

Strategi Peningkatan Konsumsi Ikan di Kota Tegal, Provinsi Jawa Tengah

Viki Harinto¹, Retno Budhiati², Noor Zuhry²

¹ Mahasiswa Program Studi Pemanfaatan Sumberdaya Perikanan Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Pancasakti Tegal

² Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Pancasakti Tegal

ABSTRAK

Strategi peningkatan konsumsi ikan di Kota Tegal, Provinsi Jawa Tengah yang perlu dilakukan adalah : 1) Memperkuat dan memperluas konektivitas antara sentra produksi hulu, produksi hilir dan pemasaran secara efisien. 2) Promosi penggunaan teknologi produksi dan pemasaran yang lebih efisien dan efektif melalui media promosi yang ada. 3) Meningkatkan kesadaran masyarakat untuk gemar makan ikan melalui sosialisasi yang intensif. 4) Pelaksanaan Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia Nomor 5/Permen-Kp/2014 tentang Sistem Logistik Ikan Nasional (SLIN). 5) Mengembangkan ketersediaan produk perikanan yang bernilai tambah yang sehat dan aman melalui program penguatan dan pemerataan jaringan pemasaran hasil perikanan. 6) Menumbuhkan inovasi teknologi produk olahan hasil perikanan terutama untuk produk-produk yang tidak memiliki nilai ekonomis sehingga mempunyai nilai tambah.

Kata kunci : Strategi Peningkatan Konsumsi Ikan.

ABSTRACT

The increasing of fish consumption strategy in Tegal, Central Java Province that is necessary to be done are : 1) Streight and wide conictivity among hulu centra production, hilir production and marketing efficiently, 2) The promotion of using production technology and marketing that more efficiently and effectively through the promotion media, 3) Increasing the society thinking to like eat fish through intensive socialization, 4) The carried out of The Seaman and Fisheries Ministry regulation Indonesian Republic No. 5/Permen-KP/2014 about The System of Nasional Fish Logistic (SLIN), 5) The developing of fish product stock that is high value and healthy and safety through the strenght program and the spreading of fish product marketing, 6) The growth of inovation product first fish processing for products that have not economic value so they have high value.

Key Words : The Increasing of Fish Consumption Strategy

Pendahuluan

Laut Indonesia memiliki luas lebih kurang 5,6 juta km² dengan garis pantai sepanjang 81.000 km, dengan potensi sumberdaya, terutama perikanan laut yang cukup besar, baik dari segi kuantitas maupun diversitasnya. Potensi lestari sumberdaya ikan laut Indonesia diperkirakan sebesar 6,4

juta ton per tahun yang tersebar di perairan wilayah Indonesia dan perairan Zona Ekonomi Eksklusif (ZEE) Indonesia, yang terbagi dalam sembilan wilayah perairan utama Indonesia (Departemen Kelautan dan Perikanan, 2006). Hal ini merupakan potensi yang besar untuk dikelola dan dikembangkan.

Keberadaan Kota Tegal merupakan salah satu penghasil ikan laut di pantai Utara Jawa Tengah dengan produksi rata-rata 25.255 ton/ tahun. Selama 5 tahun terakhir yaitu dari tahun 2009 - 2013 di Kota Tegal mengalami fluktuasi produksi. Terjadinya fluktuasi produksi ini disebabkan oleh aktifitas penangkapan yang masih berorientasi pada perikanan skala kecil, untuk itu teknologi yang digunakan nelayan Tegal perlu ditingkatkan (Dinas Kelautan dan Pertanian Kota Tegal, 2014)

Perikanan merupakan komoditas yang mudah mengalami proses kemunduran mutu dan mengalami pembusukan, hal ini terjadi setelah ikan ditangkap. Oleh karena itu perlu penanganan yang cepat, tepat dan benar untuk menjaga kualitasnya sebelum dipasarkan dan sampai ke tangan konsumen. Selain itu dari segi ekonomi akan memberikan nilai tambah (*value added*) terhadap harga jual produk (Heruwati, 2002).

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pola konsumsi makan ikan di Kota Tegal, Provinsi Jawa Tengah
2. Merumuskan strategi peningkatan konsumsi ikan di Kota Tegal, Provinsi Jawa Tengah

Metode Penelitian

Metode yang digunakan adalah metode survey (Nazir, 1988). Metode ini dilakukan untuk memperoleh data-data tentang fakta dan gejala serta mencari keterangan yang faktual yang terjadi di lokasi penelitian Metode penelitian ini menggunakan skala terbatas (*grounded survey*) yang difokuskan kepada masyarakat yang terlibat langsung dalam kegiatan kuesioner konsumsi ikan melalui wawancara langsung dan pedoman pada daftar pertanyaan yang telah disediakan sebelumnya.

Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel menggunakan teknik *Simple Sampling Method* atau Metode Slovin (Ernawati, 1997) dengan formulasi :

$$n = \frac{N}{N d^2 + 1}$$

Dimana :

n = jumlah individu yang dijadikan sampel

N = jumlah populasi

d = derajat kecermatan (0,099)

Menurut Badan Pusat Statistik (2013), jumlah Kelurahan Muarareja ada 1.505 Kepala keluarga maka dapat disimpulkan bahwa :

$$n = \frac{1.505}{1.505 (0,099)^2 + 1}$$

$$= 96 \text{ Responden}$$

Sedangkan jumlah rumah tangga Kelurahan Keturen ada 1.139 Kepala keluarga maka dapat disimpulkan bahwa :

$$n = \frac{1.139}{1.139 (0,099)^2 + 1}$$

$$= 94 \text{ Responden}$$

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tahapan-tahapan prosedur dari pelaksanaan penelitian ini, yaitu :

1. Tahap persiapan, meliputi :
 - a. Melakukan konfirmasi pelaksanaan penelitian dengan pemerintah daerah dan masyarakat setempat.
 - b. Menyiapkan bahan dan peralatan penelitian antara lain alat tulis, kuesioner dan peralatan penunjang lainnya.
2. Tahap pelaksanaan, meliputi :
 - b. Pengambilan data primer tentang persepsi masyarakat melalui kuesioner maupun wawancara..
 - c. Hasil pengambilan data berupa kuesioner dan wawancara kemudian dilakukan pensortiran dan analisis data.
3. Tahap penyusunan laporan.

Analisis Deskriptif

Analisa deskriptif dilakukan pada sisi demografi responden yang diperoleh melalui wawancara dan kuesioner. Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui pola konsumsi ikan preferensi masyarakat terhadap ikan. Analisis ini diharapkan dapat memberikan gambaran profil suatu contoh atau populasi.

Analisis Persepsi Masyarakat

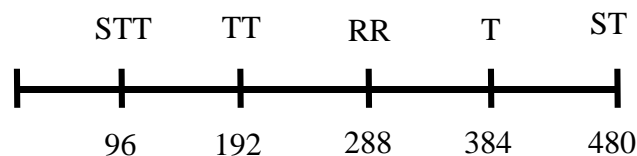
Data persepsi masyarakat yang akan dianalisis dalam penelitian ini adalah data yang menunjukkan tingkatan atau gradasi yang biasa disebut sebagai data ordinal. Skala pengukuran data primer menggunakan metode skala Likert (Sugiyono, 2006). Skala ini digunakan untuk mengukur persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial dan setiap jawaban menggunakan interval skor, seperti tabel 1 dibawah ini :

Tabel 1. Pengukuran Skala Likert Persepsi Masyarakat

Kategori (Nilai)	Interval Nilai/Jawaban	Bobot (%)
Sangat tahu (5)	13 – 15	81 – 100
Tahu (4)	10 – 12	61 – 80
Ragu - Ragu (3)	7 – 9	41 – 60
Tidak Tahu (2)	4 – 6	21 – 40
Sangat Tidak Tahu (1)	1 – 3	1 – 20

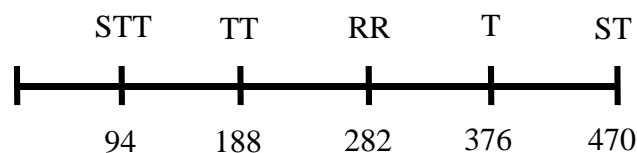
Data interval kemudian dianalisis dengan menghitung rata-rata jawaban berdasarkan skoring setiap jawaban dari responden Kelurahan Muarareja. Jumlah skor ideal seandainya semua responden

masuk dalam kategori sangat tahu adalah $5 \times 96 = 480$ dengan tingkat persepsi $(480 : 480) \times 100 \% = 100 \%$. Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut :



sedangkan data interval untuk Kelurahan Keturen kemudian dianalisis dengan menghitung rata-rata jawaban berdasarkan skoring setiap jawaban dari responden. Jumlah skor ideal seandainya semua

responden masuk dalam kategori sangat tahu adalah $5 \times 94 = 470$ dengan tingkat persepsi $(470 : 470) \times 100\% = 100\%$. Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut :



Analisis Kebijakan

Analisis Analisis selanjutnya untuk menemukan kesesuaian strategis antara peluang eksternal dengan kekuatan internal yang memperhatikan ancaman eksternal dan kelemahan internal, maka digunakanlah analisis SWOT yaitu analisis yang mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Dengan demikian rencana strategis (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada pada saat ini. Hal ini disebut dengan Analisis situasi dan model yang paling populer untuk analisis situasi adalah Analisis SWOT (Rangkuti, 2006).

Hasil dan Pembahasan

Menurut Badan Pusat Statistik Kota Tegal (2013) secara geografis Kota Tegal terletak pada posisi 109°08' sampai dengan 109°10' Bujur Timur dan 6°50' sampai dengan 6°53' garis Lintang Selatan. Luas wilayah Kota Tegal adalah 39,68 Km². Luas tersebut sekitar 0,11 % dari luas Provinsi

Jawa Tengah, secara administrasi Kota Tegal dibagi menjadi 4 Kecamatan dengan 27 Kelurahan, yaitu Kecamatan Tegal Selatan meliputi 8 Kelurahan, Kecamatan Tegal Barat meliputi 7 Kelurahan, Kecamatan Tegal Timur meliputi 5 Kelurahan dan Kecamatan Margadana meliputi 7 Kelurahan, dengan wilayah terluas adalah Kecamatan Tegal Barat sebesar 15,13 Km² disusul Kecamatan Margadana seluas 11,76 Km², Kecamatan Tegal selatan 6,43 Km² dan Kecamatan Tegal Timur seluas 6,36 Km² dengan batas wilayah sebelah Utara Laut Jawa, sebelah Timur Kabupaten Tegal, sebelah Selatan Kabupaten Tegal dan sebelah Barat Kabupaten Brebes. Kota Tegal secara umum dalam pembagian wilayah administrasi terletak di bagian Barat Provinsi Jawa Tengah.

Persepsi Masyarakat

Persepsi masyarakat tentang ikan masih memilih ikan segar, dibandingkan dengan ikan dalam bentuk olahan, karena pengetahuan dan informasi yang diperoleh cenderung ke arah ikan segar. Berdasarkan tingkat persepsi masyarakat tentang konsumsi ikan berdasarkan asal responden yaitu Kelurahan Muarareja Kota Tegal tersaji pada tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2. Persepsi Masyarakat tentang Konsumsi Ikan di Kelurahan Muarareja Kota Tegal

No.	Kategori (Nilai)	Variasi Jawaban	Frekuensi	Prosentase
1	Sangat Tahu (5)	13 - 15	50	52,08
2	Tahu (4)	10 - 12	35	36,46
3	Ragu - ragu (3)	7 - 9	6	6,25
4	Tidak Tahu (2)	4 - 6	3	3,13
5	Sangat Tidak Tahu (1)	1 - 3	2	2,08
Jumlah			96	100,00

Berdasarkan tabel di atas, persepsi masyarakat tentang konsumsi ikan di Kelurahan Muarareja Kota Tegal secara keseluruhan mempunyai tingkat persepsi sangat tahu mempunyai tingkatan tertinggi

sebesar 50 orang (60,10 %) sedangkan persepsi tahu mempunyai tingkatan sebesar 35 orang (33,65 %) dan persepsi ragu-ragu mempunyai tingkatan sebesar 6 orang (4,33 %) sedangkan persepsi tidak tahu

mempunyai tingkatan sebesar 3 orang (1,44 %) persepsi sangat tidak tahu mempunyai tingkatan sebesar 2 orang (0,48 %).

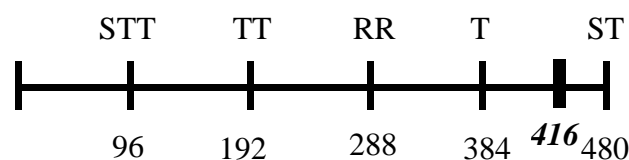
Data interval dianalisis dengan menghitung variasi jawaban berdasarkan kategori (nilai) setiap responden.

- Skor 50 orang kategori Sangat Tahu = 50 X5 = 250
- Skor 35 orang kategori Tahu = 35 X4 = 140
- Skor 6 orang kategori Ragu-ragu = 6 X3 = 18
- Skor 3 orang kategori Tidak Tahu = 3X2 = 6
- Skor 2 orang kategori Sangat Tidak Tahu = 2X1 = 2
- Jumlah = 416

Jumlah skor ideal seandainya semua responden masuk kategori sangat tahu adalah 5 X 96 = 480 dengan tingkat persepsi (480 : 480) X 100% = 100%. Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian adalah 416,

Berdasarkan kategori (nilai) yang telah ditetapkan dapat dihitung sebagai berikut (Sugiyono, 2006) :

sehingga tingkat persepsi masyarakat tentang konsumsi ikan (416 : 480) X 100% = 86,67 %. Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut



Berdasarkan perhitungan yang diperoleh dari 96 responden maka rata-rata tingkat persepsi masyarakat konsumsi ikan di Kelurahan Muarareja berada pada kategori sangat tahu. Sedangkan tingkat

persepsi masyarakat tentang konsumsi ikan berdasarkan asal responden yaitu Kelurahan Keturen Kota Tegal tersaji pada tabel 3 di bawah ini.

Tabel 3. Persepsi masyarakat tentang konsumsi ikan di Kelurahan Keturen Kota Tegal

No.	Kategori (Nilai)	Variasi Jawaban	Frekuensi	Prosentase	
1	Sangat Tahu (5)	13 - 15	28	29,79	
2	Tahu (4)	10 - 12	34	36,17	
3	Ragu-ragu (3)	7 - 9	11	11,70	
4	Tidak Tahu (2)	4 - 6	15	15,67	
5	Sangat Tidak Tahu (1)	1 - 3	6	6,38	
Jumlah				94	100,00

Berdasarkan tabel di atas, tingkat partisipasi masyarakat terhadap upaya konsumsi ikan Kelurahan Keturen Kota Tegal mempunyai tingkat persepsi sangat tahu mempunyai tingkatan sebesar 28 orang (29,79%) sedangkan persepsi tahu

mempunyai tingkatan tertinggi sebesar 34 orang (36,17%) dan persepsi ragu-ragu mempunyai tingkatan sebesar 11 orang (11,70%) sedangkan persepsi tidak tahu sebesar 15 orang (15,67%) persepsi sangat

tidak tahu mempunyai tingkatan sebesar 6 orang (6,38%).

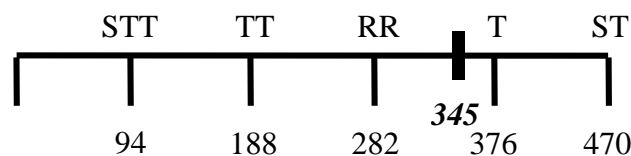
Data interval dianalisis dengan menghitung variasi jawaban berdasarkan

- Skor 28 orang kategori Sangat Tahu	= 28 X 5 = 140
- Skor 34 orang kategori Tahu	= 34 X 4 = 136
- Skor 11 orang kategori Ragu-ragu	= 11 X 3 = 33
- Skor 15 orang kategori Tidak Tahu	= 15 X 2 = 30
- Skor 6 orang kategori Sangat Tidak Tahu	= 6 X 1 = 6
Jumlah	= 345

Jumlah skor ideal seandainya semua responden masuk kategori sangat tahu adalah $5 \times 94 = 470$ dengan tingkat persepsi $(470 : 470) \times 100\% = 100\%$. Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian adalah 345,

kategori (nilai) setiap responden. Berdasarkan kategori (nilai) yang telah ditetapkan dapat dihitung sebagai berikut (Sugiyono, 2006) :

sehingga tingkat partisipasi masyarakat tentang Konsumsi Ikan $(345 : 470) \times 100\% = 73,40\%$. Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut :



Berdasarkan perhitungan yang diperoleh dari 94 responden maka rata-rata tingkat partisipasi berada pada kategori tahu. Menurut wawancara dan hasil kuesioner bahwa masyarakat Kelurahan Keturen mengerti akan kandungan gizi ikan, akan tetapi daya beli masyarakatnya kurang karena mahalnnya harga ikan. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor yang mempengaruhi konsumsi ikan yaitu selain jumlah pendapatan juga dipengaruhi oleh kebiasaan atau kesukaan pola makan, jenis pekerjaan ataupun status dan besarnya keluarga, untuk meningkatkan konsumsi ikan perlu adanya berbagai jenis olahan produk perikanan serta pendekatan dan media sosialisasi atau kampanye gemar makan ikan sebagai makanan yang menyehatkan dan mencerdaskan agar kemampuan otak menjadi lebih baik.

Analisis SWOT

Hasil kajian di lapangan dan hasil analisis data menjelaskan potensi dan permasalahan yang ada dalam Konsumsi

Ikan Kelurahan Muarareja dan Kelurahan Keturen Kota Tegal. Untuk mendapatkan rumusan-rumusan strategi Peningkatan Konsumsi Ikan diperlukan identifikasi faktor-faktor strategis baik lingkungan eksternal maupun lingkungan internal,

Faktor Internal Kekuatan (S)

- Kandungan Gizi Ikan yang Tinggi
- Masih tersedianya sumberdaya perikanan
- Ikan sebagai Bahan Pangan yang mudah didapatkan

Kelemahan (W) :

- Belum meratanya distribusi, ikan dan masih banyak produk ikan yang berkualitas kurang prima.
- Konsumsi ikan masyarakat Kota Tegal masih di bawah target Kementerian Kelautan dan Perikanan yang sebesar 38 Kg/Kapita/Tahun.
- Jenis ragam produk dan pengembangan produk bernilai tambah belum optimal.
- Informasi teknologi penanganan dan motivasi serta keinginan untuk

- meningkatkan pengetahuan/keterampilan belum optimal.
- Kurangnya intensitas promosi produk perikanan yang bernilai tambah.

Faktor Eksternal

Peluang (O) :

- Dukungan Pemerintah melalui Program Gemarikan
- Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia Nomor 5/Permen-Kp/2014 tentang Sistem Logistik Ikan Nasional (SLIN)
- Tersedianya media untuk mempromosikan produk perikanan

- Diversifikasi Olahan Ikan

Ancaman/Tantangan (T) :

- Ikan mudah mengalami penurunan mutu
- Penanganan ikan yang kurang Higienis karena terbatasnya sarana penanganan ikan.
- Pengawetan dengan bahan Kimia yang berbahaya
- Harga Ikan masih cukup mahal dibandingkan daya beli masyarakat
- Lemahnya jaminan mutu dan keamanan hasil perikanan (quality assurance and food safety).

Tabel 4 Ilustrasi Matriks SWOT

Faktor Internal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	Strategi SO	Strategi WO
Faktor Eksternal	Strategi ST	Strategi WT
Peluang (O)	Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dengan memanfaatkan peluang
Ancaman (T)	Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Strategi SO

- Meningkatkan pengetahuan stakeholder produk perikanan tentang cara penanganan dan pengolahan yang baik GMP (*Good Manufacturing Practice*) melalui sosialisasi atau pelatihan
- Efisiensi manajemen rantai pasokan ikan, bahan dan alat produksi, serta informasi dari hulu sampai dengan hilir.
- Meningkatkan partisipasi stakeholder produk perikanan dengan mengembangkan program promosi melalui berbagai macam kegiatan

Strategi WO

- Memperkuat dan memperluas konektivitas antara sentra produksi hulu, produksi hilir dan pemasaran secara efisien.

- promosi penggunaan teknologi produksi dan pemasaran yang lebih efisien dan efektif melalui media promosi yang ada.
- Meningkatkan kesadaran masyarakat untuk gemar makan ikan melalui sosialisasi yang intensif.
- Pelaksanaan Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia Nomor 5/Permen-Kp/2014 tentang Sistem Logistik Ikan Nasional (SLIN)
- Mengembangkan ketersediaan produk perikanan yang bernilai tambah yang sehat dan aman melalui program penguatan dan pemerataan jaringan pemasaran hasil perikanan.
- Menumbuhkan inovasi teknologi produk olahan hasil perikanan terutama untuk produk-produk yang tidak memiliki nilai

ekonomis sehingga mempunyai nilai tambah.

Strategi ST

- Menerapkan sistem jaminan mutu produk perikanan yang aman dan sehat melalui cara-cara pengolahan yang higienis sesuai GMP (*Good Manufacturing Practice*), SSOP (*Standartd Sanitation Operation Procedure*), HACCP (*Hazard Analisis Critikal Control Point*)
- Meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang produk perikanan yang sehat dan aman melalui sosialisasi yang intensif. Mengembangkan Kompetensi SDM bidang penanganan dan pengelolaan hasil perikanan melalui pelatihan standarisasi produk perikanan yang aman dan sehat.

Strategi WT

- Memperkuat jaringan kelembagaan pemasaran produk perikanan sampai ke tingkat Kelurahan.

- Memperkuat lembaga terkait untuk mengantisipasi dan mensiasati peredaran produk perikanan yang kurang berkualitas dan mengandung bahan kimia berbahaya melalui peningkatan sarana dan prasarana.
- Menegakkan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku, terkait jaminan mutu dan keamanan produk hasil perikanan.
- Mendorong peningkatan kesadaran masyarakat untuk gemar makan ikan melalui sosialisasi yang intensif.

Setelah menentukan alternatif-alternatif strategi, langkah selanjutnya adalah menjumlah skor dari masing-masing alternatif strategi. Strategi dengan jumlah skor tertinggi merupakan alternatif strategi yang diprioritaskan untuk dilakukan tersaji pada tabel 5 di bawah ini.

Tabel 5. Rangkings Alternatif Strategi Peningkatan Konsumsi di Kelurahan Muarareja dan Kelurahan Keturen Kota Tegal

No.	Alternatif Strategi	Keterkaitan	Total Skor	Rangkings
1.	Strategi SO	S (1 - 3), O (1 - 4)	102	3
2.	Strategi ST	S (1 - 3), T (1 - 5)	94	4
3.	Strategi WO	W (1 - 5), O (1 - 4)	127	1
4.	Strategi WT	W (1 - 5), T (1 - 5)	119	2

Tabel 5 di atas menunjukkan bahwa dari pengelompokan alternatif strategi menjadi 4 peringkat, alternatif strategi WO menempati peringkat pertama dalam skala prioritas Strategi Peningkatan Konsumsi Ikan di Kota Tegal disusul alternatif strategi WT pada peringkat kedua, alternatif strategi SO peringkat ketiga dan alternatif strategi ST peringkat keempat. Sehingga alternatif strategi yang diprioritaskan untuk dilakukan adalah :

- Memperkuat dan memperluas konektivitas antara sentra produksi hulu, produksi hilir dan pemasaran secara efisien.

- Promosi penggunaan teknologi produksi dan pemasaran yang lebih efisien dan efektif melalui media promosi yang ada.
- Meningkatkan kesadaran masyarakat untuk gemar makan ikan melalui sosialisasi yang intensif.
- Pelaksanaan Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia Nomor 5/Permen-Kp/2014 tentang Sistem Logistik Ikan Nasional (SLIN)
- Mengembangkan ketersediaan produk perikanan yang bernilai tambah yang sehat dan aman melalui program penguatan dan pemerataan jaringan pemasaran hasil perikanan.

- Menumbuhkan inovasi teknologi produk olahan hasil perikanan terutama untuk produk-produk yang tidak memiliki nilai ekonomis sehingga mempunyai nilai tambah.

Kesimpulan

Dari hasil pembahasan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa pola konsumsi ikan dan strategi peningkatan konsumsi ikan di Kota Tegal Propinsi Jawa Tengah adalah sebagai berikut :

1. Pola konsumsi ikan memilih protein hewani ikan dari pada protein hewani dari daging, dengan alasannya karena ikan mudah didapat dan mempunyai kandungan gizi yang tinggi dan lebih menyukai ikan segar dan ikan olahan karena rasanya lebih enak, untuk mendapatkan ikan dengan cara membeli dipasar dan pedagang sayur keliling.
2. Alternatif strategi yang diprioritaskan dalam peningkatan konsumsi ikan di Kota Tegal Propinsi Jawa Tengah adalah :
 - Memperkuat dan memperluas konektivitas antara sentra produksi hulu, produksi hilir dan pemasaran secara efisien.
 - Promosi penggunaan teknologi produksi dan pemasaran yang lebih efisien dan efektif melalui media promosi yang ada.
 - Meningkatkan kesadaran masyarakat untuk gemar makan ikan melalui sosialisasi yang intensif.
 - Pelaksanaan Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia Nomor 5/Permen-Kp/2014 tentang Sistem Logistik Ikan Nasional (SLIN)
 - Mengembangkan ketersediaan produk perikanan yang bernilai tambah yang sehat dan aman melalui program penguatan dan pemerataan jaringan pemasaran hasil perikanan.
 - Menumbuhkan inovasi teknologi produk olahan hasil perikanan

terutama untuk produk-produk yang tidak memiliki nilai ekonomis sehingga mempunyai nilai tambah.

Saran

Untuk mendukung strategi peningkatan konsumsi ikan di Kota Tegal disarankan agar :

1. lebih meningkatkan konsumsi ikan dengan berbagai macam produk olahan ikan
2. Lembaga Pemerintah memfasilitasi kegiatan promosi produk perikanan secara berkelanjutan.
3. Pemerintah turut serta membangun sarana dan prasarana produk perikanan.

Ucapan Terimakasih

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk, yang telah membiayai Penelitian ini dalam rangka Program Indofood Riset Nugraha tahun 2014/2015

Daftar Pustaka

- Baban Pusat Statistik, 2013. *Kota Tegal dalam Angka*. Tegal
- Departemen Kelautan dan Perikanan. 2006. *Badan Riset kelautan dan perikanan*. Jakarta.
- Dinas Kelautan dan Pertanian. 2014. *Potensi Sumberdaya Perikanan Kota Tegal*. Tegal
- Heruwati, E,S. 2002. *Pengolahan Ikan Secara Tradisional*. Pusat Riset Pengolahan Produk dan Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan. Jakarta
- Nazir. 1998. *Metodologi Penelitian*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Rangkuti, F., 2006. *Analisis SWOT Teknik membedah Kasus Bisnis*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sugiyono, 2006. *Metode Penelitian Administrasi*. ALFABETA. Bandung