Preferensi Konsumen Etnis Batak Terhadap Ikan Mas (*Cyprinus Carpio*) di Kota Medan Provinsi Sumatera Utara

Desi Intan Sari[1], Zulkarnain[2], Firman Nugroho[3]

[123]Jurusan Sosial Ekonomi Perikanan Fakultas Perikanan dan Kelautan, Universitas Riau, Pekanbaru, Provinsi Riau

*Email: desi.intansari@student.unri.ac.id

Diterima:
17 Juli 2022

Diterbitkan:
29 Juli 2023

Abstract. This research aims to determine the preferences of Batak ethnic consumers towards Goldfish (Cyprinus carpio) in the Traditional Market of Medan City. The method used is a survey method by conducting research directly into the field, the sampling technique used is the Binomunal approach which is carried out in proportion with the number of respondents obtained as many as 68 consumers. The results showed that the preference of the Batak ethnic consumers in this study chose the physical condition of the fish that were still alive, the freshness of bright and clear fish eyes, the freshness of fresh red fish gills, the elasticity of dense and chewy fish, the smell of fresh fish, and the price of fish affordable and customary rules for consuming carp in the Batak ethnic group, namely in the Toba Batak carp is a special food that must be in every tradition whereas in Karo Batak the only carp as a substitute for their special food is terites because if the Karo people are unable to buy bulls then the alternative Another thing that is consumed is goldfish, in the Simalungun Batak tribe, goldfish must also be present, but must be accompanied by a bin Ladok so that the event is going well and in Batak Mandailing Goldfish is also one of the mandatory dishes in each of its customs. For this reason Carp is very important for the needs of ethnic Bataks in Medan.

Keywords: *preferences, consumers, goldfish, medan city*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Preferensi konsumen etnis batak terhadap Ikan Mas (*Cyprinus carpio*) di Pasar Tradisional kota Medan. Untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap Ikan Mas yang dipengaruhi oleh adat istiadat dan selera konsumen. Metode yang digunakan adalah metode survey dengan melakukan penelitian secara langsung ke lapangan, Teknik pengambilan sampel yang digunakan yakni teknik pendekatan Binomunal yang dilakukan secara proporsi dengan jumlah responden yang didapatkan sebanyak 68 konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi konsumen etnis batak pada penelitian ini memilih kondisi fisik ikan yang masih hidup, kesegaran mata ikan cerah dan bening, kesegaran insang ikan berwarna merah segar, kelenturan daging ikan yang padat dan kenyal, bau ikan yang segar, serta harga ikan yang terjangkau dan aturan adat dalam mengkonsumsi ikan mas pada etnis batak yaitu, pada batak Toba ikan Mas adalah makanan khas yang wajib ada disetiap adatnya sedangkan pada batak Karo ikan Mas hanya sebagai pengganti makanan khas mereka yaitu terites karena jika suku Karo tidak sanggup membeli lembu maka alternative lain yang dikonsumsi adalah ikan Mas, pada suku batak Simalungun ikan Mas juga harus ada, tetapi harus didampingi dengan dayok binatur agar acara tersebut semakin berjalan dengan baik dan pada batak Mandailing Ikan Mas juga salah satu masakan yang wajib ada disetiap adatnya. Oleh karena alasan inilah Ikan mas sangat penting bagi kebutuhan etnis batak di Kota Medan.

Kata Kunci: preferensi, konsumen, ikan mas, kota medan

Pendahuluan. Medan adalah kota multietnis yang mana penduduknya terdiri dari orang-orang dengan latar belakang budaya dan agama yang berbeda-beda. Selain Melayu dan Karo sebagai penghuni awal, Medan didominasi oleh etnis Jawa, Batak, Nias, dan Mandailing. Kota Medan memiliki potensi kelautan dan perikanan yang cukup tinggi, baik potensi perikanan tangkap maupun perikanan budidaya. Potensi budidaya air tawar yang produksinya tinggi terdapat di daerah Samosir Sumatera Utara, Kabupaten Samosir ini menjadi salah satu daerah pemasaran terbesar ikan air tawar yang salah satunya adalah ikan Mas (Noviyanti, 2009).
Ikan Mas merupakan bahan pangan hewani yang digemari oleh sebagian masyarakat dan dibutuhkan oleh setiap suku, bukan hanya karena rasanya yang lezat dan bergizi tinggi. Ikan Mas juga sebagai salah satu ciri khas suku Batak, ciri khas tersebut mengharuskan suku batak harus membeli ikan Mas disetiap acara adat mereka dengan kriteria ikan Mas yang telah dibuat suku Batak disetiap Acara adatnya masing-masing. Dalam setiap adat batak ikan Mas juga disertakan mulai dari kelahiran, menikah, hingga kematian dan ikan Mas disebut juga sebagai wujud atau simbol berkat kehidupan. Biasanya dalam adat, ikan Mas yang diberikan diharuskan dalam jumlah ganjil. Satu ekor untuk pasangan menikah, tiga ekor untuk kelahiran, lima ekor untuk orang tua yang bercucu, tujuh untuk pemimpin dikalangan Batak dan ikan Mas yang diperlukan oleh keperluan adat harus sesuai dengan aturan dan kriteria Adat.

Tidak hanya bergantung pada acara adat, suku batak juga suka mengkonsumsi ikan Mas dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, berbagai macam cara harus dilakukan produsen untuk menyediakan ikan Mas yang layak konsumsi dan sesuai dengan kriteria yang diperlukan setiap suku batak di kota Medan, salah satunya adalah dengan memperhatikan atribut ikan Mas. Atribut yang dipertimbangkan seperti, keadaan ikan, kesegaran mata, kesegaran insang kelenturan daging, Harga ikan dan Aroma ikan. Konsumen dapat memperoleh ikan Mas di pasar tradisional dengan Atribut yang dipertimbangkan. Pasar tradisional mempunyai peran penting dalam penyediaan berbagai macam ikan termasuk ikan Mas (Elkana, 2019).

Kota Medan memiliki pasar tradisional yang cukup besar diantaranya yaitu pasar ikan Cemara, pasar Kampung Lalang, pasar sei kambing dan lainnya. Penyediaan Ikan Mas di pasar tradisional kota Medan dengan berbagai macam atribut akan mempengaruhi keputusan beli konsumen. Konsumen menginginkan ikan Mas sesuai dengan preferensinya. Dalam melakukan pembelian ikan Mas, konsumen akan selalu memperhatikan atribut-atribut yang melekat pada ikan Mas. Oleh karena itu, produsen atau pemasar ikan Mas di kota Medan dituntut untuk mengetahui apa yang menjadi preferensi atau kesukaan konsumen dari berbagai suku dan memberikan yang terbaik sesuai dengan preferensi konsumen terhadap ikan Mas. Dengan kata lain tujuan penelitian ini untuk mengetahui perbedaan preferensi konsumen pada saat membeli untuk konsumsi sehari-hari dengan konsumsi untuk keperluan Adat.

Metode Penelitian

Waktu dan Tempat Penelitian. Penelitian ini dilaksanakan pada Oktober 2019 yang berlokasi di pasar Tradisional Kota Medan Provinsi Sumatera Utara. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan melakukan pengamatan secara langsung ke lapangan dengan mewawancarai beberapa konsumen sebagai responden.

Responden. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli ikan Mas di Kota Medan Provinsi Sumatera Utara yakni di pasar Sei Sikambing, pasar ikan Cemara dan pasar Kampung Lalang. Sampel yang diambil dalam penelitian ini mengunakan dasar pendekatan binomunal (Snedecor GW & Cochran WG , 2015) dengan confidence level sebesar 90% pendugaan parameter (Ansella, 2019) Dengan jumlah responden yang di dapatkan sebesar 68 orang.

Analisis Data. Penelitian ini berusaha untuk mengkaji preferensi konsumen terhadap ikan Mas di Kota Medan dengan menggunakan analisis Chi Square untuk mengetahui atribut apa saja yang dominan dipilih oleh konsumen serta menggunakan analisis multiatribut Fishbein untuk mengetahui atribut mana yang paling dipertimbangkan oleh konsumen sehingga membeli ikan Mas tersebut. Namun peneliti akan menjelaskan secara deskriptif tentang preferensi konsumen etnis batak dalam mengkonsumsi ikan Mas. Analisis tersebut digunakan untuk menjawab tujuan penelitian tersebut..

Hasil dan Pembahasan

Kota Medan merupakan ibu kota Provinsi Sumatera Utara yang memiliki luas 26.510 hektare (265,10 km²) atau 3,6% dari keseluruhan wilayah Sumatra Utara. Dengan demikian, dibandingkan dengan kota/kabupaten lainya, Medan memiliki luas wilayah yang relatif kecil dengan jumlah penduduk yang relatif besar. Secara geografis kota Medan terletak pada 3° 30' – 3° 43' Lintang Utara dan 98° 35' - 98° 44' Bujur Timur. Posisi geografis Medan ini telah mendorong perkembangan kota dalam dua kutub pertumbuhan secara fisik perikanan, yaitu daerah Belawan dan pusat Kota Medan saat ini. Salah satu kawasan kecil perdagangan yang dimaksud adalah tempat perbelanjaan yaitu pasar tradisional. Adapun lokasi daerah penelitian ini meliputi pasar tradisional di kota Medan yaitu pasar Sei Sikambing, pasar Cemara dan pasar kampung lalang.

Preferensi Konsumen Terhadap Atribut-atribut Ikan Mas. Preferensi konsumen terhadap Ikan Mas merupakan pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap produk ikan Mas yang dikonsumsi. Pilihan tersebut berbeda-beda antara konsumen satu dengan konsumen yang lain. Preferensi konsumen terhadap Atribut Ikan Mas di Pasar Tradisional Kota Medan dapat dianalisis menggunakan analisis *Chi Square.*

Tabel 1. Produksi Ikan Kabupaten Rokan Hilir, Riau

Atribut Ikan Mas		Kategori Atribut Ikan Mas	Jumlah Responden	Persentase (%)	Preferensi Konsumen
Kualitas Ikan Mas	Keadaan Ikan	1. Masih Hidup	51	75	Masih hidup
		2. Sudah Mati	17	25	
	Kesegaran Mata Ikan	1. Bening	63	92.6	Bening
		2.Putih	0	0	
		3. Merah	5	7,4	
		4.Pucat	0	0	
	Kesegaran Insang Ikan	1. Merah segar	65	95,6	Merah segar
		2. Merah gelap	3	4,4	
		3. Pucat	0		
	Kelenturan Daging Ikan	1. Padat dan kenyal	66	97.1	Padat dan kenyal
		2. lembek	0	0	
		3. Tegang/keras	2	2.9	
	Bau	1. Bau segar	60	88,2	Bau segar
		2. Bau lumpur	8	11,8	
	Harga Ikan Mas	1. Terjangkau	67	98,5	Terjangkau
		2. Mahal	1	1,5	

Sumber: Dinas Perikanan dan Kelautan Provinsi Riau (2019)

Dari Tabel 1 dapat diketahui bahwa Ikan Mas yang disukai oleh konsumen di Kota Medan adalah Ikan Mas yang masih hidup memiliki mata berwarna bening, warna insang merah segar, memiliki daging ikan yang padat dan kenyal, bau ikan yang amis dan berlendir seperti ikan segar serta mempunyai harga yang terjangkau.

Dari hasil analisis chi square dapat diketahui bahwa preferensi konsumen terhadap atribut Ikan Mas di kota Medan menunjukkan sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Analisis Chi Square Atribut Ikan Mas

	Atribut Ikan Mas	X^2 hitung	df	X^2 tabel	Keterangan
1.	Kondisi fisik	17,000	1	2,706	Berbeda Nyata
2.	Kesegaran mata ikan	49,471	1	2,706	Berbeda Nyata
3.	Kesegaran insang ikan	56,529	1	2,706	Berbeda Nyata
4.	Kelenturan daging ikan	60,235	1	2,706	Berbeda Nyata
5.	Bau	39,765	1	2,706	Berbeda Nyata
6.	Harga	64,059	1	2,706	Berbeda Nyata

Sumber: Olahan Data Primer, 2019

Tabel 2 Menunjukkan bahwa semua atribut yang diamati dalam penelitian ini berbeda nyata dalam taraf kepercayaan 90% pada lampiran 7 yang berarti nilai Asymp. Sig lebih kecil dari 0,1 maka artinya hipotesis nol (Ho) ditolak dan hipotesis alternatif (Ha) diterima, yang mana jika dihitung secara manual X2 hitung lebih besar daripada X2 tabel . Artinya, preferensi konsumen terhadap ikan Mas di Kota Medan tidak sama atau terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap Ikan Mas.

Keyakinan dan Evaluasi terhadap Atribut-atribut Ikan Mas. Sikap konsumen Ikan Mas merupakan gambaran akan pilihan konsumen tentang ikan Mas apakah disukai atau tidak dan sikap konsumen Ikan Mas juga bisa menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari ikan Mas tersebut. Sikap konsumen terbentuk dari adanya kepercayaan dan evaluasi konsumen pada suatu produk. Kepercayaan (bi) dan evaluasi (ei) konsumen mengenai atribut Ikan Mas didapat dengan cara menentukan standar penilaian dengan menggunakan pen-skoringan skala likert, kemudian skor masing-masing atribut dikalikan dengan frekuensi jawaban responden dan dibagi dengan jumlah responden, sehingga didapatkan nilai kepercayaan dan evaluasi konsumen terhadap atribut Ikan Mas di pasar tradisional Kota Medan dapat dilihat pada tabel 3 dan 4 seperti berikut:

Tabel 3. Keyakinan Konsumen (bi) Terhadap Atribut Ikan Mas

Atribut	Nilai			Nilai Total	Rata-rata
	3	2	1		
Kondisi fisik	57	11	0	68	2,83
	171	22	0	193	
Kesegaran Mata Ikan	56	11	1	68	2,80
	168	22	1	191	
Kesegaran Insang Ikan	51	17	0	68	2,75
	153	34	0	187	
Kelenturan Daging Ikan	54	13	1	68	2,77
	162	26	1	189	
Bau Ikan	49	17	2	68	2,69
	147	34	2	183	
Harga	56	12	0	68	2,82
	168	24	0	192	

Sumber: Olahan Data Primer,2019

Tabel 3 Menunjukkan bahwa atribut yang diyakini paling disukai oleh konsumen adalah kondisi fisik ikan sebab memiliki nilai bi sebesar 2,83. Artinya, konsumen mempunyai kepercayaan bahwa kondisi fisik ikan yang dibeli oleh konsumen adalah kondisi fisik ikan yang paling disukai konsumen. Karena konsumen dapat memilih secara langsung kondisi fisik ikan pada saat membeli.

Tabel 4. Evaluasi (ei) terhadap atribut Ikan Mas

Atribut	Nilai / Skor	Rata-Rata

	3	2	1	Nilai Total	
Kondisi fisik	53	15	0	68	2,77
	159	30	0	189	
Kesegaran mata Ikan	52	14	2	68	2,73
	156	28	2	186	
Kesegaran Insang Ikan	52	13	3	68	2,72
	156	26	3	185	
Kelenturan daging Ikan	52	12	4	68	2,70
	156	24	4	184	
Bau	51	17	0	68	2,75
	153	34	0	187	
Harga Ikan	57	11	0	68	2,83
	171	22	0	193	

Sumber: Olahan Data Primer, 2019

Tabel 4 Menunjukkan bahwa atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen adalah harga Ikan Mas yang memiliki nilai sebesar 2,83 artinya, konsumen pada saat membeli sangat mempertimbangkan harga ikan tersebut. Harga Ikan mas mana yang terjangkau untuk dibeli guna untuk meringankan pengeluaran rumah tangga. Konsumen merasa bahwa penilaian terhadap Harga Ikan Mas adalah hal yang paling utama dalam membentuk sikap terhadap pembelian Ikan Mas.

Indeks sikap konsumen (Ao) didapatkan dengan mengalikan angka penilaian keyakinan (bi) dan nilai evaluasi konsumen (ei) terhadap atribut Ikan Mas. Angka ini menunjukkan penilaian konsumen terhadap atribut yang melekat pada ikan Mas yang meliouti kondisi fisik ikan, kesegaran mata, kesegaran insang, kelenturan daging, bau ikan dan harga ikan. Adapun nilai dari indeks konsumen (Ao) terhadap Ikan Mas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Sikap Konsumen Terhadap Ikan Mas di Kota Medan

Atribut Ikan Mas	Evaluasi (ei)	Keyakinan (bi)	Sikap (Ao)	Peringkat
Harga	2,83	2,82	7,98	I
Kondisi Fisik	2,77	2,83	7,83	II
Kesegaran Mata Ikan	2,73	2,80	7,64	III
Kesegaran Insang Ikan	2,72	2,75	7,48	IV
Kelenturan Daging Ikan	2,70	2,77	7,47	V
Bau	2,75	2,69	7,39	VI

Sumber: Olahan Data Primer, 2019

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui bahwa indeks sikap konsumen terhadap atribut yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian Ikan Mas berturut-turut dari yang paling tertinggi hingga terendah adalah harga ikan Mas sebesar 7,98. Kondisi fisik ikan sebesar 7,83. Kesegaran mata ikan sebesar 7,64. Kesegaran insang ikan sebesar 7,48. Kelenturan daging ikan sebesar 7,47 dan bau ikan sebesar 7,39. Apabila dilihat dari peringkat semakin tinggi nilai Ao maka atribut Ikan Mas tersebut menduduki peringkat yang pertama oleh konsumen, begitu pula seterusnya.

Atribut harga ikan Mas merupakan atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen di kota Medan. Karena dalam proses pemilihan Ikan Mas konsumen cenderung bertanya harga terlebih dahulu kepada penjual sebelum memilih Ikan Mas mana yang akan dibeli. Menurut konsumen mengetahui harga ikan tersebut terlebih dahulu akan membuat

keputusan pembelian terhadap suatu produk lebih efektif karena dapat memperhitungkan biaya untuk keperluan lainnya.

Preferensi Konsumen Etnis Batak dalam mengkonsumsi Ikan Mas. Budaya adalah suatu cara hidup yang terdapat pada sekelompok manusia, yang berkembang dan diwariskan secara turun-temurun dari generasi ke generasi berikutnya. Ada juga yang mengatakan bahwa arti budaya adalah suatu pola hidup yang tumbuh dan berkembang pada sekelompok manusia yang mengatur agar setiap individu mengerti apa yang harus dilakukan, dan untuk mengatur tingkah laku manusia dalam berinteraksi dengan manusia lainnya (Maxmanroe, 2019).

Pembahasan yang akan dipaparkan adalah mengenai suku suku batak. Suku batak merupakan sebuah nama kolektif untuk mengidentifikasi beberapa suku bangsa yang bermukim dan berasal dari Tapanuli dan Sumatera Timur di Sumatera Utara. Suku bangsa yang dikategorikan sebagai batak adalah Batak toba, Batak Karo, Batak Simalungun, dan Batak Mandailing. Suku bangsa batak di atas memiliki adat, kebiasaan ataupun hal lainnya yang tidak sama (Matheus, 2019).

Adapun identitas suku batak tersebut dilihat dari kebudayaan suku masing-masing terdapat perbedaan pada musik, tarian, kerajinan, bahasa, pakaian (ulos), alat musik, upacara adat, rumah adat, agama, legenda, falsafah dan system kemasyarakatan serta masakan adat. Masakan adat Batak jenis masakan yang dipengaruhi seni suku batak, dan termasuk masakan Nusantara. Yang paling sering digunakan dalam memasak sebuah pesta adalah andaliman (merica batak). Bahkan di tradisi orang batak banyak menggunakan hewan ternak sendiri, yang dimasak sesuai selera masing-masing dan juga menggunakan makanan yang berasal dari danau, sepert ikan ikanan yaitu hasil pancingan para nelayan, mereka memasaknya biasanya disebut (Napinadar,dipanggang,atau Ikan Arsik).

Dalam hal ini salah satu masakan yang berkenaan dengan Ikan Mas adalah masakan adat Arsik yang mana menggunkan bahan utama nya adalah ikan Mas. Adapun kriteria ikan Mas yang dibutuhkan suatu adat terhadap setiap suku adalah:

Tabel 6. Preferensi Ikan Mas pada suku Batak

Budaya Batak (Suku)	Acara setiap adat	Jumlah yang dibutuhkan	Krieria Ikan Mas
Batak Toba	Pertunangan	2	1-2 kg/ekor (yang memiliki telur)
	Pernikahan	1	
	Mambosuri (7 bulanan)	2	
	Kelahiran	3	
	Syukuran /upa-upa	2	
	Kematian	5	
Batak Karo	Mesur-mesuri (7 bulanan)	1	1-2 kg/ekor (yang memiliki telur)
	Kelahiran	3	
	Saur Matua	1	
Batak Simalungun	Pertunangan	1	1-2 kg/ekor (yang memiliki telur)
	Pernikahan	1	
	Mambosuri (7 bulanan)	3	
	Kelahiran	3	
	Syukuran/upa-upa	1	
Batak Mandailing	Kematian	5	1-2 kg/ekor (yang memiliki telur)
	Upa-upa	7	
	Pernikahan	1	
	Saur Matua	5	
	Kelahiran	3	

Berdasarkan Tabel 6 diketahui bahwa semakin banyak suatu acara adat pada setiap suku maka semakin banyak pula ikan Mas yang dibutuhkan. Pada setiap acara adat memiliki kriteria ikan Mas yang berbeda-beda dimulai dari jumlah yang dibutuhkan setiap acara adat serta ukuran yang dibutuhkan dalam acara adat tersebut.

Preferensi konsumen etnis batak dalam mengkonsumsi ikan Mas terbagi dalam beberapa suku, pada suku batak Toba ikan Mas dibutuhkan dalam jumlah ganjil seperti, pada acara pertunangan sebanyak 2 ekor, acara pernikahan sebanyak 1 ekor, pada acara mambosuri (7 bulanan) sebanyak 3 ekor, acara kelahiran sebanyak 3 ekor, acara syukuran atau upa-upa sebanyak 2 ekor dan acara kematian sebanyak 5 ekor. Kriteria atau ukuran ikan Mas berkisar 1-2 kg yang memiliki telur. Pada suku batak Karo Ikan Mas diseratakan sebagai alternatif lain selain Terites. Ikan Mas hanya diberikan pada tiga acara ini saja yaitu pada acara 7 bulanan sebanyak 1 ekor, acara kelahiran 3 ekor dan acara saur matua 1 ekor.Pada suku batak Simalungun Ikan Mas disertakan berdampingan dengan Dayok binatur pada acara pertunangan dan pernikahan sebanyak 1 ekor, acara 7 bulanan sebanyak 3 ekor, acara kelahiran 3 ekor, acara syukuran atau upa-upa 1 ekor, acara saur matua (kematian) sebanyak 5 ekor. Pada batak Mandailing ikan Mas wajib disertakan pada acara upa-upa sebanyak 7 ekor, acara pernikahan 1 ekor, acara kelahiran 3 ekor dan saur matua 5 ekor.

Penyajian ikan Mas arsik ini pun tidak boleh sembarangan. Ikan Mas harus disajikan dalam kondisi utuh, dari mulai kepala sampai ekornya. Sisik ikan Mas pun tidak boleh dibuang. Segala ketentuan itu melambangkan kehidupan manusia secara utuh. Ikan pun tidak boleh dipotong selama prosesi. Karena itu sama artinya dengan mengharapkan pasangan tidak memiliki keturunan. Selain itu, ikan Mas arsik harus disajikan dengan posisi kepala ikan menghadap orang yang menerimanya. Jika ikan yang digunakan jumlahnya lebih dari satu, semua ikan harus dibariskan secara sejajar. Posisi tersebut memiliki makna untuk keluarga yang menerima agar dapat menjalani segalanya secara beriringan dan dengan arah tujuan yang sama. Jika keluarga menghadapi kesulitan dan rintangan, diharapkan keluarga bisa menyelesaikannya secara bersama-sama.

Kesimpulan.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa Karakteristik konsumen yang membeli ikan Mas di pasar Tradisional Kota Medan lebih dominan berjenis kelamin perempuan dengan rentang umur antara 41- 50 tahun, bersuku batak Toba memiliki rata-rata tingkat pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) bekerja sebagai ibu rumah tangga (IRT) dengan rata-rata pendapatan berkisar Rp. 1.000.000-Rp. 2.000.000,- dan rata-rata memiliki jumlah anggota keluarga sebanyak 3 orang.

Ikan Mas yang menjadi preferensi konsumen di pasar Tradisional Kota Medan adalah Ikan Mas yang memiliki harga terjangkau, keadaan ikan yang masih hidup, memiliki mata ikan yang segar dan bening, insang yang berwarna merah segar, daging ikan yang padat dan kenyal serta bau ikan yang amis dan berlendir layaknya ikan yang segar. Preferensi konsumen terhadap atribut ikan Mas dilihat dari sikap konsumen dalam pembelian ikan Mas di pasar tradisional kota medan adalah lebih mempertimbangkan harga terlebih dahulu kemudian kualitas ikan seperti keadaan ikan, kesegaran mata ikan, kesegaran insang ikan, kelenturan daging ikan dan bau ikan.

Preferensi konsumen etnis batak dalam mengkonsumsi ikan Mas terbagi dalam beberapa suku, pada suku batak Toba ikan Mas dibutuhkan dalam jumlah ganjil seperti, pada acara pertunangan sebanyak 2 ekor, acara pernikahan sebanyak 1 ekor, pada acara mambosuri (7 bulanan) sebanyak 3 ekor, acara kelahiran sebanyak 3 ekor, acara syukuran atau upa-upa sebanyak 2 ekor dan acara kematian sebanyak 5 ekor. Kriteria atau ukuran ikan Mas berkisar 1-2 kg yang memiliki telur. Pada suku batak Karo Ikan Mas diseratakan sebagai alternatif lain selain Terites. Ikan Mas hanya diberikan pada tiga acara ini saja yaitu pada acara 7 bulanan sebanyak 1 ekor, acara kelahiran 3 ekor dan acara saur matua 1 ekor.

Pada suku batak Simalungun Ikan Mas disertakan berdampingan dengan Dayok binatur pada acara pertunangan dan pernikahan sebanyak 1 ekor, acara 7 bulanan sebanyak 3 ekor, acara kelahiran 3 ekor, acara syukuran atau upa-upa 1 ekor, acara saur matua (kematian) sebanyak 5 ekor. Pada batak Mandailing ikan Mas wajib disertakan pada acara upa-upa sebanyak 7 ekor, acara pernikahan 1 ekor, acara kelahiran 3 ekor dan saur matua 5 ekor.

Rekomendasi. Berdasarkan penelitian ini dapat disarankan, pemerintah sebaiknya bisa menjaga kelestarian budaya namun dibalik semua itu ketahanan stok ikan mas harus dijaga demi berjalannya budaya tersebut.

References

Ansella, J. 2019. Pendugaan parameter. Jakarta: Academia 2019.

Matheus, E. 2019. Budaya Batak. Makalah dikutip dari https://www. academia. edu/9349550/Makalah_tentang_budaya_batak.html (diakses pada tanggal 25 Agustus 2019).

Maxmanroe. 2019. Pengertian Budaya. https://www. maxmanroe. com/ vid/ umum pengertian-budaya.html. (diakses pada tanggal 10 Januari 2018).

Noviyanti, C. (2009). Potensi Komoditas Unggulan dan Lokasi Pengembangan. Potensi Sumatera Utara. https://www.scribd.com/doc/78500731/ potensi -sumatera-utara. (diakses pada tanggal 12 Januari 2012).

pardede, J. 2018. Batak dan Bukan Batak: Paradigma Sosiohistoris tentang Konstruksi Identitas Etnik di Kota Medan, 1906-1939.Jurnal Sejarah Citra Lekha. Vol 3, No 2.

Prinda, w. 2017. Model Sikap Fishbein. https://www.dictio.id/t/apa-yang dimaksud-dengan- model- sikap- fishbein.(diakses pada tanggal 17 November 2017.)

Samuel. 2016. Pengertian Preferensi. Enterpreneurship Education Without Bundaries.http://ciputrauceo.net/blog/2016/4/25/preferensi-konsumen-dan-tahapannya.(diakses pada tanggal 25 April 2016).

Snedecor GW , & Cochran WG . 2015. Menghitung Besar Sampel Penelitian - Uji Statistik.Skripsi.Statistical Methods 6th ed, Ames, IA: Iowa State University Press.

Timmen, M. 2015. Budaya Batak. Profil Ikan Mas Dalam Budaya Batak. https://www.kompasiana.com/ mariatimmen/profil-ikan-mas-dalambudaya batak.html (diakses pada tanggal 18 Mei 2011).