritas.

Tabel 3 menunjukkan bahwa perbandingan nilai rata-rata tingkat kesesuaian skor kepuasan dan kepentingan konsumen bernilai 88.78%. Rataan nilai mengartikan bahwa kepuasan konsumen terhadap perdagangan ikan cakalang segar di Kota Ambon telah memenuhi harapan, atau secara simultan (menyeluruh) perbandingan atribut-

atribut yang diukur dalam penelitian ini telah sesuai dengan harapan konsumen. Menurut Sukardi dan Cholidis (2006) dalam Anggraini (2015), jika nilai dari tingkat kesesuaian mendekati 100% dan berada di atas rata-rata maka dapat dikatakan tingkat kesesuaian sudah baik.

Untuk mengetahui secara parsial (masing-masing) atau terperinci kesesuaian atribut-atribut (tujuh atribut) dalam mengukur kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi ikan cakalang segar di Kota Ambon terlihat pada gap (kesenjangan) rataan skor kepuasan dan kepentingan pada Tabel 4 dan diagram kartesius pada Gambar 2.

Tabel 4. Rataan Skor Kepuasan dan Kepentingan

No.	Atribut	Skor Kepuasan	Skor Kepentingan	Rataan Skor Kepuasan	Rataan Skor Kepentingan	Nilai Gap
1	Harga	281	318	4.19	4.75	-0.55
2	Perubahan Harga	258	319	3.85	4.76	-0.91
3	Kesegaran	310	323	4.63	4.82	-0.19
4	Rasa	281	327	4.19	4.88	-0.69
5	Warna	285	311	4.25	4.64	-0.39
6	Daya Simpan	285	311	4.25	4.64	-0.39
7	Ketersediaan	281	323	4.19	4.82	-0.63
Rataan				4.22	4.76	-0.54

Pada Tabel 4 terlihat bahwa seluruh atribut memiliki gap antara kepuasan dan kepentingan konsumen. Gap terbesar terdapat pada atribut perubahan harga dan terendah pada atribut kesegaran. Hal mengartikan bahwa harapan dan perhatian konsumen terhadap perubahan harga, rasa, harga, dan ketersediaan ikan cukup tinggi dibandingkan dengan kesegaran ikan, warna, dan daya simpan ikan.

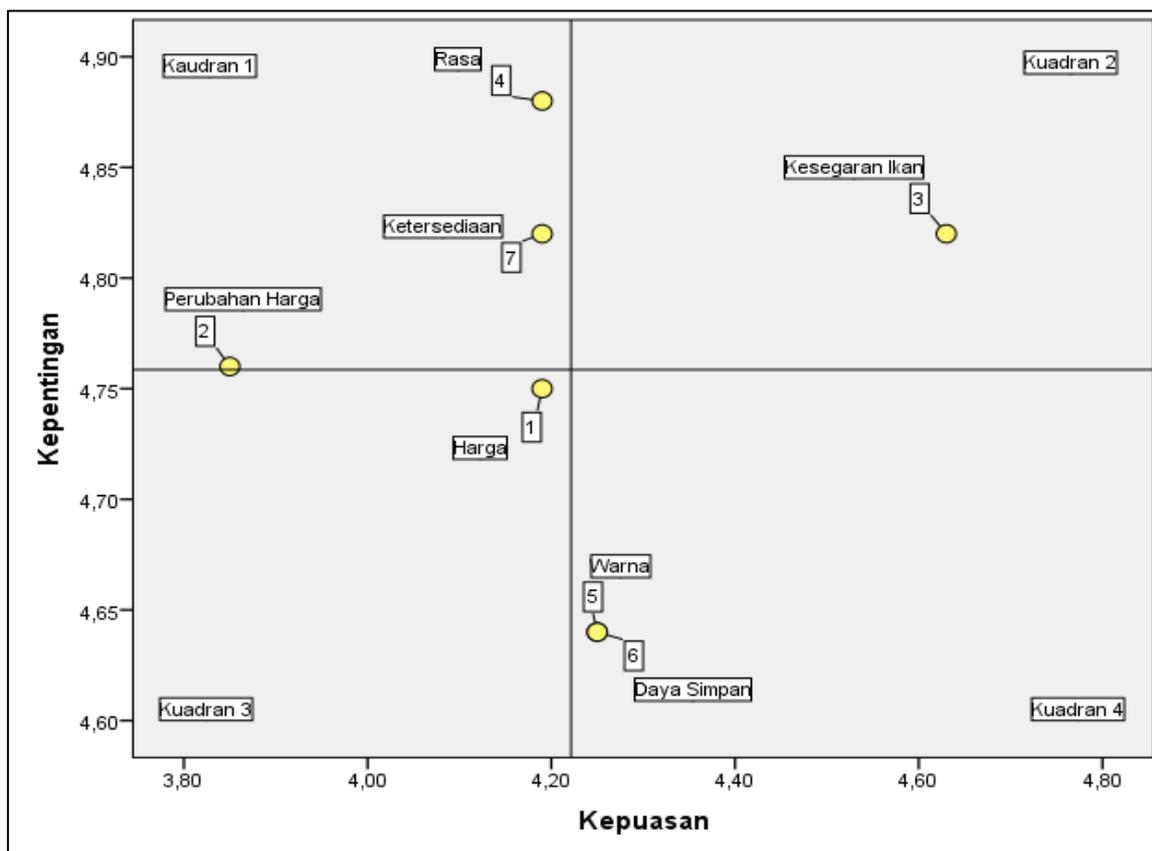
Nilai rataan skor kepuasan dan kepentingan konsumen (seluruh atribut) terhadap konsumsi ikan cakalang segar di Kota Ambon pada Tabel 5 kemudian

dimasukan dalam diagram kartesius (Gambar 2) dan menunjukkan bahwa:

- a. Atribut rasa, ketersediaan, dan perubahan harga ikan masuk dalam kuadran 1, berarti atribut-atribut ini dianggap penting oleh konsumen, tetapi pada kenyataannya atribut-atribut ini belum sesuai dengan harapan konsumen, sehingga perbaikan terhadap rasa, ketersediaan, dan perubahan harga ikan harus harus ditingkatkan. Perbaikan rasa dan ketersediaan ikan dapat dilakukan oleh pedagang dengan memperbaiki kualitas penanganan ikan pasca penangkapan oleh nelayan, artinya pedagang dapat

memberikan masukan terhadap nelayan untuk meningkatkan kualitas penanganan ikan setelah ditangkap sehingga kualitas ikan cakalang segar tetap terjaga. Perubahan harga terkait dengan harapan konsumen terhadap penurunan harga ikan

cakalang segar di pasar di Kota Ambon yang cenderung meningkat hingga tahun 2019. Seperti telah diuraikan sebelumnya bahwa harga ikan cakalang mengalami fluktuasi peningkatan dari bulan Januari tahun 2018.



Gambar 2. Diagram Kartesius Kepuasan Mengonsumsi

b. Atribut kesegaran ikan masuk dalam kuadran 2, berarti atribut kesegaran ikan dianggap penting oleh konsumen, dan dianggap konsumen sudah sesuai. Atribut ini harus tetap dipertahankan karena menjadikan produk ikan cakalang segar unggul di mata konsumen. Penanganan ikan setelah dari nelayan oleh pedagang sudah dirasakan positif oleh konsumen,

bukti bahwa kesegaran ikan pada 4 pasar di Kota Ambon dianggap penting oleh konsumen dan penanganannya harus dipertahankan.

c. Atribut harga masuk dalam kuadran 3, berarti atribut harga yang dianggap kurang penting oleh konsumen dan pada kenyataannya kepuasan konsumen tidak terlalu istimewa. Peningkatan atribut harga

dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil. Hal ini menunjukkan bahwa atribut harga tidak perlu ditingkatkan malah sebaliknya konsumen menginginkan adanya penurunan harga ikan cakalang segar di Kota Ambon.

- d. Atribut warna dan daya simpan ikan masuk dalam kuadran 4, atribut-atribut ini dianggap kurang penting oleh konsumen dan penanganannya dirasakan terlalu berlebihan. Atribut yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi agar pedagang dapat menghemat biaya. Hal ini mengartikan bahwa dalam pembelian ikan cakalang segar konsumen tidak terlalu fokus pada warna dan daya simpan ikan, sehingga penanganan ikan oleh pedagang dari segi warna dan daya simpan tidak perlu berlebihan, sebaliknya atribut atau faktor rasa, kesegaran, dan ketersediaan ikan harus menjadi faktor penting. Menurut Litaay (2018) proses kemunduran mutu ikan cakalang pada perikanan pole and line di Galala Sirimau Ambon terjadi karena faktor manusia/nelayan, metode kerja, lingkungan serta bahan dan alat. Metode penanganan dan penyimpanan

ikan cakalang secara *existing* oleh nelayan (ataupun pedagang) belum sesuai prosedur sehingga perlu dilakukan perbaikan penanganan ikan baik di atas kapal maupun di pusat pendaratan ikan untuk menjaga kesegaran dan mutu ikan; proses pendinginan ikan dengan perbandingan es dan ikan 1:1 memiliki kualitas ikan terbaik.

Kepuasan Konsumen

Hasil analisis CSI pada Tabel 5 menunjukkan nilai CSI sebesar 0.84. Nilai ini masuk pada rentang 0.81 hingga 1.00 yang berarti secara simultan konsumen "sangat puas" mengonsumsi ikan cakalang segar di Kota Ambon, jika dipersentase kepuasan konsumen mencapai 84.48%. Berdasarkan analisis IPA yang sebelumnya dilakukan, kepuasan konsumen didasari oleh faktor kesegaran ikan. Menurut Muharastri (2008) dalam Anggraini dkk (2015), bahwa kepuasan konsumen yang terlihat dari nilai CSI dapat ditingkatkan dengan melakukan perbaikan pada kinerja atribut dari hasil analisis IPA. Perbaikan atribut yang diperoleh melalui IPA diharapkan dapat meningkatkan nilai CSI hingga 100%. Untuk itu atribut/faktor yang harus ditingkatkan oleh pedagang adalah rasa, ketersediaan, dan perubahan harga ikan cakalang segar.

Tabel 5. Hasil Analisis CSI

No.	Atribut	Rataan Skor Kepuasan	Rataan Skor Kepentingan	Skor
1.	Harga	4.19	4.75	19.91
2.	Perubahan harga	3.85	4.76	18.33
3.	Kesegaran	4.63	4.82	22.31
4.	Rasa	4.19	4.88	20.47
5.	Warna	4.25	4.64	19.74
6.	Daya Simpan	4.25	4.64	19.74
7.	Ketersediaan	4.19	4.82	20.22
Jumlah			33.31	140.72
CSI				0.8448
CSI (%)				84.48

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Faktor harga ikan dan kualitas ikan secara parsial berhubungan dengan keputusan konsumen membeli ikan cakalang segar di Kota Ambon.
2. Konsumen sangat puas dalam mengkonsumsi ikan cakalang segar di Kota Ambon. Kepuasan tersebut berada pada persentase 84,48%. Untuk meningkatkan tingkat kepuasan konsumen pedagang harus memperhatikan faktor kualitas dan kuantitas yakni rasa ikan dan ketersediaan ikan, serta faktor perubahan harga ikan cakalang segar.

DAFTAR PUSTAKA

- [BPS Kota Ambon] **Badan Pusat Statistik Kota Ambon**. 2017. Kota Ambon dalam Angka Tahun 2017. Badan Pusat Statistik Kota Ambon. Ambon
- Detik News. 2019. **Ikan Cakalang di Ambon Terpapar Sampah Plastik**. <https://news.detik.com/berita/d4397069/ikancakalangdiambon>

-terpapar-sampahplastik. Diakses Tanggal 30 April 2019.

- [KKP RI] **Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia**. 2018. **Permasalahan Konsumsi dan manfaat Ikan**.

<https://kkp.go.id/artikel/2638faqpermasalahan-konsumsi-dan-manfaatikan>.
Kementerian Kelautan dan Perikanan, Jakarta.

- Kotler, P, dan G.Armstrong. 2012. **Prinsip-prinsip Pemasaran**. Edisi. 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

- Litaay, C. 2018. **Pengembangan Sistem Penanganan Ikan Cakalang Pada Perikanan Pole and Line di Galala Sirimau Ambon**. Tesis pada Sekolah Pasacasarjana Institut Pertanian Bogor. Bogor.

- Lodhita, H. 2014. **Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Metode IPA (Importance Performance Analysis) dan CSI (Customer Satisfaction Index) Studi Kasus Pada Toko Oen, Kota Ma**. Skripsi pada Jurusan Teknologi Industri Pertanian Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Brawijaya, Malang.

- Nashrullah, N. 2018. **Hati-Hati Konsumsi Ikan di Pulau Ambon, ini Sebabnya**. <https://nasional.republika.co.id/berita/nasional/daerah/18/10/27/ph9jyh320->

hati-hati-konsumsi-ikan-di-pulau-ambon-ini-sebabnya. Diakses Tanggal 30 April 2019.

Putri, A. S., Zakiah, dan Romano. 2017. **Analisis Kepuasan Dan Keputusan Konsumen Terhadap Konsumsi Ikan Laut Di Kota Banda Aceh (Studi Kasus di pasar Peunayong)**. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian Unsyiah Volume 2 Nomor 2 Mei 2017. Pp 183-194.

Santoso. (2011). **Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Bakpao Telo Dengan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA)**. Jurnal Teknologi Pertanian. 12 (1) : 9.

Sugiyono, 2017. **Statistik Untuk penelitian**. Alfabeta, Bandung.

Sujarweni, V. W. 2015. **Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi**. Pustaka Baru Press. Yogyakarta.

Ulfat, M.R., S. Yusuf, dan Nurdiana A. 2017. **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Ikan Di Pangkalan Pendaratan Ikan Kota Kendari**. Jurnal Sosial Ekonomi Perikanan FPIK UHO ISSN 2502-664X, pp 18-26.

Wahyu, M. **Harga Cakalang Segar di Ambon Tembus Rp175.000 per Ekor**. <https://www.cendananews.com/2019/04/harga-cakalang-segar-di-ambon-tembus-rp175000-per-ekor.html>. Diakses Tanggal 30 April 2019.

Yola, M dan D. Budiarto. (2013). **Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Dan Harga Produk Pada Supermarket Dengan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA)**. Jurnal Optimasi Sistem Industri. 12 (12) : 301-30.