

# ANALISIS PERILAKU KONSUMEN PADA PEMBELIAN IKAN ASIN JAMBAL ROTI DI DESA PANGANDARAN

## CONSUMER BEHAVIOR ANALYSIS ON THE PURCHASE OF SALTED JAMBAL ROTI FISH IN PANGANDARAN VILLAGE

META KRISMAHYANTI<sup>1\*</sup>, JETI RACHMAWATI<sup>2</sup>, IWAN SETIAWAN<sup>3</sup>

Fakultas Pertanian, Univeritas Galuh

\*E-mail: [metakrismay@gmail.com](mailto:metakrismay@gmail.com)

### ABSTRAK

Desa Pangandaran merupakan daerah pariwisata yang terkenal dengan pantai dan hasil lautnya. Salah satu produk khasnya adalah ikan asin jambal roti, terbuat dari ikan manyung dengan tekstur unik dan aroma khas. Banyaknya wisatawan yang membeli ikan asin jambal roti menciptakan peluang usaha bagi penduduk lokal. Namun persaingan yang ketat dan pedagang ikan asin yang belum mementingkan perilaku konsumen membuat penjualan ikan asin jambal roti kurang maksimal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik dan perilaku konsumen pada pembelian ikan asin jambal roti di Desa Pangandaran yang dilakukan di Desa Pangandaran pada bulan Juni 2024. Penelitian ini didesain secara kualitatif dengan menggunakan metode survey. Data primer dikumpulkan dari 80 orang sampel konsumen yang dipilih dengan menggunakan teknik *accidental sampling* dan diwawancara secara terstruktur dengan alat bantu kuesioner serta menggunakan rancangan analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas konsumen berdomisili di Bandung, berusia lebih dari 40 tahun, jenis kelamin perempuan, berpendidikan terakhir S1 dan bekerja sebagai PNS/Guru/ Dosen dengan penghasilan bulanan Rp.3.100.000 - Rp.5.500.000. Konsumen menunjukkan kecenderungan membeli lebih dari 1 kg, karena dilabel kuliner khas Pangandaran, harga produk masih dipandang wajar atau standar, informasi diperoleh dari teman atau keluarga (*word of mouth*), membeli langsung setelah mendapatkan informasi, membandingkan kualitas produk sebelum membeli, mengutamakan rasa, merasa puas dengan pengalaman membeli dan tetap membeli meskipun harga naik. Sarannya, jaga dan tingkatkan mutu produk, promosikan sebagai kuliner khas melalui media sosial, jaga harga jual agar tetap stabil, selalu ramah dalam pelayanan, lakukan inovasi produk terus menerus dan gunakan teknologi modern untuk pemasaran.

**Kata Kunci:** Jambal roti, Kuliner, Pangandaran, Perilaku konsumen, Wisata.

### ABSTRACT

*Pangandaran Village is famous about beaches and seafood. A signature product is jambal roti, made from manyung fish, with a unique texture and distinctive aroma. The high demand for jambal roti among tourists creates business opportunities for local residents. However, increasingly fierce competition is hypothesized to have affected consumer behavior. This study aims to analyze the characteristics and behavior of consumers of salted fish jambal roti in the east coast market of Pangandaran Village in June 2024. This study is designed qualitatively using the survey method. Primary data were collected from a sample of 80 consumers who were selected using the accidental sampling technique and interviewed in a structured manner with questionnaire. The results of the study show that the majority of consumers are domiciled in*

*Bandung, over 40 years old, female, educated last SI and work as civil servants/teachers/lecturers with a monthly income of Rp.3,100,000 - Rp.5,500,000. Consumers show a tendency to buy more than 1 kg, because it is labeled as a typical Pangandaran culinary, product prices are still considered reasonable or standard, information is obtained from friends or family (word of mouth), buy directly after getting information, compare product quality before buying, prioritize taste, feel satisfied with the buying experience and still buy even if the price rises. The advice is to maintain and improve product quality, promote it as a typical culinary through social media, keep the selling price stable, always make a good service, make continuous product innovation and use modern technology for marketing.*

**Keywords:** *Consumer behavior, Culinary, Jambal roti, Pangandaran, Tour.*

## **PENDAHULUAN**

Desa Pangandaran merupakan daerah pariwisata yang terletak di Kabupaten Pangandaran Provinsi Jawa Barat. Menurut data Badan Pusat Statistik (2024) jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata di Kabupaten Pangandaran pada tahun 2023 sebanyak 3.898.575 orang terdiri atas 3.930 wisatawan manca negara dan 3.894.645 wisatawan nusantara. Selain memiliki pantai yang indah, Desa Pangandaran juga terkenal dengan hasil lautnya. Salah satu makanan yang menjadi ciri khas di Pangandaran yaitu ikan asin jambal roti. Ikan asin jambal roti terbuat dari ikan manyung (*Arius thalassinus*) yang diasinkan. Ikan asin jambal roti memiliki tekstur yang unik seperti roti panggang yang mudah hancur setelah digoreng dan juga mempunyai aroma khas yang membuatnya disebut sebagai ikan asin jambal roti (Fauzi et al., 2022). Banyaknya wisatawan yang membeli ikan asin jambal roti di Desa Pangandaran untuk dikonsumsi

pribadi maupun dijadikan sebagai buah tangan menjadi peluang usaha yang sangat menjanjikan bagi para penduduk di Desa Pangandaran. Hal itu membuat banyak orang tertarik untuk menjual produk tersebut.

Berdasarkan wawancara dengan salah satu anggota paguyuban ikan asin jambal roti di Desa Pangandaran, ada kurang lebih 500 pedagang ikan asin yang ada di Desa Pangandaran. Banyaknya orang yang menjual ikan asin jambal roti tentunya menjadi sebuah tantangan bagi para pedagang, karena dengan adanya hal tersebut maka semakin ketat pula persaingan yang dihadapi para pedagang ikan asin jambal roti di Desa Pangandaran. Oleh karena itu, perlu adanya upaya yang harus dilakukan untuk menyasati permasalahan tersebut agar para pedagang ikan asin jambal roti di Desa Pangandaran dapat terus berkembang dan bersaing. Salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh pedagang ikan asin jambal roti yaitu dengan

memahami karakteristik, preferensi, kebutuhan, dan keinginan konsumen. Hal ini diperlukan agar pedagang dapat mengetahui pola perilaku konsumen. Namun, saat ini pedagang ikan asin jambal roti di Desa Pangandaran masih belum mementingkan perilaku konsumen dalam strategi pemasaran mereka. Menurut Rasyid et al.(2015) perilaku konsumen diartikan sebagai tindakan yang ditunjukkan oleh individu dalam proses mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan mengonsumsi produk dan jasa dengan harapan dapat memenuhi kebutuhan mereka. Menurut Kotler et al.(2021) ada dua faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, pertama yaitu karakteristik yang mempengaruhi cara pandang konsumen terhadap suatu hal yang akan dibeli meliputi faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Kedua yaitu proses keputusan pembelian itu sendiri yang mempengaruhi perilaku konsumen meliputi pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Pemahaman yang baik terhadap perilaku konsumen dapat mengoptimalkan produksi, menyesuaikan strategi pemasaran, dan meningkatkan jumlah pembelian produk. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik dan perilaku

konsumen pada pembelian ikan asin jambal roti di Desa Pangandaran dengan menggunakan rancangan analisis deskriptif.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini didesain secara kualitatif dengan menggunakan metode survei. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang hasilnya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau metode kuantifikasi lain, tetapi melalui pengumpulan data, analisis, kemudian diinterpretasikan (Anggito & Setiawan, 2018). Sedangkan metode survei digunakan untuk mengambil sampel dari suatu populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Sudaryana & Agusiady, 2022). Operasionalisasi variabel pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Perilaku konsumen adalah aktivitas konsumen yang menentukan keputusan pembelian ikan asin jambal roti di Desa Pangandaran yang dipengaruhi oleh karakteristik dan keputusan pembelian.
2. Pembelian adalah kegiatan membeli ikan asin jambal roti di Desa Pangandaran dalam satuan kilogram (kg).
3. Konsumen adalah orang yang pernah membeli atau sedang membeli ikan asin

jambal roti di toko sekitar pantai timur  
Desa Pangandaran

4. Karakteristik adalah hal yang meliputi domisili, usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan penghasilan bulanan responden.
5. Ikan asin jambal roti adalah ikan asin jambal yang dijual di toko disekitar pantai timur Desa Pangandaran dalam satuan kilogram (kg).
6. Faktor pribadi adalah faktor yang mempengaruhi pembelian ikan asin jambal roti di desa Pangandaran yang terdiri dari usia dan siklus hidup, pekerjaan, lingkungan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri
7. Pengenalan kebutuhan adalah proses adanya kebutuhan membeli ikan asin jambal roti di Desa Pangandaran
8. Pencarian informasi adalah proses mencari informasi mengenai ikan asin jambal roti di Desa Pangandaran
9. Evaluasi alternatif adalah proses mengevaluasi atau membandingkan ikan asin jambal roti yang ada di Desa Pangandaran
10. Keputusan pembelian adalah proses membeli atau menunda pembelian ikan asin jambal roti di Desa Pangandaran
11. Perilaku pasca pembelian adalah perilaku yang dihasilkan setelah

melakukan pembelian ikan asin jambal roti di Desa Pangandaran.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan data primer dan sekunder. Data primer dikumpulkan dari 80 orang sampel konsumen yang dipilih dengan menggunakan teknik *accidental sampling* dan diwawancara secara terstruktur dengan alat bantu kuesioner sebagai subjek penelitian dan sumber informasi langsung. Data sekunder dalam penelitian ini berasal dari pihak lain dan tidak langsung diperoleh dari subjek penelitiannya yaitu berupa letak geografis Desa Pangandaran, informasi sektor unggulan Desa Pangandaran, dan lain-lain, yang didapat dari sumber-sumber yang relevan dengan masalah yang diteliti. Rancangan analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis deskriptif. Analisis ini digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud menguji hipotesis maupun membuat prediksi (Sudaryana & Agusiady, 2022). Lokasi penelitian pada penelitian ini berada di Desa Pangandaran dengan pemilihan area terbatas yaitu sekitar pantai timur Desa Pangandaran. Pemilihan lokasi dipilih secara *purposive* dengan pertimbangan bahwa tempat tersebut merupakan tempat

yang sering dikunjungi oleh wisatawan serta merupakan pusat perbelanjaan ikan asin jambal di Desa Pangandaran. Populasi pada penelitian ini tidak diketahui sehingga peneliti menggunakan pendapat Roscoe bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500 (Sugiyono, 2013). Sampel yang akan digunakan pada penelitian ini berjumlah 80 orang dengan teknik penarikan sampel menggunakan metode *accidental sampling* yaitu penarikan sampel diambil berdasarkan kebetulan dan cocok untuk dijadikan responden serta berlangsung selama empat hari yaitu dari tanggal 8 Juni 2024 sampai tanggal 11 Juni 2024 yang terdiri atas dua hari akhir pekan dan dua hari pada hari kerja di area tersebut (Sudaryana & Agusiady, 2022). Pembagian waktu ini dilakukan

untuk melihat perbedaan jumlah pembeli antara akhir pekan dan hari kerja. Akhir pekan biasanya lebih ramai oleh wisatawan dibandingkan dengan hari kerja. Sehingga siapa saja yang pernah membeli dan sedang membeli ikan asin jambal roti di sekitar pantai timur Desa Pangandaran dapat dijadikan responden untuk penelitian ini.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Karakteristik Konsumen

Karakteristik pada penelitian ini meliputi domisili konsumen, usia konsumen, jenis kelamin konsumen, pendidikan konsumen, pekerjaan konsumen dan penghasilan konsumen.

#### A. Domisili

Berikut merupakan tabel yang mengelompokkan domisili konsumen ikan asin jambal roti di Desa Pangandaran:

**Tabel 1. Domisili Konsumen**

Domisili	Jumlah	Persentase
Bandung	38	47,5%
Sumedang	14	17,5%
Garut	14	17,5%
Tasik	7	8,8%
Kuningan	2	2,5%
Ciamis	3	3,8%
Purwakarta	1	1,2%
Purbalingga	1	1,2%
Jumlah	80	100%

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 1, diketahui bahwa konsumen ikan asin jambal roti terbanyak yaitu berdomisili di Bandung dengan jumlah 38 orang atau 47,5%. Hal ini karena adanya kedekatan geografis antara kedua lokasi. Jarak yang relatif dekat ini mempermudah akses transportasi, memungkinkan warga Bandung untuk melakukan perjalanan singkat baik untuk liburan akhir pekan maupun liburan panjang. Kedekatan ini tidak hanya menghemat waktu perjalanan tetapi juga mengurangi biaya, menjadikan Pangandaran tujuan wisata yang populer bagi warga Bandung. Sesuai dengan yang dinyatakan oleh Nugroho & Yusuf, (2013) bahwa jumlah kunjungan wisatawan domestik atau nusantara di Pangandaran sebagian besar berasal dari kota Jakarta, Bandung, Tasikmalaya, Ciamis, dan

Yogyakarta yang disebabkan kedekatan geografis antara daerah tersebut dengan Pangandaran sehingga menjadikan Pangandaran sebagai tempat tujuan wisata. Meskipun banyak wisatawan mancanegara yang datang ke Pangandaran, mereka cenderung tidak membeli ikan asin jambal roti karena lebih tertarik dengan wisata alam yang ada di Pangandaran, seperti pantai dan cagar alam, dibandingkan dengan produk kuliner lokal seperti ikan asin. Hal ini menunjukkan perbedaan preferensi antara wisatawan domestik dan mancanegara dalam menikmati daya tarik yang ada di Pangandaran.

#### **B. Usia Konsumen**

Berikut merupakan tabel yang mengelompokkan data mengenai usia konsumen ikan asin jambal roti di Desa Pangandaran:

**Tabel 2. Usia Konsumen**

Usia	Jumlah	Persentase
21 – 30 tahun	22	27,5%
31 – 40 tahun	21	26,2%
40 tahun keatas	37	46,2%
Jumlah	80	100%

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 2, diketahui bahwa konsumen ikan asin jambal roti terbanyak yaitu berusia 40 tahun keatas dengan jumlah 37 orang atau 46,2%. Hal ini disebabkan

karena kelompok usia 40 tahun ke atas umumnya memiliki daya beli yang lebih tinggi dibandingkan kelompok usia dibawahnya karena mereka berada pada

puncak karir atau sudah mapan secara finansial, sehingga memiliki kemampuan untuk membeli produk-produk premium seperti ikan asin jambal roti yang mungkin lebih mahal dibandingkan jenis ikan asin lainnya. Sesuai dengan yang dinyatakan oleh Garlans, (2014) Usia 40 tahun keatas merupakan masa puncak kemandirian yaitu

**Tabel 3. Jenis Kelamin Konsumen**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Perempuan	43	53,8%
Laki-laki	37	46,2%
Jumlah	80	100%

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 3, diketahui bahwa konsumen ikan asin jambal roti terbanyak yaitu berjenis kelamin perempuan. Hal ini disebabkan karena Perempuan cenderung lebih sering berbelanja dibandingkan dengan laki-laki, kemudian perempuan juga lebih sering memasak dan menyiapkan makanan sehari-hari, sesuai dengan yang dinyatakan oleh Putry et al., (2022) bahwa pada umumnya perempuan bertanggung jawab dalam penyediaan konsumsi rumah tangga. Namun, pembelian ikan asin jambal roti tidak hanya dilakukan oleh perempuan

masa menikmati hasil dari investasi yang telah ditanamkan dan masa menikmati karir atau bisnis.

### C. Jenis Kelamin Konsumen

Berikut merupakan tabel yang mengelompokkan data mengenai jenis kelamin konsumen ikan asin jambal roti di Desa Pangandaran:

saja, laki-laki juga cukup banyak membeli ikan asin jambal roti dibuktikan dengan jumlah laki laki yang membeli ikan asin jambal roti di desa Pangandaran sebanyak 37 orang atau 46,2%. Menurut responden laki-laki mereka membeli ikan asin jambal roti yaitu untuk keperluan oleh-oleh, dikonsumsi pribadi, dan titipan istri.

### D. Pendidikan Konsumen

Berikut merupakan tabel yang mengelompokkan data mengenai pendidikan konsumen ikan asin jambal roti di Desa Pangandaran:

**Tabel 4. Tingkat Pendidikan Konsumen**

Pendidikan	Jumlah	Persentase
Dasar	1	1,25%
Menengah	30	37,5%%
Atas	49	61,25%
Jumlah	80	100%

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4, diketahui bahwa konsumen ikan asin jambal roti terbanyak berpendidikan pada tingkat atas yaitu sebanyak 49 orang atau 61,5%. Hal ini disebabkan karena pada pendidikan tingkat atas konsumen lebih mengetahui informasi mengenai manfaat dan keunggulan ikan asin jambal roti sehingga konsumen yang berpendidikan atas cenderung memiliki daya beli yang lebih tinggi untuk membeli produk tersebut. Sesuai dengan yang dinyatakan oleh Kotler et al., (2021) bahwa proses pembelajaran mempengaruhi perilaku konsumen karena memungkinkan individu untuk memperoleh pengetahuan, keterampilan, dan sikap baru yang dapat memengaruhi cara pandang dan tindakan mereka terhadap produk atau layanan.

Melalui pembelajaran, konsumen mendapatkan pengetahuan tentang produk atau layanan, termasuk fitur, manfaat, dan cara penggunaannya. Pengetahuan ini kemudian memengaruhi persepsi dan keputusan pembelian konsumen. Pendidikan juga berpengaruh terhadap pendapat sesorang. Semakin tinggi pendidikan maka semakin tinggi pula pendapatannya. Sesuai dengan yang dinyatakan oleh Julianto & Utari, (2019) bahwa pendidikan yang tinggi akan memberikan pendapatan yang tinggi pula.

#### **E. Pekerjaan Konsumen**

Berikut merupakan tabel yang mengelompokkan data mengenai pekerjaan konsumen ikan asin jambal roti di Desa Pangandaran:

**Tabel 5. Pekerjaan Konsumen**

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
PNS/Guru/Dosen	34	42,5%
Perangkat Desa	1	1,2%
Pegawai Swasta	17	21,2%
Wiraswasta	14	17,5%
Ibu Rumah Tangga	14	17,5%
Jumlah	80	100%

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 5, diketahui bahwa konsumen ikan asin jambal roti terbanyak

bekerja sebagai PNS/Guru/Dosen yaitu sebanyak 34 orang atau 42,5%. Hal ini



disebabkan karena konsumen yang bekerja sebagai PNS/Guru/Dosen memiliki gaji yang stabil setiap bulannya. Stabilitas keuangan ini memberikan mereka kebebasan untuk membelanjakan penghasilan mereka pada produk-produk yang mereka anggap penting atau diinginkan, seperti ikan asin jambal roti yang merupakan kuliner khas Pangandaran. Sesuai dengan Peraturan Badan Kepegawaian Negara Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2024, bahwa gaji pokok pegawai negeri sipil setiap bulan ditentukan

sesuai golongan dan lama masa kerja setiap tahunnya. Rata-rata pembelian ikan asin jambal roti oleh konsumen dalam penelitian ini adalah sebanyak 1,7 Kg setiap satu kali pembelian dan kelompok Guru/Dosen merupakan yang paling banyak membeli dibandingkan kelompok pekerjaan lainnya.

#### F. Penghasilan Konsumen

Berikut merupakan tabel yang mengelompokkan data mengenai penghasilan konsumen ikan asin jambal roti di Desa Pangandaran:

**Tabel 6. Penghasilan Konsumen**

Penghasilan	Jumlah	Persentase
Rp 500.000 – Rp 3.000.000	20	25%
Rp 3.100.000 – Rp 5.500.000	25	31,2%
Rp 5.600.000 – Rp 8.000.000	18	22,5%
Rp 8.100.000 – Rp 10.500.000	17	21,2%
Jumlah	80	100%

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 6, diketahui bahwa konsumen ikan asin jambal roti terbanyak memiliki penghasilan sebesar Rp 3.100.000 – Rp 5.500.000 yaitu sebanyak 25 orang atau 31,2%. Hal ini karena sesuai dengan karakteristik pekerjaan konsumen ikan asin jambal roti di Desa Pangandaran sebelumnya yaitu paling banyak berprofesi sebagai PNS/Guru/Dosen. Pendapatan dengan kisaran 3 juta hingga 5,5 juta rupiah merupakan kategori umum bagi para pekerja tersebut. Sesuai dengan Peraturan Badan Kepegawaian Negara Republik

Indonesia Nomor 1 Tahun 2024, bahwa gaji pokok pegawai negeri sipil ditentukan sesuai dengan golongannya, yaitu golongan I dari 1,6 juta sampai 2,9 juta, golongan II 2,1 sampai 4,1 juta, golongan III 2,7 juta sampai 5,1 juta, dan golongan IV 3,4 juta sampai 6,3 juta. Namun, dilihat dari data yang ada, tampaknya penghasilan konsumen ikan asin jambal roti tidak terlalu berpengaruh terhadap keputusan pembelian mereka. Hal ini dibuktikan oleh perbedaan yang tidak terlalu jauh antara jumlah konsumen berpenghasilan kecil dengan

konsumen berpenghasilan besar yang membeli ikan asin jambal roti. Menurut konsumen ikan asin jambal roti, mereka membeli ikan asin jambal roti karena produk tersebut merupakan makanan khas daerah Pangandaran, sehingga ketika datang ke Pangandaran, konsumen merasa perlu membeli produk khas ini sebagai oleh-oleh atau konsumsi pribadi yang wajib ketika ke Pangandaran, mengingat kunjungan mereka yang tidak setiap hari. Kesempatan untuk membeli dan membawa pulang ikan asin jambal roti sebagai buah tangan menjadikan produk ini pilihan yang hampir pasti bagi para pengunjung, terlepas dari tingkat penghasilan mereka.

## 2. Proses Keputusan Pembelian

Selain karakteristik konsumen, perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh proses keputusan pembelian. Proses keputusan pembelian memiliki beberapa tahapan yaitu

pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, Keputusan pembelian, dan yang terakhir pasca pembelian.

### Pengenalan Kebutuhan

Pengenalan kebutuhan dapat dimulai dari mencari tahu alasan konsumen melakukan pembelian ikan asin jambal roti di Desa Pangandaran. Kebutuhan konsumen terhadap ikan asin jambal memiliki tingkat kepentingan yang berbeda untuk memenuhi kebutuhan mereka. Hal ini dapat dilihat dari berapa jumlah produk yang dibeli, alasan membeli produk, dan pendapat mereka mengenai harga ikan asin jambal roti.

#### A. Jumlah Produk

Berikut merupakan tabel yang mengelompokkan jumlah produk yang dibeli oleh konsumen ikan asin jambal roti di Desa Pangandaran:

**Tabel 7. Jumlah Produk**

Berat	Jumlah	Persentase
< 1 Kilogram	11	13,75%
1 - < 2 Kilogram	34	42,5%
2 - 3 Kilogram	31	38,75%
> 3 Kilogram	4	5%
Jumlah	80	100%

Sumber: Data diolah.

Berdasarkan tabel 7, konsumen ikan asin jambal roti paling banyak membeli produk tersebut 1 - < 2 Kilogram yaitu sebanyak 34 orang atau 42,5% dan

terbanyak kedua yaitu 2 - <3 Kilogram sebanyak 31 orang atau 38,75%. Hal tersebut disebabkan karena ikan asin jambal roti merupakan produk yang tahan lama dan

dapat disimpan dalam jangka waktu yang cukup lama, sehingga konsumen merasa nyaman untuk membeli dalam jumlah yang besar, karena mereka dapat menyimpannya tanpa khawatir produk akan cepat rusak. Sesuai dengan yang dinyatakan oleh Mulyana et al., (2023) bahwa ikan asin jambal roti dapat bertahan hingga 6 bulan di dalam *freezer*, 3 sampai 4 hari di suhu ruang jika hanya dibungkus oleh kertas, dan 1 bulan di suhu ruang jika dimasukkan kedalam wadah kedap udara. Ikan asin jambal roti juga merupakan produk ciri khas Pangandaran yang sering dijadikan oleh-oleh bagi para wisatawan sehingga ketika berkunjung ke Pangandaran, konsumen cenderung membeli dalam jumlah besar

untuk dibagikan kepada keluarga, teman, atau kerabat mereka. Selain itu, terdapat perbedaan jumlah konsumen antara akhir pekan dan hari kerja. Jumlah konsumen lebih banyak pada akhir pekan. Pada hari Sabtu, tercatat 28 orang pembeli, Minggu 32 orang, sementara pada hari Senin hanya 12 orang, dan Selasa 8 orang. Perbedaan ini menunjukkan bahwa akhir pekan merupakan waktu yang lebih ramai untuk pembelian ikan asin jambal roti, karena banyak wisatawan yang berkunjung ke Pangandaran ketika akhir pekan.

#### B. Alasan Membeli Produk

Berikut merupakan tabel yang mengelompokkan alasan konsumen membeli ikan asin jambal roti di Desa Pangandaran:

**Tabel 8. Alasan Membeli Produk**

Alasan	Jumlah	Persentase
Rasa yang khas	10	12,5%
Kesukaan keluarga	11	13,8%
Kuliner ciri khas Pangandaran	58	72,5%
Adanya promo iklan	0	0%
Lainnya	1	1,2%
Jumlah	80	100%

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 8, mayoritas membeli produk tersebut karena ikan asin jambal roti merupakan makanan ciri khas Pangandaran yaitu sebanyak 58 orang atau 72,5%. Jumlah ini tergolong banyak karena lebih dari setengah responden memilih alasan tersebut. Hal ini disebabkan karena menurut mereka selain rasanya yang khas dan enak

ikan asin jambal roti merupakan identitas Desa Pangandaran yang tidak dapat dilewatkan, sesuai dengan pernyataan Fauzi et al., (2022) bahwa Pangandaran memiliki ikon kuliner khas yang terbuat dari ikan manyung yaitu ikan asin jambal roti. Menurut responden kunjungan ke Desa Pangandaran juga tidak dilakukan setiap

hari sehingga mereka memanfaatkan kesempatan yang ada untuk membeli ikan asin jambal roti yang tidak dapat mereka beli setiap saat. Adanya stigma bahwa kurang lengkap rasanya jika tidak membeli produk ciri khas tempat yang mereka kunjungi juga menjadi salah satu alasan

mereka membeli produk tersebut untuk dijadikan oleh-oleh.

### C. Pendapat Mengenai Harga

Berikut merupakan tabel yang mengelompokan pendapat konsumen mengenai harga ikan asin jambal roti di Desa Pangandaran:

**Tabel 9. Pendapat Mengenai Harga**

Keterangan	Jumlah	Persentase
Mahal	13	16,2%
Harga standar	62	77,5%
Murah	3	3,8%
Lainnya	2	2,5%
Jumlah	80	100%

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 9, mayoritas konsumen yaitu 62 orang atau 77,5% beranggapan bahwa ikan asin jambal roti di Desa Pangandaran memiliki harga yang standar. Terdapat dua jenis ikan asin jambal roti yang dijual di Pangandaran yaitu ikan asin jambal roti asli yang dijual di toko-toko dan yang palsu yang dijual pedagang asongan. Ikan asin jambal roti yang asli menggunakan ikan manyung, memiliki tekstur yang lembut dan berongga, dan berwarna agak kekuning-kuningan dengan kisaran harga 100 hingga 120 ribu rupiah per 1 kilogram. Sementara, ikan asin jambal roti yang dijual oleh pedagang asongan biasanya tidak menggunakan ikan manyung, teksturnya keras, warnanya putih, tidak melalui proses fermentasi, dan

harganya berkisar antara 50 hingga 80 ribu rupiah per 1 kilogram. Konsumen yang dimaksud dalam penelitian ini merujuk pada ikan asin jambal roti yang dijual di toko serta memiliki tekstur yang rapuh dan berongga seperti roti panggang, bukan jambal roti yang dijual oleh pedagang asongan. Menurut mereka dengan kisaran harga 100 hingga 120 ribu per 1 kilogram masih tergolong standar dengan rasa dan kualitas yang ditawarkan. Selain itu, konsumen juga beranggapan bahwa harga tersebut sesuai dengan kesulitan dan waktu yang dibutuhkan dalam proses pembuatannya yang cukup lama, dimulai dari persiapan alat dan bahan, pembersihan ikan manyung (membuang kepala dan isi perut ikan), pencucian ikan, penggaraman

(fermentasi), pemotongan, pencucian yang kedua, pengeringan, dan yang terakhir pengemasan (Mulyana et al., 2023). Oleh karena itu, mereka merasa lebih baik membeli produk yang sudah jadi daripada harus membuatnya sendiri. Ada juga dua konsumen ikan asin jambal roti yang memilih lainnya. Mereka beranggapan bahwa ikan asin jambal roti di Desa Pangandaran harganya relatif, terkadang murah dan terkadang mahal.

### Pencarian Informasi

Pencarian informasi adalah tahap penting dalam proses pengambilan keputusan konsumen. Pada tahap ini, konsumen mengumpulkan berbagai informasi yang ada untuk menjadi

pertimbangan dalam membeli suatu produk. Mengetahui sumber informasi yang paling dipercaya dan sering digunakan oleh konsumen dapat memudahkan pedagang dalam menyampaikan pesan dan nilai produk mereka bahkan sebagai tempat promosi yang bagus. Pencarian informasi dalam penelitian ini meliputi tempat pencarian informasi dan kegiatan pasca pencarian informasi.

### A. Tempat Pencarian Informasi

Berikut merupakan tabel yang mengelompokkan tempat pencarian informasi mengenai ikan asin jambal roti di Desa Pangandaran:

**Tabel 10. Tempat Pencarian Informasi**

Keterangan	Jumlah	Persentase
Riset online atau media sosial	9	11,2%
Konsultasi dengan teman atau keluarga	47	58,8%
Mengunjungi toko fisik	24	30%
Lainnya	0	0%
Jumlah	80	100%

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 10, mayoritas konsumen yaitu 47 orang atau 58,8% mencari informasi mengenai ikan asin jambal roti dengan cara berkonsultasi dengan teman atau keluarga mereka, karena menurut mereka rekomendasi dari orang-orang terdekat sering kali lebih meyakinkan dibandingkan dengan informasi dari iklan atau media lain. Teman dan keluarga

dianggap sebagai sumber informasi langsung yang terpercaya karena mereka berpengalaman langsung dalam membeli ikan asin jambal roti, kemudian dengan berkonsultasi dengan teman dan keluarga juga konsumen dapat mendapatkan informasi yang lebih personal dan relevan. Konsumen dapat mendiskusikan secara detail mengenai rasa, kualitas, dan

pelayanan yang ada. Hal ini sesuai dengan pernyataan (Kotler et al., 2021) bahwa anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling mempengaruhi perilaku pembeli karena keluarga adalah kelompok referensi keanggotaan yang paling penting bagi kebanyakan orang.

**Tabel 11. Pasca Pencarian Informasi**

Keterangan	Jumlah	Persentase
Hanya melihat lihat	16	20%
Melakukan pembelian	60	75%
Membeli dilain waktu	4	5%
Lainnya	0	0%
Jumlah	80	100%

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 11, mayoritas konsumen ikan asin jambal roti yaitu sebanyak 60 orang atau 75% dari keseluruhan langsung membeli ikan asin jambal roti ketika sudah mendapatkan informasi mengenai produk tersebut. Hal ini dipengaruhi oleh tempat mereka mencari informasi sebelumnya yaitu berkonsultasi dengan teman atau keluarga, kepercayaan yang tinggi terhadap sumber informasi membuat konsumen merasa yakin untuk langsung melakukan pembelian tanpa perlu mencari informasi tambahan, kesempatan yang terbatas untuk datang ke Pangandaran dan membeli ikan asin jambal roti juga menjadi salah satu alasan konsumen

## **B. Pasca Pencarian Informasi**

Berikut merupakan tabel yang mengelompokkan kegiatan pasca pencarian informasi konsumen ikan asin jambal roti di Desa Pangandaran:

langsung membeli ikan asin jambal roti di Desa Pangandaran.

### **Evaluasi Alternatif**

Evaluasi alternatif merupakan tahap penting dalam proses pengambilan keputusan konsumen. Pada tahap ini, konsumen membandingkan berbagai pilihan produk atau merek yang telah mereka identifikasi selama tahap pencarian informasi. Mereka menilai masing-masing alternatif berdasarkan kriteria yang penting bagi mereka, seperti kualitas, harga, pelayanan, dan lain lain. Berikut merupakan pengelompokan tabel mengenai apa saja hal yang dijadikan bahan perbandingan oleh konsumen ikan asin jambal roti di Desa Pangandaran:

**Tabel 12. Hal yang Dibandingkan**

Keterangan	Jumlah	Persentase
Harganya murah	10	12,5%
Kualitasnya terjamin	47	58,8%
Merek toko terkenal	18	22,5%
Adanya diskon atau promosi	2	2,5%
Lainnya	3	3,8%
Jumlah	80	100%

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 12, mayoritas konsumen ikan asin jambal roti membandingkan kualitas yang terjamin ketika membeli produk tersebut, yaitu sebanyak 47 orang atau 58,8% dari keseluruhan. Hal ini disebabkan karena mayoritas konsumen yang membeli ikan asin jambal roti ingin mendapatkan kualitas produk yang sepadan dengan harga yang ditawarkan karena kualitas ikan asin jambal roti tentu berbeda beda dari setiap toko yang ada. Contohnya seperti tekstur ikan asin jambal roti yang berbeda-beda disetiap toko. Ada yang memiliki tekstur empuk, berongga, dan rapuh seperti roti, sementara yang lain tidak. Sesuai dengan yang dinyatakan oleh Mutaqin & Natari, (2021) bahwa kualitas, aroma, dan tekstur jambal

roti dipengaruhi oleh proses pengolahan yang terdiri atas tahap penggaraman, fermentasi, pengeringan, dan penyimpanan.

### **Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian adalah tahap kritis dalam proses pengambilan keputusan konsumen. Pada tahap ini, konsumen memilih satu dari berbagai alternatif yang telah dievaluasi sebelumnya. Keputusan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti, rasa, harga, pengalaman sebelumnya, rekomendasi teman atau keluarga, dan lain-lain. Berikut merupakan tabel yang mengelompokkan hal apa saja yang paling mempengaruhi keputusan pembelian konsumen ikan asin jambal roti di Desa Pangandaran:

**Tabel 13. Keputusan Pembelian**

Keterangan	Jumlah	Persentase
Rasa lebih enak	45	56,2%
Harga murah	6	7,5%
Rekomendasi teman atau keluarga	20	25%
Ingin coba-coba	5	6,2%
Lainnya	4	5%
Jumlah	80	100%

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 13, mayoritas konsumen membeli ikan asin jambal roti karena rasanya yang lebih enak, yaitu sebanyak 45 orang atau 56,2% dari keseluruhan. Hal ini sesuai dengan hal yang dibandingkan oleh responden sebelumnya yaitu membandingkan kualitas yang terjamin dan rasa yang enak adalah hasil dari kualitas yang bagus, sesuai dengan pernyataan (Mutaqin & Natari, 2021) bahwa rasa jambal roti dipengaruhi oleh kualitas jambal roti itu sendiri. Menurut responden, rasa merupakan hal yang sangat penting dalam pemilihan sebuah makanan, pengalaman rasa yang memuaskan membuat konsumen cenderung membeli kembali produk tersebut. Produk dengan harga murah dan rasa yang tidak memuaskan tidak akan menghasilkan pembelian ulang dan dapat merusak reputasi produk tersebut.

### **Pasca Pembelian**

Tahap pasca pembelian adalah bagian penting dari proses perilaku konsumen yang seringkali menentukan

kepuasan konsumen dan kemungkinan pembelian ulang. Pada tahap ini, konsumen mengevaluasi pengalaman mereka dengan produk yang telah dibeli, membandingkannya dengan harapan mereka, dan memutuskan apakah mereka puas atau tidak. Kepuasan pasca pembelian dapat menghasilkan loyalitas pelanggan, ulasan positif, dan rekomendasi kepada orang lain, sementara ketidakpuasan dapat mengarah pada keluhan dan merusak reputasi produk tersebut. Kegiatan pasca pembelian pada penelitian ini meliputi kepuasan membeli dan kesediaan konsumen dalam membeli ulang produk ikan asin jambal roti.

#### **A. Kepuasan Membeli**

Kepuasan konsumen merupakan indikator penting yang mencerminkan kualitas produk dan pelayanan, serta berpengaruh pada keputusan pembelian ulang di masa depan. Berikut merupakan tabel yang mengelompokkan kepuasan membeli ikan asin jambal roti di Desa Pangandaran:



**Tabel 14. Kepuasan Membeli Konsumen**

Keterangan	Jumlah	Persentase
Sangat puas dan akan merekomendasikan ke teman atau keluarga karena melebihi ekspektasi saya.	38	47,5%
Cukup puas, karena sesuai dengan ekspektasi saya.	41	51,2%
Kurang puas, karena tidak sesuai dengan ekspektasi saya.	1	1,2%
Lainnya	0	0%
Jumlah	80	100%

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 14, mayoritas konsumen merasa sangat puas dan cukup puas dengan pengalaman membeli ikan asin jambal roti di Desa Pangandaran. Berdasarkan data, 38 dari 80 orang konsumen menyatakan sangat puas dan 41 dari 80 orang konsumen merasa cukup puas. Hal ini menunjukkan bahwa Pangandaran telah memiliki kesadaran wisata yang tinggi, yang tercermin dalam kualitas produk dan pelayanan yang baik. Kesadaran wisata di Pangandaran tidak hanya meningkatkan kualitas produk lokal seperti ikan asin jambal roti, tetapi juga memastikan bahwa pengalaman wisatawan yang datang ke desa ini menjadi menyenangkan dan berkesan. Konsumen yang merasa puas dengan pembelian mereka cenderung untuk kembali lagi dan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain, sehingga membantu dalam

memperluas pasar dan meningkatkan perekonomian lokal

#### B. Kesiediaan Konsumen Membeli Ulang

Mengetahui kesiediaan konsumen untuk membeli ulang ikan asin jambal roti di Desa Pangandaran jika terjadi kenaikan harga sangat penting dalam memahami tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap produk ini. Tingkat kesiediaan konsumen untuk membeli ulang meskipun terjadi kenaikan harga mencerminkan kekuatan merek dan kualitas produk, serta menunjukkan bahwa konsumen menghargai nilai yang ditawarkan oleh ikan asin jambal roti. Data ini dapat membantu penjual dalam membuat keputusan yang tepat untuk menjaga keseimbangan antara harga dan permintaan. Berikut merupakan tabel yang mengelompokkan kesiediaan konsumen membeli ulang ikan asin jambal roti di Desa Pangandaran:

**Tabel 15. Kesiediaan Membeli Ulang**

Keterangan	Jumlah	Persentase
Akan tetap membeli, karena merupakan makanan ciri khas Desa Pangandaran.	60	75%
Tidak jadi membeli dan menunggu harga ikan asin jambal roti turun.	19	23,8%
Lainnya	1	1,2%
Jumlah	80	

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 15, mayoritas konsumen ikan asin jambal roti di Desa Pangandaran akan tetap membeli produk tersebut meskipun terjadi kenaikan harga. Konsumen tetap bersedia untuk membeli ikan asin jambal roti karena mereka menghargai cita rasa yang khas dan memanfaatkan kesempatan yang ada dalam membeli produk ikan asin jambal roti di Desa Pangandaran. Namun, beberapa konsumen akan mengurangi jumlah produk yang dibeli jika harga meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun konsumen loyal terhadap produk, mereka juga mempertimbangkan faktor anggaran dalam keputusan pembelian mereka. Hal tersebut dilakukan agar konsumen tetap bisa menikmati produk kesukaan mereka tanpa harus mengeluarkan biaya yang lebih tinggi dari biasanya. Sesuai dengan yang dinyatakan oleh Febianti, (2014) bahwa semakin mahal harga barang atau jasa maka konsumen akan mengurangi konsumsi barang atau jasa tersebut atau bahkan beralih mencari barang atau jasa yang sama

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

1. Sebagian besar konsumen ikan asin jambal roti di Desa Pangandaran berstatus sebagai wisatawan yang berasal dari wilayah Bandung Raya, kaum perempuan dari kelompok masyarakat berpendidikan sarjana, memiliki pekerjaan PNS, guru/dosen dan karyawan BUMN, serta berpendapatan kelas menengah ke atas. Sedangkan kelompok masyarakat lainnya dominan berbelanja ikan asin jambal roti dari para pedagang keliling.
2. Konsumen ikan asin jambal roti di Desa Pangandaran cenderung membeli produk ikan asin jambal roti dalam jumlah cukup banyak (lebih dari satu kilogram), karena dipandang sebagai kuliner khas dan harganya wajar atau standar. Informasi tentang produk dan lokasi pasar diperoleh atau direkomendasikan oleh teman atau keluarga. Atas dasar rekomendasi, maka konsumen percaya untuk langsung membeli dari pasar tersebut, namun

tetap mempertimbangkan kualitas sebelum membeli, terutama faktor rasa. Konsumen merasa cukup puas dengan produk dan pelayanan, sehingga akan tetap membelinya, meskipun terjadi kenaikan harga.

### Saran

Berdasarkan karakteristik dan perilaku konsumen ikan asin jambal roti, maka pedagang ikan asin jambal roti di Desa Pangandaran disarankan untuk menjaga kualitas atau bahkan meningkatkan kualitas yang ada, mempromosikan ikan asin jambal roti sebagai kuliner khas Pangandaran di media sosial, menjual produk dengan harga yang stabil, memanfaatkan jaringan sosial konsumen, memberikan pelayanan yang ramah pada konsumen, membuat inovasi pada produk, dan menggunakan teknologi modern mengikuti perkembangan zaman.

### DAFTAR PUSTAKA

- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jejak Publisher.
- BPS. (2024). *Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Objek Wisata (Orang), 2021-2023*. Badan Pusat Statistik. <https://jabar.bps.go.id/indicator/16/220/1/jumlah-kunjungan-wisatawan-ke-objek-wisata.html>
- Fauzi, O. R., Sipahutar, Y. H., & Maulani, A. (2022). Penerapan GMP dan SSOP pada UMKM Ikan Asin Manyung (Arius thalassinus) Jambal Roti di Kabupaten Pangandaran-Jawa Barat
- Application of GMP and SSOP on MSMEs salted catfish (Arius thalassinus) Jambal Roti in Pangandaran Regency-West Java. *Prosiding Simposium Nasional Kelautan Dan Perikanan*.
- Febianti, Y. N. (2014). Permintaan Dalam Ekonomi Mikro. *Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 2(1), 15–24.
- Garlans, S. P. (2014). Motivasi Sebagai Penentu Perencanaan Keuangan (Suatu Studi Pustaka). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, Vol. 9 No. 1.
- Julianto, D., & Utari, P. A. (2019). Analisa Pengaruh Tingkat Pendidikan Terhadap Pendapatan Individu di Sumatera Barat. *Ikraith-Ekonomika*, 2(2), 122–131.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2021). *Principles Of Marketing* (Global Edition 18e). Pearson Education.
- Mulyana, A., Putri, H. Y., Maesantika, L., Purnada, N. I., Fariz, M. S. C., & Naafi, M. B. J. (2023). Analysis of Industry Management in Salted Fish Processing of Jambal Roti at Small and Medium Enterprises. *International Journal of Multidisciplinary Research and Publications (IJMRAP)*, 5(11), 109–112.
- Mutaqin, B., & Natari, S. U. (2021). Analisis Potensi Ekspor Produk Ikan Asin Jambal Roti di Kabupaten Pangandaran. *SULUH: Jurnal Abdimas*, 2(2). <https://doi.org/10.35814/suluh.v2i2.1740>
- Nugroho, P., & Yusuf, M. (2013). Strategi Pengembangan Ekowisata di Pantai Pangandaran Kabupaten Ciamis Pasca Tsunami. In *Journal Of Marine Research* (Vol. 2, Issue 2).

- <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/jmr>
- Peraturan Badan Kepegawaian Negara Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2024 , Pub. L. No. 1 (2024).
- Putry, J. N., Gunawan, B. I., & Fitriyana. (2022). Perilaku Konsumen Ikan Asin Biawan (*Helostoma Temminckii*) Di Kampung Muara Beloan Kabupaten Kutai Barat. *Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 1(3). <https://doi.org/10.56127/jushpen.v1i3.380>
- Rasyid, H. Al, Setiawan, D., & Satyajaya, W. (2015). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Kopi Luak. *Jurnal Kelitbangan*, 03(03).
- Sudaryana, B., & Agusiady, H. R. R. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Cetakan Ke 19). Alfabeta.