

STUDI MINAT KONSUMSI IKAN DAN PRODUK OLAHAN IKAN BEONG PADA MASYARAKAT PADA PENDAMPINGAN DIVERSIFIKASI OLAHAN BEONG MENJADI MAKANAN KALENG

Azis Ikhsanudin¹, Lolita¹, Putri Rachma Novitasari¹, Leoni Nanda Wulandari¹, Athiyyah Najelita Harahap¹

¹Farmasi, Universitas Ahmad Dahlan, Fakultas Farmasi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta, Jl Prof.Dr. Soepomo SH Janturan Umbulharjo Yogyakarta 551665166

*E-mail koresponden : azis.ikhsanudin@pharm.uad.ac.id

ABSTRAK

Wilayah Indonesia yang terdiri dari 70% lautan, memiliki potensi produksi perikanan di tahun 2015 mencapai 14,79 ton sehingga memiliki potensi dari sumber daya perairan yang bernilai ekonomis tergolong tinggi. Sub sektor perikanan memiliki banyak peran dalam Pembangunan nasional salah satunya adalah memenuhi kebutuhan konsumsi ikan bagi Masyarakat. Namun minat Masyarakat Indonesia dalam mengonsumsi produk olahan ikan masih tergolong rendah. Menciptakan inovasi produk dari olahan ikan merupakan salah satu factor yang dapat meningkatkan minat Masyarakat mengonsumsi ikan. Salah satunya adalah Ikan beong yang merupakan ikan endemic Sungai untuk kemudian diolah menjadi masakan khas magelang yaitu Mangut yang juga merupakan salah satu warisan kuliner dan berpotensi sebagai inovasi produk olahan ikan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui minat konsumsi ikan dan produk turunan olahan ikan beong pada masyarakat. Metode yang digunakan berupa kajian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan frekuensi 52,7% masyarakat mengonsumsi ikan dalam satu bulan sebanyak 1-2 kali. Jenis ikan laut yang sering dikonsumsi adalah tongkol (52,7%) dan ikan tawar yang sering dikonsumsi adalah lele (61,8%). Persentase untuk alasan responden yang tidak pernah mengonsumsi ikan paling banyak adalah karena tidak menyukai baunya yaitu sebesar 33,33%. Berdasarkan penelitian tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa produk Mangut Beong memiliki potensi untuk meningkatkan minat dan pola makan masyarakat terhadap ikan sebagai salah satu produk inovasi dari ikan

Kata kunci: Produk, inovasi, minat, konsumsi, beong

ABSTRACT

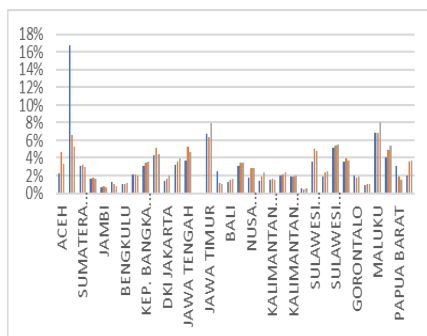
The Indonesian region, which consists of 70% of the ocean, has the potential for fisheries production in 2015 to reach 14.79 tons, so it has the potential for aquatic resources with relatively high economic value. The fisheries sub-sector has many roles in national development, one of which is meeting the community's fish consumption needs. However, Indonesian people's interest in consuming processed fish products is still relatively low. Creating innovative products from processed fish is one factor that can increase people's interest in consuming fish. One of them is Beong fish which is an endemic river fish which is then processed into a typical Magelang dish, namely Mangut, which is also a culinary heritage and has the potential to be an innovation in processed fish products. This research was conducted to determine the public's interest in consuming fish and processed beong fish derivative products. The method used is a qualitative descriptive study. The research results showed that 52.7% of people consumed fish 1-2 times a month. The type of sea fish that is often consumed is tuna (52.7%) and the freshwater fish that is often consumed is catfish (61.8%). The highest percentage of reasons for respondents who never consume fish is because they don't like the smell, namely 33.33%. Based on this research, it can be concluded that Mangut Beong products have the potential to increase people's interest and eating patterns in fish as one of the innovative fish products

Keywords: Product, innovation, interest, consumption, beong

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan dengan luas wilayah laut Indonesia sebesar 70%. Apabila dibandingkan dengan luas wilayah daratan dengan garis pantai sepanjang 99.093 km², laut teritorial seluas 282.583 km², perairan kepulauan seluas 3.092.085 km² dan 2.936.345 km² Zona Ekonomi Eksklusif (Geopasial 2015). Pada tahun 2015, produksi perikanan Indonesia mencapai 14,79 ton yang terdiri dari produksi perikanan tangkap di laut sebesar 4,72 ton, perikanan tangkap di perairan umum sebesar 325 ribu ton dan perikanan budidaya yang mencapai 20,07 ton (Direktorat Jenderal Perikanan Budidaya 2015). Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa wilayah perairan Indonesia memiliki potensi kekayaan alam berupa sumber daya perairan yang bernilai ekonomis tinggi.

Sub sektor perikanan memiliki berbagai tujuan penting dalam pembangunan pertanian dan nasional seperti menyediakan bahan baku industri perikanan, meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat, meningkatkan lapangan kerja dan kesempatan berusaha, meningkatkan perlindungan dan rehabilitasi serta memenuhi kebutuhan konsumsi ikan bagi masyarakat (Pragina et al. 2022).



Gambar 1. Data BPS terkait produksi ikan tangkap (Nasional 2021)

Berdasarkan data BPS tahun 2019, 2020, dan 2021 menunjukkan bahwa produksi ikan tangkap di beberapa wilayah seperti Pulau Sumatera dan Maluku terjadi peningkatan produksi ikan tangkap (Nasional 2021).

Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) merekomendasikan asupan ikan setidaknya dua porsi per minggu (Maharani et al. 2022). Menurut Kementerian Kesehatan RI 2017, frekuensi konsumsi ikan masyarakat Indonesia baru mencapai 40 kg/kapita/tahun. Rendahnya konsumsi ikan di Indonesia, dikarenakan berbagai factor terkait dengan harga, pendapatan, motivasi konsumen, dan bentuk olahan. Salah satu faktor yang dapat mendukung untuk meningkatkan minat masyarakat Indonesia dalam mengkonsumsi produk olahan ikan, yaitu menciptakan inovasi produk perikanan. Salah satu inovasi produk olahan ikan yang ditawarkan adalah mangut beong (Hardyanti and Faidatun 2022).

Ikan beong (*Hemibagrus nemurus*) merupakan ikan endemik yang hanya ditemukan di sungai. Bentuk ikan beong mirip dengan ikan lele. Sedangkan untuk pembudidayaan ikan beong dapat dilakukan dengan kolam dan karamba jaring apung. Salah satu olahan ikan beong yang sering ditemui adalah mangut beong. Mangut beong adalah makanan khas Magelang dan merupakan salah satu warisan dan berpotensi sebagai inovasi produk olahan ikan (Pratisti 2018). Untuk itu perlu dilakukan survei terkait peluang mengenalkan ikan lokal yaitu beong pada masyarakat.

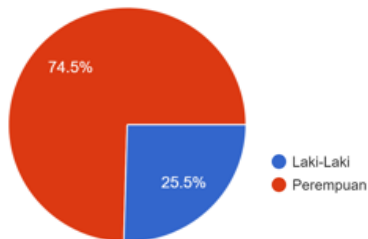
2. METODE PELAKSANAAN

Kajian ini merupakan kajian deskriptif kualitatif dengan fokus pada studi minat konsumsi ikan dan produk turunan olahan ikan beong pada masyarakat. Objek kajian adalah seluruh masyarakat dari usia 17-60 tahun secara acak dengan menggunakan kusioner yang disebarakan secara online. Data yang telah digunakan untuk menentukan prosentase sebagai gambaran akan minat masyarakat akan konsumsi ikan, jenis ikan yang dikonsumsi serta mengidentifikasi pengetahuan masyarakat akan jenis ikan beong sebagai obyek utama dengan tujuan mengetahui segmen pasara di masyarakat akan produk diversifikasi olahan ikan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Jenis Kelamin

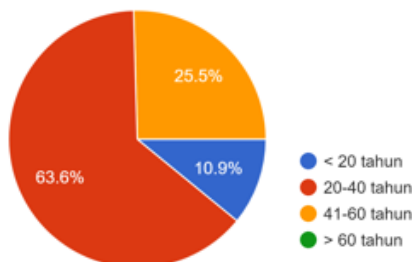
Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah Perempuan dengan presentase 74,5% dan laki-laki berjumlah 25,5%. Sebagian besar responden merupakan perempuan sehingga dapat dianalisis ketertarikan perempuan terkait pengolahan produk ikan lebih besar dibandingkan laki-laki.



Gambar 2. Data jenis kelamin responden

b. Umur

Hasil dari survei menunjukkan usia dari responden berkisar antara 20-40 tahun dengan persentase sebesar 63,6%.



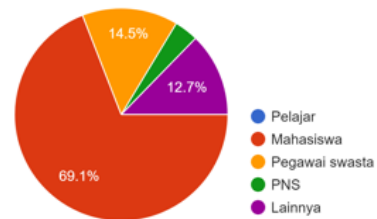
Gambar 3. Data usia responden

Umur memiliki pengaruh yang sangat penting terhadap pengambilan keputusan dan pola berfikir. Mayoritas responden dalam penelitian ini, yaitu umur produktif sekitar 20-40 tahun. Edukasi kepada umur produktif sangat berpengaruh bagi masyarakat yang menjadi responden karena pada umur produktif minat dan motivasi masyarakat untuk belajar sangat tinggi.

c. Pekerjaan

Berdasarkan data yang diperoleh, mayoritas responden didominasi oleh mahasiswa dengan persentase sebesar 69,1%. Sedangkan persentase terendah, yaitu PNS sebesar 3,7%. Mayoritas responden sesuai dengan tujuan dari penelitian yang mana memperkenalkan ikan beong kepada generasi muda dan mengarahkan generasi muda untuk

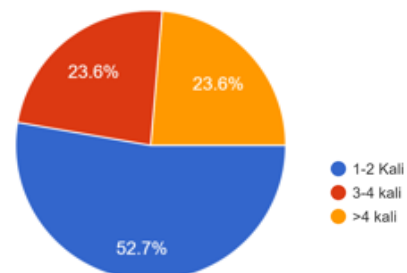
membentuk pola makan yang baik dengan rutin mengkonsumsi ikan sesuai dengan anjuran WHO.



Gambar 4. Data pekerjaan responden

d. Frekuensi Konsumsi Ikan

Frekuensi pembelian dan konsumsi ikan oleh masyarakat dapat dipengaruhi beberapa faktor, seperti kondisi keuangan, harga ikan, serta jumlah anggota keluarga. Pendapatan seseorang dapat mempengaruhi seseorang dalam belanja kebutuhan sehari-hari termasuk ikan. Apabila harga ikan di pasaran cukup tinggi, maka banyak masyarakat yang akan mempertimbangkan untuk membeli atau tidak membeli dan berpotensi memilih untuk membeli bahan pangan lain yang memiliki harga lebih terjangkau. Hal tersebut tentu saja menjadi sebuah tantangan untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat bahwa kandungan gizi dalam ikan sangat diperlukan oleh tubuh.



Gambar 4. Tingkat Konsumsi Ikan Dalam Satu Bulan

Kandungan gizi pada setiap ikan berbeda tergantung pada faktor internal dan eksternal. Faktor internal berupa jenis kelamin, umur dan fase reproduksi pada ikan. Sedangkan faktor eksternal berupa habitat hidup ikan, ketersediaan pakan dan kualitas perairan tempat ikan hidup. Ikan air laut memiliki kadar protein yang lebih tinggi daripada kadar protein ikan air tawar. Meski begitu, bukan berarti ikan

tawar tidak memiliki keunggulan Bahkan beberapa jenis ikan tawar memiliki kandungan kalium dan asam lemak tak jenuh tunggal serta ganda yang lebih banyak daripada ikan laut.

Tabel 1. Jenis ikan laut yang sering dikonsumsi

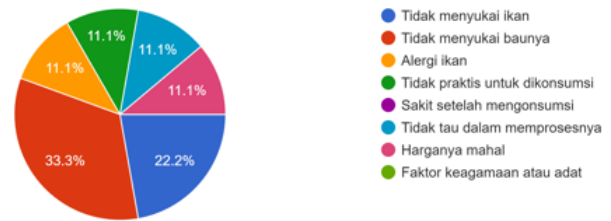
Nama Ikan	Persentase (%)
Tongkol	52,7%
Tuna	32,7%
Salmon	12,7%
Kembung	27,3%
Teri	40%
Cakalang	21,8%
Tenggiri	30,9%
Kakap	25,5%

Tabel 2. Jenis ikan tawar yang sering dikonsumsi

Nama Ikan	Persentase (%)
Lele	61,8%
Gurame	29,1%
Nila	61,8%
Bawal	10,9%
Gabus	5,5%
Patin	14,5%
Mujair	9,1%
Mas	7,3%
Beong	3,6%

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 2021 sebesar 58,08 kilogram (Republik Indonesia 2018). Oleh karena itu, dibutuhkan upaya peningkatan pasokan ikan ke masyarakat untuk memenuhi kebutuhan bahan pangan. Oleh sebab itu banyak responden atau millennial lebih menyukai ikan air tawar yang mudah didapatkan dan lebih terjangkau.

Meskipun persentase konsumsi olahan ikan cukup tinggi, namun masih banyak masyarakat yang tidak mengonsumsi olahan ikan.



Gambar 5. Alasan responden yang tidak pernah mengonsumsi ikan

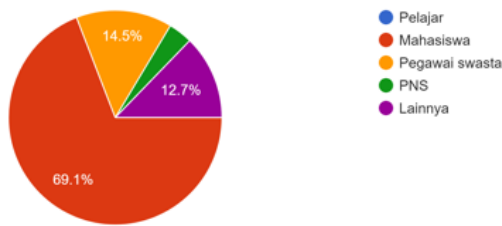
Mayoritas responden yang tidak mengonsumsi olahan ikan karena tidak menyukai baunya. Umumnya, bau yang disebarkan ikan adalah bau amis. Hal tersebut menjadi salah satu pertimbangan masyarakat dalam mengonsumsi olahan ikan, apabila pengolahannya kurang tepat maka bau amis pada ikan tidak hilang. Hal tersebut tentu saja menjadi evaluasi dalam proses pengolahan ikan. Pemilihan bumbu dan proses pengolahan sangat penting untuk menciptakan olahan ikan yang tidak berbau amis. Tentu saja inovasi menu atau proses pengolahan ikan harus selalu dilakukan agar dapat menciptakan produk yang diminati banyak masyarakat sehingga dapat meningkatkan minat masyarakat terhadap olahan ikan.

Salah satu olahan ikan yang sedang *trend* di generasi muda adalah mangut beong. Mangut Beong merupakan salah satu makanan khas Magelang. Mangut diolah dengan proses pencampuran bahan kuah dari beong ikan atau yang biasa disebut gulai. Mangut adalah kuah santan dengan rasa pedas mirip gulai, namun bumbunya lebih sederhana. Makanan khas Magelang ini menggunakan daging ikan beong sebagai bahan utamanya. Beong merupakan ikan khas Sungai Progo yang kini mulai langka.

Walaupun sedang *trend* di generasi muda, banyak dari mereka yang tidak mengenali ikan jenis beong tersebut. Berdasarkan data yang diperoleh di lapangan menunjukkan 56,5% dari 23 responden tidak mengenal jenis ikan beong.

Salah satu cara memperkenalkan jenis ikan beong ke khalayak ramai yaitu meningkatkan ketersediaan atau stok di pasaran. Dengan begitu, masyarakat khususnya generasi muda dapat mengenali atau bahkan menyukai jenis

ikan beong karena mudah didapatkan dan diolah.



Gambar 6. Data pengetahuan responden terhadap ikan beong

4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa Mangut Beong memiliki potensi sebagai salah satu inovasi produk olahan ikan yang dapat meningkatkan minat dan pola makan masyarakat terhadap ikan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih kepada Direktorat Riset, Teknologi dan Pengabdian Kepada Masyarakat No. SP DIPA 023.17.1.690523/2023, yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini

DAFTAR PUSTAKA

Direktorat Jenderal Perikanan Budidaya. 2015. "Laporan Kinerja Kementerian Kelautan Dan Perikanan Tahun 2015." *Laporan Kinerja KKP* 1-57.

Geopasial, Badan. 2015. "Tentang Wali Data Informasi Geospasial Tematik." *Badan Informasi Geospasial* 46:875.

Hardyanti, Hardyanti, and Nuzulul

Faidatun. 2022. "Makanan Tradisional Mangut Beong Sebagai Daya Tarik Wisata Gastronomi Di Kabupaten Magelang Jawa Tengah." *Destinesia : Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata* 4(1):20-32. doi: 10.31334/jd.v4i1.2551.

Maharani, Aura Iga, Resti Desmayanti, Roza Yolanda, and Resti Fevria. 2022. "Tingkat Kecukupan Zat Gizi Berdasarkan Pola Konsumsi Pangan Pada Anak." *Prosiding Seminas Nasional Biologi* 2(2):855-63.

Nasional, Badan Statistik. 2021. *Statistik Perusahaan Perikanan 2021*.

Pragina, Baiq Rani Mayani, Abdul Salam, Irianto, and Lalu Khairul Abdi. 2022. "Perbedaan Konsumsi Ikan Sebelum Dan Sesudah Diberikan Kampanye Gemar Makan Ikan (Gemar Ikan) Pada Remaja Putri." *Student Journal of Nutrition* 1(1):1-9.

Pratisti, Cahyani. 2018. "Model Konsumsi Ikan Pada Konsumen Muda." *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen (REKOMEN)* 1(1):1-16. doi: 10.31002/rn.v1i1.556.

Republik Indonesia. 2018. "Peraturan Menteri Kelautan Dan Perikanan Republik Indonesia Nomor 63/Permen-Kp/2017 Tentang Rencana Strategis Kementerian Kelautan Dan Perikanan Tahun 2015-2019 ." *Kkp* 1-101.