

Analisis Permintaan Ikan (Studi Kasus di Desa Semparuk Kecamatan Semparuk)

Analysis Of Fish Demand (Case Study in Semparuk Village, Semparuk Sub-District)

Muslimin¹, Harmoko^{1*}, Muslimah¹

¹Politeknik Negeri Sambas

Info Artikel:

Diterima : Jan 2021
Disetujui : Mar 2021
Dipublikasi : Mar 2021

Kata Kunci:

Harga Ikan, Pendapatan,
Permintaan, Selera
Konsumen, Desa
Semparuk

Keywords:

Fish Price, Income,
Demand, Consumer
Tastes, Semparuk Village

*Korespondensi:

harmoko.ok@gmail.com



Copyright © 2021 The Author(s)
<http://ojs.politesa.ac.id/index.php/nekton>

Abstrak. Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor – faktor yang mempengaruhi permintaan ikan di Desa Semparuk Kecamatan Semparuk. Sampel dalam penelitian ini yaitu pedagang ikan yang menetap dan berkeliling di Desa Semparuk yang berjumlah 15 pedagang, dan masyarakat sebagai konsumen ikan sebanyak 60 responden. Analisis data menggunakan perhitungan statistik dengan teknik pengolahan data menggunakan *software* SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa permintaan ikan di Desa Semparuk secara serempak dipengaruhi oleh harga ikan, pendapatan masyarakat dan selera konsumen. Hasil analisis data secara regresi linier berganda menghasilkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,824 artinya bahwa variabel harga (X_1), selera konsumen (X_2) dan pendapatan konsumen (X_3) mempengaruhi permintaan ikan (Y) di Desa Semparuk sebesar 82,4%. Sisanya sebesar 17,6% dipengaruhi faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Abstract. The purpose of this research is to analyze the factors affecting the demand for fish in the Semparuk Sub-district. The samples in this study were the fish traders who settled and traveled in Semparuk village which amounted to 15 merchants, and the community as a consumer of fish as many as 60 respondents. Data analysis used statistical calculations with data processing techniques using *software* SPSS 25. The results showed that fish demand in Semparuk village was simultaneously influenced by price, income, and taste. The results of the data analysis in multiple linear regression resulted in an Adjusted R Square value of 0.824 meaning that variable prices (X_1), consumer tastes (X_2), and consumer income (X_3) affected fish demand (Y) in Semparuk Village by 82.4 %. The remaining 17.6 % was influenced by other factors not included in the study.

PENDAHULUAN

Kabupaten Sambas merupakan salah satu Kabupaten di Kalimantan Barat yang memiliki panjang pantai sejauh 198,76 km dengan karakteristik Sebagian besar adalah pantai berpasir membentang dari Semelagi Besar (Kecamatan Selakau) hingga Tanjung Datok (Kecamatan Paloh). Produksi perikanan di Kabupaten Sambas berasal dari perikanan tangkap maupun budidaya. Pada tahun 2018 mengalami peningkatan sebesar 3,77 % yang terdiri dari 5.890 ton produksi perikanan laut, 7.903,23 ton produksi budidaya ikan, dan 139,14 ton produksi perikanan umum. Hal ini ditunjang dengan luasnya areal perairan di Kabupaten Sambas yang menyebabkan subsector perikanan menjadi salah satu sumber pendapatan bagi masyarakat (BPS Kabupaten Sambas 2019).

Kecamatan Semparuk khususnya Desa Semparuk merupakan salah satu desa yang berdekatan dengan salah satu kecamatan yang memiliki produksi perikanan tangkap yang besar yaitu Kecamatan Pemangkat dan Kecamatan Selakau. Pedagang-pedagang ikan yang ada di Desa Semparuk semuanya mengambil ikan dari nelayan yang ada di dua kecamatan tersebut. Desa Semparuk juga memiliki nelayan tradisional yang mencari ikan di muara sungai yang ada di Kecamatan Pemangkat, yang ikannya dijual di pasar-pasar ikan yang ada di Desa Semparuk. Jenis-jenis ikan laut dan ikan air tawar yang sering dikonsumsi oleh masyarakat di desa ini diantaranya ikang manyung, gulamah, pari, kembung, lemuru, layang, tenggiri, tongkol, cakalang, marlin, dan layaran. Sedangkan ikan air tawar yaitu ikan lele, nila, gabus, baung, dan jenis lainnya.

Permintaan ikan dapat diklasifikasikan menjadi dua, pertama permintaan ikan untuk konsumsi masyarakat dan kedua permintaan ikan sebagai bahan olahan makanan untuk rumah makan. Permintaan ikan untuk masyarakat umumnya digunakan sebagai lauk pauk, sedangkan permintaan ikan untuk bahan olahan makanan sebagai pemenuhan kebutuhan masyarakat olahan siap saji. Pedagang ikan yang berjualan di Desa Semparuk ada yang berjualan menetap seperti pasar ikan, pasar pagi dan berkeliling menggunakan sepeda motor.

Berdasarkan penjelasan di atas, analisis permintaan ikan di Desa Semparuk penting untuk dilakukan agar dapat diketahui permintaan dan penawaran ikan di Desa Semparuk dan mencari faktor-faktor yang mempengaruhinya. Selain itu terbatasnya hasil penelitian di wilayah Kabupaten Sambas tentang analisis permintaan ikan mendorong penulis melakukan penelitian ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei - Juni 2020 sampai dengan bulan Juni 2020. Penelitian ini berlokasi di Desa Semparuk, Kecamatan Semparuk Propinsi Kalimantan Barat. Tempat pelaksanaan penelitian ini dipilih secara sengaja karena desa ini berada tepat di pusat perbelanjaan, banyak aktivitas berjual beli masyarakat, serta berdekatan dengan nelayan pemasok ikan terbesar di Kabupaten Sambas yaitu Kecamatan Pemangkat dan Kecamatan Selakau.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran tentang permintaan ikan di Desa Semparuk. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan total sampling untuk sampel pedagang dan accidental sampling untuk konsumen yang membeli ikan di pasar. Sampel

pedagang yang dipilih dalam penelitian ini hanya berjumlah 15 pedagang ikan yang terbagi atas pedagang menetap berjumlah 11 pedagang sedangkan untuk pedagang berkeliling menggunakan sepeda motor berjumlah 4 orang.

Teknik analisis data yang digunakan menggunakan analisis regresi linear berganda yang dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel harga ikan (X_1), pendapatan masyarakat (X_2) dan selera konsumen (X_3) merupakan faktor yang diduga mempengaruhi permintaan ikan di Desa Semparuk (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Permintaan dan Penawaran Ikan di Desa Semparuk

Menurut Mankiw et al. (2014) permintaan (*Demand*) dan penawaran (*Supply*) adalah dua kata yang paling sering digunakan oleh para ekonomi. Permintaan dan penawaran adalah kekuatan yang mendorong berkerjanya ekonomi pasar. Dengan adanya permintaan dan penawaran yang menentukan berapa banyak sebuah barang dihasilkan dan berapa harga yang dikenakan untuk barang tersebut ketika akan dijual.

Permintaan

Jumlah permintaan ikan ditunjukkan dari seberapa sering responden mengkonsumsi ikan setiap minggu dan berapa jumlah ikan yang dibeli dalam satu kali pembelian. Jumlah permintaan ikan dan harga ikan yang dibeli oleh responden setiap minggu disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah Permintaan Ikan dan Harga Ikan

Harga Ikan (Rp)	Jumlah Permintaan Ikan (Kg)
20.000	7
25.000	6
30.000	5
35.000	4
40.000	3
45.000	2
50.000	1

Berdasarkan tabel 1 dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi harga ikan, maka semakin berkurang jumlah permintaan ikan, sedangkan semakin rendah harga ikan maka semakin banyak jumlah permintaan ikan. Menurut Mankiw et al. (2014) jumlah permintaan (*quantity demanded*) untuk setiap produk adalah jumlah barang yang ingin dibeli oleh pembeli dan mampu untuk membelinya. Pada setiap barang apa pun, ada banyak hal yang menentukan jumlah yang akan diminta oleh pembeli, akan tetapi satu hal yang sangat berperan yaitu harga barang tersebut. Jumlah

permintaan barang menurun ketika harga naik dan meningkat ketika harga turun.

Konsumen dalam mengkonsumsi ikan memiliki alasan yang berbeda-beda, ada yang menilai harganya yang murah, mudah untuk di dapat, sesuai selera, dan memiliki gizi dan protein yang baik untuk keluarga. Jenis-jenis ikan yang dikonsumsi juga beragam sesuai dengan selera konsumen, setiap minggunya konsumen mengkonsumsi 3 – 6 jenis ikan yang berbeda-beda sesuai dengan yang di jual oleh pedagang.

Penawaran

Menurut Rosyidi (2014) penawaran adalah suatu daftar yang menunjukkan jumlah – jumlah barang yang ditawarkan untuk dijual pada berbagai tingkat harga dalam suatu pasar pada suatu waktu tertentu. Jumlah penawaran naik ketika harga tinggi dan turun ketika harga rendah, jumlah penawaran berhubungan positif dengan harga barang. Hubungan antara harga dan jumlah penawaran ini disebut dengan hukum penawaran (*low of supply*). Jumlah penawaran ikan dan harga ikan di Desa Semparuk ditunjukkan pada Tabel 2

Tabel 2. Jumlah Penawaran Ikan dan Harga Ikan

Harga Ikan (Rp)	Jumlah Penawaran Ikan (Kg)
20.000	425
25.000	475
30.000	525
35.000	575
40.000	625
45.000	675
50.000	725

Pada tabel 4.10 terjadi jumlah penawaran dalam jumlah besar yaitu 725 Kg tetapi memiliki harga yang tinggi yaitu Rp.50.000. hal ini terjadi karena harga ikan mengalami kenaikan harga dan penjual ikan menambah stok barang karena bisa menghasilkan keuntungan yang besar. Hal ini sejalan dengan menurut Mankiw et al. (2014) jumlah penawaran (*quantity supplied*) dari barang adalah banyaknya barang yang bersedia dijual oleh penjual. Ketika harga ikan naik, maka penjualan ikan sangat menguntungkan dan jumlah penawaran banyak. Sebaliknya, apabila harga ikan turun, pasar ikan menjadi kurang menguntungkan dan penjual hanya sedikit menjual ikan.

Setiap pedagang setiap harinya menjual ikan dengan jumlah yang berbeda beda, tergantung dengan kondisi yang ada di masyarakat, pada bulan ramadhan yang bertepatan dari tanggal 12 Mei 2020 – 23 Mei 2020 pada penelitian ini penawaran tertinggi hanya mencapai 680 Kg. Hal ini

terjadi karena permintaan konsumen sedikit dan di sebabkan perekonomian masyarakat mulai melemah, dikarenakan terjadinya wabah Covid -19 yang melanda Indonesia bahkan Dunia, sehingga banyak masyarakat yang tidak beraktivitas di luar rumah.

Setelah bulan ramadhan dan memasuki bulan syawal terjadi peningkatan permintaan dari tanggal 26 Mei 2020 – 9 Juni 2020 permintaan tertinggi mencapai 760 Kg. Hal ini terjadi karena selera konsumen sudah mulai meningkat untuk mengkonsumsi ikan dan wabah Covid – 19 sudah mulai berangsur membaik di daerah Kabupaten Sambas bahkan di Desa Semparuk. Sehingga masyarakat sudah mulai untuk beraktivitas di luar rumah untuk berbelanja.

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan ikan

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji hipotesis pengaruh secara Bersama-sama antara variabel bebas (pendapatan, harga ikan, dan selera konsumen) terhadap variabel tergantung (permintaan ikan). Berdasarkan estimasi regresi linear berganda didapatlah persamaannya sebagai berikut :

$$Y = - 788,989 - 6,979X_1 + 9,064X_2 + 41,603X_3$$

Dari persamaan diatas dapat disimpulkan yaitu : pertama, harga ikan memiliki hubungan negatif terhadap permintaan ikan; kedua, pendapatan dan selera konsumen memiliki hubungan positif terhadap permintaan ikan; ketiga, kontribusi variabel lain diluar harga ikan, pendapatan dan selera konsumen memberikan dampak negatif terhadap permintaan ikan.

Harga merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi permintaan masyarakat terhadap suatu barang. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diperoleh bahwa harga memiliki pengaruh negatif terhadap permintaan. Hubungan negative tersebut artinya Ketika harga ikan naik maka jumlah permintaan ikan akan turun. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Kasmi (2014) bahwa hasil penelitian terhadap fungsi permintaan ekspor ikan hias injel napoleon, diperoleh harga ekspor injel napoleon berpengaruh negatif signifikan terhadap jumlah permintaan ekspor injel napoleon.

Tingkat pendapatan responden akan menunjukkan daya beli dari seorang konsumen. Noor (2011) mengemukakan bahwa pendapatan konsumen merupakan keinginan konsumen ataupun kemampuan konsumen untuk membayar suatu barang, dimana ketika penghasilan meningkat maka permintaan barang juga akan meningkat. Salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat pendapatan yaitu jenis pekerjaan dari responden. Jenis pekerjaan dalam penelitian ini adalah sebagai petani, wiraswasta, honorer, PNS, dan pedagang ikan pendapatan dalam hal ini

adalah pendapatan konsumen yang diterima dari pekerjaannya dalam waktu satu bulan.

Selera konsumen merupakan salah satu faktor yang mampu mempengaruhi permintaan konsumen terhadap suatu barang. Menurut Noor (2011), selera atau cita rasa konsumen terhadap barang dan jasa (warna, bau, rasa model) juga akan mempengaruhi besar kecilnya konsumsi dan permintaan akan suatu barang dan jasa. Selera konsumen dapat diidentifikasi dengan melihat preferensi konsumen, persepsi konsumen dan kesadaran konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Syafriadi (2016) dengan menggunakan indikator kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa selera dan pendapatan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemampuan beli pelanggan di restoran McDonald's Kualanamu Sumatera Utara.

Hasil Uji F

Uji F merupakan uji secara serentak untuk mengetahui apakah variabel harga ikan, pendapatan dan selera konsumen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap permintaan ikan. Hasil pengujian dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji F

ANOVA^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	5330059,733	3	1776686,578	116,390	.000 ^b
1 Residual	1083809,413	71	15264,921		
Total	6413869,147	74			

a. *Dependent Variabel : permintaan*

b. *Predictors : (Constant), selera, harga, pendapatan*

Berdasarkan tabel anova uji F menunjukkan variabel harga (X_1), pendapatan (X_2), dan selera (X_3) terhadap permintaan ikan (Y) dari nilai F_{hitung} (116,390) > F_{tabel} (2,73) sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas (harga ikan, pendapatan, selera konsumen) secara serentak atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (permintaan ikan).

Untuk mengetahui kuat atau lemahnya hubungan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), maka dilakukan analisis korelasi (R) dan determinasi (R^2). Hasil pengujian dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil uji korelasi dan determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the
1	.912 ^a	0,831	0,824	123,551

Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai Adjusted R Square adalah 0,824. Hal ini berarti kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat adalah 82,4% sedangkan sisanya 17,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Diduga faktor lain yang dapat mempengaruhi permintaan ikan adalah faktor agama, budaya, dan tingkat pendidikan.

Menurut Noor (2011), faktor agama merupakan nilai luhur yang dipercaya oleh penganutnya, biasanya berisikan perintah dan larangan, termasuk untuk melakukan atau tidak melakukan, mengkonsumsi, atau tidak mengkonsumsi, hal ini merupakan faktor yang akan menentukan tingkat konsumsi atau permintaan akan barang. Sedangkan faktor budaya juga merupakan seperangkat nilai dan kebiasaan konsumen dalam menjalankan kehidupan pribadi, maupun kelompok. Budaya berisikan kebiasaan dan cara pandang mengenai perilaku manusia, termasuk dalam mengkonsumsi, sehingga budaya juga akan mempengaruhi tingkat konsumsi maupun permintaan akan barang.

Tingkat pendidikan dalam menentukan permintaan suatu barang dapat dilihat dari ketersediaan informasi serta pengetahuan dari konsumen. Keputusan seorang konsumen untuk membeli atau tidak suatu barang apabila seseorang pengetahuannya mengenai suatu barang mencukupi, apabila dilatarbelakangi dengan pendidikan yang relevan, maka keputusan untuk membeli atau tidak suatu barang akan cepat dilakukan.

KESIMPULAN

Berdasarkan uji F menunjukkan bahwa permintaan ikan di Desa Semparuk secara serempak dipengaruhi oleh harga ikan, pendapatan masyarakat dan selera konsumen. Berdasarkan nilai *Adjusted R Square* bahwa variabel harga, selera konsumen dan pendapatan mempengaruhi permintaan ikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2019). *Kabupaten Sambas Dalam Angka 2019*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Sambas. <https://sambaskab.bps.go.id/publication/2019/08/16/9975cff138812f357fff8a2d/kabupaten-sambas-dalam-angka-2019.html>
- Kasmi, M. (2014). Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Permintaan dan Penawaran Ekspor Ikan Hias Injel Napoleon *Pomacanthus Xanthometapon* di Sulawesi Selatan. *Jurnal Galung Tropika*, 3(2), 54–70. <http://dx.doi.org/10.31850/jgt.v3i2.78>
- Mankiw, N. G., Quah, M., & Wilson, P. (2014). Pengantar Ekonomi Mikro (Edisi Asia). Jakarta : Penerbit Salemba Empat.

- Noor, H. F. (2011). *Ekonomi Manajerial*. (Edisi 3). Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Rosyidi, S. (2014). *Pengantar Teori Ekonomi Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.
- Syafriadi. (2016). Pengaruh Selera dan Pendapatan Pelanggan Terhadap Kemampuan Beli Pelanggan di Restoran Mcdonald's Kualanamu Sumatra Utara. *Jurnal Ilmiah Research Sains*, 2(2), 1–13.