

TUGAS AKHIR PROGRAM MAGISTER (TAPM)

**ANALISIS TINGKAT PERMINTAAN IKAN SEGAR
DI KOTA AMBON**



**TAPM ini Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Magister Sains Dalam Ilmu Kelautan
Bidang Minat Manajemen Perikanan**

Disusun Oleh :

ERLYN MANUEL, S.Pi

NIM. 016381665

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS TERBUKA
JAKARTA
2015**

ABSTRACT

Analysis of Demand Fresh Fish in Ambon

Erlyn Manuel
Universitas Terbuka
manuel.erlyn.1977@gmail.com

This study was conducted from March to June 2014. The purpose of this study was to determine the influence of the price of fresh fish on demand, as well as the effect of substitution on demand goods fresh fish and know the price elasticity of demand for fresh fish by consumers in the city of Ambon. This data retrieval technique using purposive sampling in which a researcher - should be aware that the respondents were chosen to provide the desired information according to research problems. The results showed that fresh fish are an inferior good, which means that if the price of fresh fish increases, aka no change to the demand, the price of fresh fish increases, the demand will decrease nor vice versa. Means the price of fresh fish in Ambon very influential on demand. If the price of goods substitution increased the price of fresh fish demand will be higher. Neither revenue increasing effect on the demand for fresh fish. Price elasticity of demand for fresh fish by -0.282 ($e < 1$) Income elasticity of 4.786 ($e > 1$) and cross elasticity consisting of beef price elasticity of 1.231 ($e > 1$) the price elasticity of chicken meat 0.634 ($e < 1$) elastsitas price of eggs 0.406 ($e < 1$) and salted fish price elasticity of 0.018 ($e < 1$).

Key words: Demand analysis, fresh fish demand.



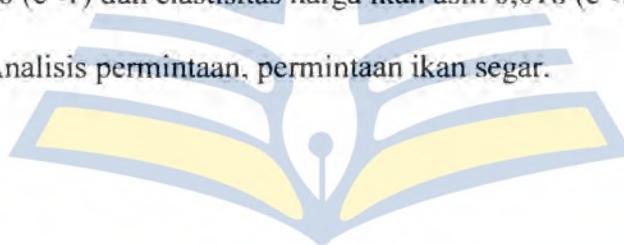
ABSTRAK

Analisis Tingkat Permintaan Ikan Segar di Kota Ambon

Erlyn Manuel
Universitas Terbuka
manuel.erlyn.1977@gmail.com

Penelitian tentang Analisis Tingkat Permintaan Ikan Segar di Kota Ambon telah dilaksanakan dari bulan Maret sampai Juni 2014. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh harga ikan segar terhadap permintaan, serta pengaruh barang substitusi terhadap permintaan ikan segar serta mengetahui elastisitas permintaan harga ikan segar oleh konsumen di Kota Ambon. Teknik Pengambilan data ini dengan menggunakan *purposive sampling* yang mengharuskan seorang peneliti benar – benar mengetahui bahwa responden yang dipilihnya dapat memberikan informasi yang diinginkan sesuai dengan permasalahan penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ikan segar merupakan barang normal bukan barang inferior. Jika harga ikan segar meningkat, maka akan ada perubahan terhadap permintaan. Harga ikan segar meningkat, maka permintaan akan menurun, begitupula sebaliknya. Harga ikan segar di Kota Ambon sangat berpengaruh terhadap permintaan. Jika harga barang substitusi mengalami kenaikan, maka permintaan ikan segar semakin meningkat. Begitu pula pendapatan yang semakin meningkat berpengaruh terhadap permintaan ikan segar. Elastisitas permintaan terhadap harga ikan segar sebesar $-0,282$ ($e < 1$). Elastisitas pendapatan sebesar $4,786$ ($e > 1$) dan elastisitas silang yang terdiri dari elastisitas harga daging sapi sebesar $1,231$ ($e > 1$), elastisitas harga daging ayam $0,634$ ($e < 1$), elastisitas harga telur $0,406$ ($e < 1$) dan elastisitas harga ikan asin $0,018$ ($e < 1$).

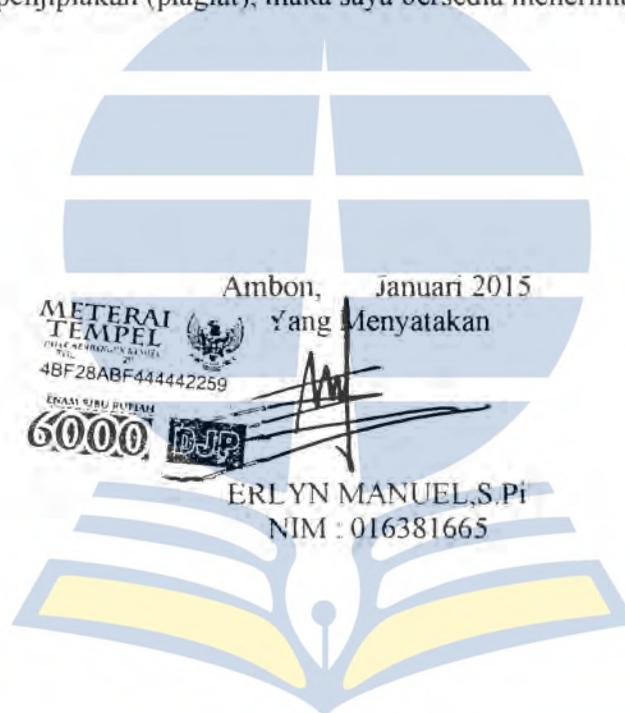
Kata Kunci: Analisis permintaan, permintaan ikan segar.



**UNIVERSITAS TERBUKA
PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER MANAJEMEN PERIKANAN**

PERNYATAAN

TAPM yang berjudul ‘ Analisis Tingkat Permintaan Ikan Segar di Kota Ambon’ adalah hasil karya saya sendiri, dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiat), maka saya bersedia menerima sanksi akademik.

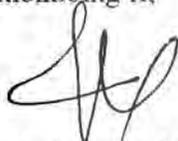


PERSETUJUAN TAPM

Judul TAPM : Analisis Tingkat Permintaan Ikan Segar di Kota Ambon
Penyusun TAPM : ERLYN MANUEL,S.Pi
NIM : 016381665
Program Studi : Magister Managemen Perikanan
Hari/Tanggal :

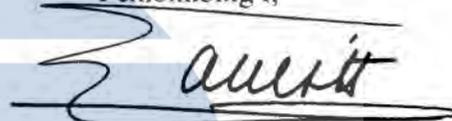
Menyetujui:

Pembimbing II,



Dr. Nurhasanah, M.Si
NIP. 19631111 198803 2 002

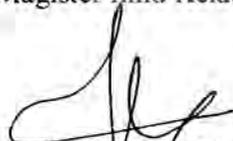
Pembimbing I,



Prof. Dr. Ir. J. Hiariey, M.Sc
NIP. 19590619 198403 1 002

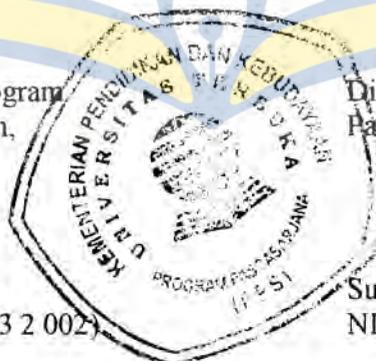
Mengetahui,

Ketua Bidang Ilmu/Program
Magister Ilmu Kelautan,



(Dr. Nurhasanah, M.Si)
(NIP. 19631111 198803 2 002)

Direktur Program
Pascasarjana,



Suciati, M.Sc, Phd
NIP. 19520213 198503 2 001

**UNIVERSITAS TERBUKA
PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER ILMU KELAUTAN
BIDANG MINAT MANAJEMEN PERIKANAN**

PENGESAHAN

Nama : ERLYN MANUEL
NIM : 016381665
Program Studi : Magister Ilmu Kelautan Bidang Minat Manajemen Perikanan
Judul TAPM : Analisis Tingkat Permintaan Ikan Segar Di Kota Ambon

Telah dipertahankan dihadapan Panitia Penguji Tugas Akhir Program Magister (TAPM) Program Studi Magister Ilmu Kelautan Bidang Minat Manajemen Perikanan, Program Pascasarjana Universitas Terbuka pada:

Hari/Tanggal : Sabtu/ 20 Desember 2014
Waktu :

Dan telah dinyatakan LULUS

PANITIA PENGUJI TAPM

Ketua Komisi Penguji

Nama: Dr. Sri Listyarini,M.Ed

Penguji Ahli

Nama: Prof.Dr.Mulyono S Baskoro,M.Sc

Pembimbing I

Nama: Prof.Dr.Ir.J.Hiariey,M.Sc

Pembimbing II

Nama: Dr.Nurhasanah,M.Si

Tandatangan



Handwritten signatures of the exam committee members, including the Chairman and the three examiners, positioned over dotted lines.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur, hormat dan terima kasih penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya oleh AnugerahNya, penulisan Tugas Akhir Program Magister (TAPM) dengan judul Analisis Permintaan Ikan Segar di Kota Ambon dapat terselesaikan. Penulisan TAPM ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Sains (M.Si) pada Program Magister Ilmu Kelautan bidang minat Manajemen Perikanan Universitas Terbuka. Penulis menyadari bahwa seluruh tahapan yang dilalui sampai pada penulisan TAPM ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan yang setinggi – tingginya kepada :

1. Direktur Program Pascasarjana Universitas Terbuka.
2. Kepala UPBJJ-UT Ambon selaku penyelenggara Program Pascasarjana.
3. Prof. Dr. Ir. J. Hiariey, M.Sc selaku Pembimbing I dan Dr. Ir. Nurhasanah, M.Si selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan TAPM ini.
4. Ketua Bidang MIPA selaku penanggung jawab Program Magister Ilmu Kelautan bidang minat Manajemen Perikanan.
5. Ir. Miranda Padang, M.Si yang selama ini telah memberikan motivasi dan dukungan yang begitu besar bagi penulis dalam menyelesaikan TAPM ini.

6. Sahabat terbaikku Juanita Sopaheluwakan, S.Pi atas bantuannya baik moril maupun finansial kepada penulis, dan tak pernah merasa bosan untuk memberikan bantuannya kepada penulis.
7. Bapak Absalom Unitly, S.AP yang telah membantu penulis mulai dari awal penyusunan sampai dengan selesainya penulisan TAPM ini.
8. Rekan – rekan Mahasiswa UT yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan TAPM ini.

Ucapan terima kasih yang teramat dalam penulis sampaikan kepada Mama dan Papa terkasih Ibu Roos Manuel dan Bapak Benjamin Manuel serta kakak dan adik tersayang Filps, Reinhard dan Ricky Manuel. Ucapan yang sama pula penulis sampaikan kepada yang tersayang Jonnes Jemfri Maitimu, SH yang telah memberikan dukungan moril dan materiil.

Akhir kata, kiranya Tuhan Yang Maha Kuasa berkenan membalas segala budi baik bapak, ibu dan saudara – saudara sekalian. Semoga TAPM ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Ambon, Januari 2015

Penulis

**UNIVERSITAS TERBUKA
PROGRAM PASCASARJANA**

Jl. Cabe Raya, Pondok Cabe, Pamulang, Tangerang Selatan 15418
Telp. (021) 7490941, Fax. (021) 7415588

BIODATA MAHASISWA

Nama : ERLYN MANUEL,S.Pi
NIM : 016381665
Tempat dan Tanggal Lahir : Ambon, 10 Juni 1977
Registrasi Pertama :
Riwayat Pendidikan : S1 Perikanan
Riwayat Pekerjaan : Pegawai Negeri Sipil Dinas Kelautan dan Perikanan
Provinsi Maluku
Alamat Tetap : Jl. A. Yani Soaema
Telp/HP : 082397586241
Email : manuel.erlyn@ yahoo. Go.id



DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
PRAKATA.....	vi
BIODATA MAHASISWA.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Kajian Teori	
A.1 Pengertian Produk ikan laut Segar.....	7
A.2 Permintaan	9
A.3 Faktor – faktor yang mempengaruhi Permintaan.....	11
A.4 Elastisitas.....	16
A.5 Konsumen Rumah Tangga	19
A.6 Keputusan Pembelian.....	20
B. Kerangka Berpikir	22
C. Definisi Operasional	25

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian	28
B. Waktu dan Lokasi Penelitian	28
C. Populasi dan Sampel	28
D. Instrumen Penelitian	29
E. Prosedur Pengumpulan Data	29
F. Metode Analisis Data	30
F.1 Spesifikasi Model.....	30
F.2 Pengujian Model	32
F.3 Analisis Respon Permintaan.....	38
F.4 Konsepsi Pengukuran.....	39

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	41
A.1 Letak dan Kondisi Umum.....	41
A.2 Iklim.....	42
A.3 Kependudukan.....	42
B. Karakteristik Responden.....	46
B.1 Usia	46
B.2 Jenis Kelamin	47
B.3 Tingkat Pendidikan	48
B.4 Pekerjaan	49
B.5 Pendapatan	50
C. Karakteristik Perilaku Konsmen Ikan Segar	51
D. Analisis Pendugaan Fungsi Permintaan Ikan Segar	52
D.1 Model Linear	53
D.1.a Spesifikasi Model Persamaan Pendugaan Permintaan Ikan Segar dengan Model Linear....	53
D.1.b Spesifikasi Regresi Linear Persamaan Pendugaan Permintaan Ikan Segar di Kota Ambon	54

D.2 Model Semilog Bentuk I	61
D.2.a Spesifikasi Model Persamaan Pendugaan Permintaan Ikan Segar dengan Model Semilog Bentuk I	61
D.2.b Spesifikasi Model Pendugaan Permintaan Ikan Segar oleh Konsumen Rumah Tangga di Kota Ambon dalam Model Semilog I	62
D.3 Model Semilog Bentuk II	69
D.3.a Spesifikasi Model Persamaan Pendugaan Permintaan Ikan Segar dengan Model Semilog Bentuk II	69
D.3.b Spesifikasi Model Pendugaan Permintaan Ikan Segar oleh Konsumen Rumah Tangga di Kota Ambon dalam Model Semilog II	70
D.4 Model Log Ganda	78
D.4.a Spesifikasi Model Persamaan Pendugaan Permintaan Ikan Segar dengan Model Log Ganda	78
D.4.b Model Persamaan Penduga Permintaan Ikan Segar oleh Konsumen Rumah Tangga di Kota Ambon dalam Model Log Ganda	78
E. Evaluasi Seluruh Model.....	85
F. Analisis Elastisitas.....	87
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	94
B. Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	97

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1	Perbandingan Nilai – nilai Gizi yang Terkandung dalam Beberapa Sumber Protein Hewani Tahun 2008	2
2	Data Produksi Ikan Segar di Kota Ambon Tahun 2014	3
3	Laju Pertumbuhan Penduduk Kota Ambon Tahun 2014	3
4	Jumlah Penduduk Kota Ambon Berdasarkan Jenis Kelamin Tahun 2014	42
5	Jumlah Penduduk Kota Ambon Berdasarkan Kelompok Umur Tahun 2014	44
6	Sarana dan Prasarana Pendidikan di Kota Ambon Tahun 2014	44
7	Jumlah Perahu Kapal Penangkapan Ikan Pada Pusat Pendaratan Ikan di Kota Ambon Tahun 2014	45
8	Volume Pemasaran Ikan Segar di Tempat Pelelangan Ikan di Kota Ambon Tahun 2014	46
9	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Tahun 2014	46
10	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Tahun 2014	47
11	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Tahun 2014	48
12	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan Tahun 2014	49
13	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan Tahun 2014	51
14	Karakteristik Responden Berdasarkan Preferensi Konsumen	51
15	Korelasi Antar Peubah Model Linear Tahun 2014	53
16	Koefisien Variabel – variabel Model Dugaan permintaan Ikan Segar oleh Konsumen Rumah Tangga di Kota Ambon Dengan Model Linear Tahun 2014	54
17	Koefisien Model Dugaan Permintaan Ikan Segar di Kota Ambon dengan Model Linear Tahun 2014	60

18	Korelasi Antar Peubah Model Semilog 1, Tahun 2014	62
19	Koofisien Variabel – variabel Model Dugaan permintaan Ikan Segar oleh Konsumen Rumah Tangga di Kota Ambon Dengan Model Semilog 1 Tahun 2014	63
20	Korelasi Antar Peubah Model Semilog 2, Tahun 2014	69
21	Koofisien Variabel – variabel Model Dugaan permintaan Ikan Segar oleh Konsumen Rumah Tangga di Kota Ambon Dengan Model Semilog 2 Tahun 2014	71
22	Koofisien Model Dugaan Permintaan Ikan Segar di Kota Ambon Dengan Model Semilog 2 Tahun 2014	76
23	Koofisien Variabel – variabel Model Dugaan Permintaan Ikan Segar Oleh Konsumen Rumah Tangga di Kota Ambon Dengan Model Log ganda Tahun 2014	79
24	Koofisien Model Dugaan Permintaan Ikan Segar di Kota Ambon Dengan Model Log ganda Tahun 2014	84
25	Elastisitas harga, Elastisitas Pendapatan dan Elastisitas Silang Tahun 2014.	88



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1	Kurva Permintaan Sukirno (1995)	10
2	Pergeseran Kurva Permintaan Lipsey (2002)	15
3	Elastisitas Permintaan Tidak Sempurna Sukirno (2002)	18
4	Elastisitas Permintaan Sempurna Sukirno (2002)	18
5	Elastisitas Permintaan Uniter	18
6	Elastisitas Permintaan yang Tidak Elastis	19
7	Elastisitas Permintaan yang Elastis	19
8	Kerangka Berpikir	24
9	Grafik Normal Probability Linear	58
10	Histogram Untuk Uji Normalitas Model Linear	58
11	Grafik Scatterplot Model Linear	59
12	Grafik Normal Probability Semilog 1	66
13	Histogram Untuk Uji Normalitas Model Semilog 1	66
14	Grafik Scatterplot Model Semilog 1	67
15	Grafik Normal Probability Semilog 2	75
16	Histogram Untuk Uji Normalitas Model Semilog 2	75
17	Grafik Scatterplot Model Log ganda	76
18	Grafik Normal Probability log ganda	82
19	Histogram Untuk Uji Normalitas Model Log ganda	82
20	Grafik Scatterplot Model Log ganda	83

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia sebagai Negara kepulauan terbesar di dunia dengan jumlah pulau 17.508 buah yang sebagian besar wilayahnya terdiri atas perairan, dengan panjang garis pantai sebesar 81.000 km, potensi perikanan yang besar, dengan total potensi sumber daya jenis pelagis besar dan kecil, ikan demersal, udang, karang, lobster, dan cumi mencapai 63.760.100 ton (DKP 2003). Potensi perikanan yang besar ini tidak diimbangi dengan tingkat produksi perikanan Indonesia. Berdasarkan data dari DKP, tingkat produksi ikan Indonesia pada tahun 2006 sebesar 6,78 Ton, yang terdiri atas ikan laut sebesar 4,16 juta ton dan ikan air tawar sebesar 2,62 juta ton. Selain tingkat produksinya yang masih rendah, tingkat konsumsi ikan per kapita masyarakat Indonesia pun masih terbilang rendah. Adapun tingkat konsumsi ikan per kapita masyarakat Indonesia pada tahun 2012 sebesar 33,86 kg/kapita/tahun, dan tahun 2013 sebesar 35 kg/kapita/tahun. Terlihat ada kenaikan tingkat konsumsi dari tahun 2012 ke tahun 2013. Walaupun terlihat ada kenaikan, konsumsi ikan per kapita masyarakat Indonesia masih jauh di bawah negara - negara tetangga seperti Thailand dan Malasya. Konsumsi ikan per kapita masyarakat Malasya per tahun 56,1 kg, sedangkan Singapura mencapai 48,9kg/kapita/tahun dan Filipina mencapai 35,4 kg/kapita/tahun. (KKP, 2014). Indonesia kaya akan sumberdaya ikan, namun belum sepenuhnya dikonsumsi oleh manusia atau masyarakat Indonesia.

Manusia memerlukan makanan untuk tumbuh, berproduksi, dan memelihara kesehatan yang baik. Memakan makanan yang benar dapat menghindarkan kita dari berbagai penyakit. Makanan yang baik adalah makanan yang mengandung unsur empat sehat lima sempurna. Makanan empat sehat lima sempurna di dalamnya terdapat lauk-pauk. Ikan merupakan salah satu jenis lauk-pauk yang dapat dikategorikan makanan empat sehat lima sempurna. Daging ikan memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan dengan daging lainnya, seperti daging ayam dan daging sapi telur maupun susu ini dapat dilihat pada perbandingan nilai gizi yang terkandung dalam berbagai sumber protein hewani yang tertera pada Tabel 1.

Tabel 1. Perbandingan Nilai-nilai Gizi yang Terkandung dalam Beberapa Sumber Protein Hewani (Sudihastuti, 2008)

Kandungan gizi	Ikan	Udang	Daging sapi	Daging ayam	Telur ayam	Susu sapi
Protein (%)	16,0-20,0	18,1	18,0	20,0	11,8	3,0
Lemak (%)	2,0-22,0	0,1	3,0	7,0	11,0	3,0
Karbohidrat (%)	0,5-1,5	1,5	12,0	1,1	11,7	4,0
Abu (%)	2,5-4,5	1,4	0,7	0,0	0,0	0,0
Vit A (IU/g)	50,000,0	0,0	600,0*	0,0	0,0	35,0
Vit B (IU/g)	20,0-200,000,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Kolesterol (mg/g)	70,0	125,0	70,0	6,0	550,0	1
Air (%)	56,8	78,5	75,5	72,9	65,5	87,0
Asam amino esensial	10,0	5,0	10,0	10,0	10,0	10,0
Asam amino non esensial	10,0	0,0	0,0	2,0	0,0	10,0

Ket : * = Pada hati sapi

Sumber: Sudihastuti, 2008

Berdasarkan Tabel 1, ikan memiliki kandungan gizi yang paling baik dibandingkan dengan sumber protein hewani lainnya. Daging ikan segar, mengandung protein yang berkualitas tinggi dibandingkan dengan ikan air tawar lainnya dan hewan lainnya. Protein dalam ikan segar sangat baik, karena tersusun dari asam-asam amino yang dibutuhkan tubuh untuk pertumbuhan. Selain itu

protein ikan amat mudah dicerna dan diabsorpsi tubuh (DKP 2003). Ikan pun sering disebut juga sebagai makanan untuk kecerdasan karena mengandung lemak omega-3 yang berfungsi sebagai asam lemak otak yang terutama berperan dalam proses tumbuh kembang otak janin.

Ikan segar sangat diminati oleh masyarakat di Kota Ambon. Beberapa alasan masyarakat mengkonsumsi ikan segar yaitu kandungan gizi, rasa gurih, kebiasaan makan dan alasan kesehatan, juga harganya yang relatif murah dan lainnya.

Anonimous (2009) melaporkan kelimpahan stok ikan pelagis di perairan Kota Ambon mencapai 701,57 ton/thn dengan tingkat MSY sebesar 350,79 ton/thn. Sedangkan produksi ikan segar di Kota Ambon pada tahun 2009 mencapai 24.576,20 ton/thn, 2010 : 25.768,40 ton/thn, 2011 : 28.450,53 dan tahun 2012 : 31.785,00. (DKP, 2013)

Hal ini memperlihatkan bahwa potensi sumberdaya perikanan belum dimanfaatkan seoptimal mungkin, namun disisi produksi terlihat ada peningkatan produksi ikan segar di Kota Ambon dari tahun 2009 sampai tahun 2012. Peningkatan jumlah produksi ikan segar di Kota Ambon yang berasal dari data produksi Kecamatan Nusaniwe, Kecamatan Sirimau, Teluk Ambon Dalam, Teluk Ambon Baguala, Leitimur Selatan untuk jenis ikan segar seperti cakalang, Tuna, Kembung, Tongkol, Layang, selar, lalosi, teri dan lainnya belum diimbangi dengan tingkat konsumsi ikan masyarakat Kota Ambon terhadap ikan segar. Sampai saat ini belum diungkapkan secara ilmiah mengenai jumlah permintaan ikan segar di Kota Ambon dalam kaitannya dengan determinan permintaan ikan segar. Untuk itulah penting untuk dilakukan penelitian mengenai "Analisis Tingkat Permintaan Ikan Segar di Kota Ambon".

Tabel 2. Data Produksi ikan segar di Kota Ambon 2014

NO	Jenis Ikan	Hasil (ton/tahun)
1	Cakalang	6.452,05
2	Tuna	2.106,78
3	Kembung	951,36
4	Tongkol	10.059,59
5	Layang	10.412,42
6	Selar	789,97
7	Lalosi	412,30
8	Teri	35,37
9	Lainnya	565,16

Sumber : Dinas Kelautan dan Perikanan Kota Ambon Tahun 2014

B. Perumusan Masalah

Kota Ambon merupakan Ibu kota Provinsi Maluku dengan tingkat produksi ikan segar mengalami peningkatan produksi dari tahun ke tahun.

Permintaan terhadap ikan segar dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain :

Pertama : adalah harga ikan segar itu sendiri. Ikan segar mempunyai harga yang relatif murah dibandingkan dengan komoditas substitusi lainnya. Harga rata-rata ikan segar yang biasa dikonsumsi oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon adalah Rp10.000,00 per kilogram, seperti Ikan Selar, Ikan layang, ikan komu, ikan momar sebesar Rp. 10.000 per kilogram, ikan Cakalang Rp.15.000 per kilogram, dan ikan Tatihu Rp. 20.000 per kilogram. Sedangkan harga komoditas substitusi bukan ikan pada Bulan Juni 2014 seperti daging ayam Rp. 50.000 per kilogram, daging sapi Rp. 80.000 per kilogram dan harga telur sebesar 18.000 per kilogramnya. *Kedua* : harga komoditas substitusi ikan segar. Berdasarkan teori ekonomi bila harga suatu komoditas substitusi mengalami kenaikan, maka jumlah permintaan komoditas utama akan mengalami kenaikan.

Sebaliknya, bila harga komoditas substitusi mengalami penurunan, maka jumlah permintaan terhadap komoditas utama akan mengalami penurunan.

Ketiga yaitu pendapatan keluarga. Berdasarkan teori ekonomi bila terjadi kenaikan pendapatan, maka jumlah permintaan terhadap komoditas utama akan mengalami kenaikan. Sebaliknya, bila terjadi penurunan maka jumlah permintaan komoditas utama akan mengalami penurunan. *Keempat* adalah selera atau cita rasa konsumen terhadap Ikan segar. Rasa gurih dan alasan kesehatan merupakan alasan yang mengungkapkan cita rasa konsumen terhadap Ikan segar.

Berdasarkan uraian di atas dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

- 1) Bagaimana model permintaan konsumen terhadap Ikan segar di Kota Ambon?
- 2) Bagaimana pengaruh faktor-faktor penentu permintaan ikan segar di Kota Ambon?
- 3) Berapa besar elastisitas harga, elastisitas pendapatan, dan elastisitas silang dari model permintaan tersebut?

Hipotesis penelitian adalah dapat diduga permintaan ikan segar di Kota Ambon dipengaruhi oleh faktor permintaan meliputi harga ikan segar, harga barang substitusi seperti harga daging ayam, harga daging sapi, harga telur, dan pendapatan keluarga, serta selera terhadap karakteristik ikan segar rasa dan gizi.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dan Kegunaan Tujuan penelitian ini adalah untuk:

- 1) Menentukan model permintaan konsumen rumah tangga terhadap Ikan segar di Kota Ambon

- 2) Menganalisis pengaruh faktor-faktor penentu terhadap permintaan Ikan segar di Kota Ambon
- 3) Menentukan nilai elastisitas harga, elastisitas pendapatan, dan elastisitas silang dari model permintaan tersebut.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah:

- 1) Bagi mahasiswa sebagai wadah untuk meningkatkan kemampuan berfikir dan meningkatkan daya nalar serta daya analisis, juga sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Magister Manajemen Perikanan
- 2) Sebagai salah satu sumber informasi bagi pemasar dalam menentukan strategi pemasaran dengan memperhatikan faktor-faktor permintaan yang mempengaruhinya.
- 3) Sebagai data dan informasi bagi para pengambil kebijakan dalam Perikanan Kota Ambon secara berkelanjutan

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

A.1 Pengertian Produk Ikan Laut Segar

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada seseorang untuk dapat memuaskan suatu kebutuhan atau keinginan. Produk disini dapat berupa objek berwujud (*tangible*) yang disebut produk atau pun (*intangibile*) yang disebut jasa. Dalam hal produk fisik kepentingannya tidak terlalu banyak hanya kepada kepentingan fisik saja, tetapi lebih pada kegunaannya untuk memuaskan keinginan konsumen. Jadi produk fisik sebenarnya hanyalah wahana yang dapat memberikan jasa atau pelayanan kepada konsumen (Kotler, 2003).

Produk ikan laut segar adalah ikan laut yang baru ditangkap yang belum mengalami perubahan apa pun; dan juga ikan yang sudah mengalami proses pengawetan dengan pembekuan atau pendinginan tetapi masih mempunyai sifat yang serupa dengan yang asli (Ilyas, 1993). Bagi produk ikan laut segar, kesegaran adalah identik dengan mutu. Ikan yang sangat segar berarti mempunyai mutu tinggi, sedangkan yang telah agak lama tertangkap mutunya berkurang. Jadi dalam pengertian kesegaran terlibat dua pertimbangan, yaitu waktu dan mutu. Dalam istilah “segar” tercakup dua pengertian, yaitu (1) baru saja ditangkap, tidak disimpan atau diawetkan; (2) mutunya masih orisinil, belum mengalami kemunduran dengan cara apapun (Anonim, 1972).

Banyak faktor yang berpengaruh dalam penentuan mutu ikan laut segar, tergantung pada sejarah ikan tersebut ditangkap sampai dengan saat ikan itu akan dinilai mutunya. Beberapa faktor tersebut antara lain (1) faktor biologis dan

lingkungan, termasuk jenis ikan dan ukurannya, kedewasaan seksual, keadaan kekenyangan (*feeding*), keadaan lingkungan selama dalam air (makanan, atau suhu), faktor musim, dan lain sebagainya; (2) faktor teknis penangkapan, yaitu metode penangkapan dan jenis alat penangkapan (pancing atau jaring insang), interval antara waktu tangkap dan saat ikan ditangkap dalam air; (3) cara *handling* di kapal, yaitu cara operasi (apakah ikannya utuh, disiangi, atau *difillet*), cara pendinginan (apakah dies atau tidak, didinginkan mekanis, dan didinginkan dalam larutan air garam), cara penyimpanan dalam palka; (4) cara bongkar dan *handling* di darat, yaitu bagaimana cara-cara bongkar dalam kapal; (5) hubungan antara waktu dan suhu, artinya berapa lama waktu telah berjalan dan bagaimana perubahan-perubahan suhu yang dialami ikan, sejak ditangkap hingga saat penilaian mutu. Demikianlah rumitnya faktor-faktor yang mempengaruhi kesegaran ikan sebelum dinilai mutunya (Anonim, 1972).

Ikan laut yang masih segar dapat diketahui dari karakteristik atau ciri-cirinya, yaitu sebagai berikut (1) matanya terang, bening, menonjol, dan cembung; (2) insangnya berwarna merah sampai merah tua, terang/cerah; (3) terdapat lendir alami menutupi baunya yang khas menurut jenis ikan dan warna lendir cemerlang seperti lendir ikan hidup; (4) warna kulit cemerlang dan belum pudar (5) dagingnya cerah dan elastis, bila ditekan tak ada bekas jari; (6) baunya segar dan menyenangkan seperti air laut/rumput laut dan tak ada bau-bau yang tak enak; (7) kondisinya bebas dari parasit apapun, tanpa luka-luka atau kerusakan pada badan ikan (Anonim, 1972).

Abdullah dan Baharomshah (1999) meneliti perilaku konsumsi daging dan ikan di Malaysia selang periode 30 tahunan. Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa

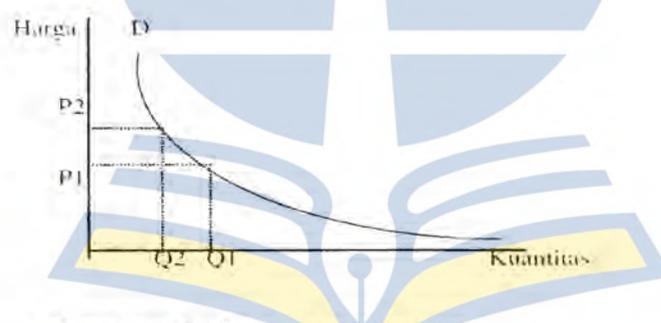
telah terjadi trend perubahan konsumsi daging ke konsumsi ikan di Malaysia selama periodisasi tersebut. Hal ini menurut mereka diakibatkan oleh perubahan paradigma berpikir warga Malaysia ke arah yang lebih sehat sehingga lebih memilih untuk mengkonsumsi ikan (daging putih) dibandingkan daging (daging merah).

A.2 Permintaan

Menurut Sukirno (2002) permintaan adalah kesediaan konsumen untuk membeli suatu produk pada tingkat harga tertentu. Kotler P (2003) menyatakan bahwa permintaan adalah keinginan akan produk spesifik yang didukung oleh kemampuan dan kesediaan untuk membeli. Permintaan pada hakekatnya adalah suatu kegiatan yang menggambarkan hubungan antara harga barang dengan jumlah barang yang diminta. Semakin rendah harga suatu barang, maka semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, makin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut (Sukirno 2002). Hal tersebut disebabkan oleh dua hal, yaitu pertama, sifat hubungan seperti itu disebabkan oleh kenaikan harga menyebabkan para pembeli mencari barang lain yang dapat digunakan sebagai pengganti terhadap barang yang mengalami kenaikan harga. Sebaliknya, apabila harga barang tersebut turun maka pembeli mengurangi jumlah pembelian terhadap barang lain yang sama jenisnya dan menambah pembelian terhadap barang yang mengalami penurunan harga. Kedua, kenaikan harga menyebabkan pendapatan riil para pembeli berkurang. Pendapatan yang merosot tersebut memaksa para pembeli untuk mengurangi pembeliannya terhadap berbagai jenis barang, dan terutama barang yang mengalami kenaikan harga (Sukirno 2002). Permintaan terhadap suatu produk dapat digambarkan

dalam kurva permintaan. Kurva permintaan adalah kurva yang menggambarkan sifat hubungan antara harga suatu barang dengan jumlah barang yang diminta. Dalam sebuah kurva permintaan dapat terjadi perubahan pada titik-titik kurva. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen rumah tangga terhadap suatu barang juga diteliti oleh Rohana dan Duakaju (2008). Dalam artikelnya mereka memaparkan faktor-faktor yang memengaruhi permintaan kedelai di Kota Samarinda. Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah harga kedelai, harga daging ayam, harga ikan laut segar, pendapatan penduduk dan permintaan kedelai tahun sebelumnya secara parsial bukan faktor yang memengaruhi permintaan kedelai di Kota Samarinda, akan tetapi secara simultan mempengaruhi permintaan kedelai di Kota Samarinda.

Permintaan dapat disajikan dalam bentuk grafik yang menghubungkan antara jumlah yang diminta dengan tingkat harga. (Gambar 1).



Gambar 1. Kurva permintaan
Sumber : Lipsey RG *et al.* (1995)

Hubungan antara berbagai harga alternatif dengan permintaan yang dihasilkan digambarkan dalam kurva permintaan. Pada kasus biasa, permintaan dan harga hubungannya berbanding terbalik, yaitu makin tinggi harganya, makin rendah permintaannya. Pada Gambar 1 dapat dilihat bahwa pada harga P1 kuantitas yang diminta adalah sebesar Q1, namun setelah terjadi kenaikan harga menjadi P2,

maka kuantitas barang yang diminta menjadi turun sebesar Q_2 (Lipsey *et al.*, 1995). Misalnya perusahaan roti yang menaikkan harga roti sebagai dampak dari kenaikan harga tepung terigu yang merupakan bahan baku pembuatan roti, sehingga hal ini akan mengakibatkan penurunan permintaan konsumen.

Sebaliknya kasus barang mewah, kurva permintaan tersebut kadang-kadang melandai ke atas. Perusahaan parfum menaikkan harganya dan malah akan menjual makin banyak parfumnya, bukan makin sedikit. Beberapa konsumen menganggap harga yang lebih tinggi adalah pertanda produk yang lebih baik, tetapi juga perlu diingat bahwa jika harga barang tersebut terlalu tinggi, tingkat permintaannya mungkin akan turun (Kotler, 2005)

A.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan

Lipsey *et al* (1995) menyatakan bahwa banyaknya komoditas yang akan dibeli oleh semua rumah tangga pada periode waktu tertentu dipengaruhi oleh enam faktor, yaitu (1) harga komoditas itu sendiri, (2) harga komoditas yang berkaitan, (3) rata-rata pendapatan rumah tangga, (4) distribusi pendapatan, (5) selera, dan (6) besarnya populasi. Apabila pendapatan dianggap tetap, jumlah penduduk relative konstan (*zero growth*), selera tidak berubah, perkiraan masa yang akan datang tidak ada perubahan, harga barang substitusi relatif tetap dan lain-lain faktor yang dianggap tidak ada atau tidak berubah, maka permintaan hanya ditentukan oleh harga. Teori dasar ekonomi menyatakan bahwa harga suatu komoditas dan kuantitas yang akan diminta berhubungan secara negatif, dengan faktor lain tetap sama. Dengan kata lain, semakin rendah harga suatu komoditas, maka jumlah komoditas yang diminta akan semakin besar, dan semakin tinggi harga komoditas semakin rendah jumlah komoditas yang diminta (Lipsey 1995).

Menurut Sukirno S (2002) , secara matematis fungsi permintaan dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$Q_x = f(P_x, P_y, I, T)$$

Keterangan:

Q_x = Permintaan produk x

P_x = Harga produk x

P_y = Harga produk substitusi y

I = Pendapatan rumah tangga

T = Selera

Menurut Sukirno (2002), permintaan suatu barang terutama dipengaruhi oleh tingkat harganya. Hubungan antara tingkat harga dengan jumlah permintaan suatu barang adalah negatif, yaitu ketika harga suatu barang tersebut naik, maka jumlah barang yang diminta akan turun. Begitu pun sebaliknya, jika harga turun maka jumlah barang yang diminta akan naik.

Barang substitusi adalah barang yang memiliki manfaat dan kegunaan yang hampir sama dengan barang utamanya (Putong 2003). Lipsey (1995) menyatakan bahwa penurunan harga suatu komoditas komplementer juga akan menyebabkan lebih banyak komoditas yang akan dibeli pada setiap tingkat harga tertentu, sedangkan kenaikan harga barang substitusi komoditas tertentu akan menyebabkan lebih banyak komoditas yang akan dibeli pada setiap tingkat harga tertentu.

Mankiw NG (2000) menyatakan substitusi adalah dua barang ketika peningkatan harga barang pertama mendorong peningkatan dalam permintaan terhadap barang kedua. Jika rata-rata rumah tangga menerima rata-rata pendapatan

yang lebih besar, maka dapat diperkirakan rumah tangga akan membeli lebih banyak beberapa komoditas walau pun harga-harga komoditas itu tetap sama (Lipsey 1995).

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi permintaan adalah pendapatan. Perubahan dalam distribusi pendapatan tidak hanya akan menyebabkan naiknya permintaan untuk komoditas yang dibeli, terutama oleh rumah tangga yang memperoleh tambahan pendapatan tersebut, tetapi perubahan dalam distribusi pendapatan juga akan mengakibatkan berkurangnya permintaan untuk komoditas yang akan dibeli terutama rumah tangga yang berkurang pendapatannya (Lipsey *et al.* 1995).

Lipsey *et al.* (1995) menyatakan bahwa selera berpengaruh besar terhadap keinginan orang untuk membeli. Lebih lanjut dikatakan bahwa perubahan selera dapat terjadi dalam waktu yang lama dan dapat juga berubah dalam waktu cepat, tetapi cepat atau lambatnya perubahan selera terhadap suatu komoditas akan menyebabkan lebih banyak komoditas yang akan dibeli pada setiap tingkat harga. Pertambahan penduduk tidak dengan sendirinya menyebabkan pertambahan permintaan. Biasanya pertambahan penduduk diikuti oleh perkembangan dalam kesempatan kerja. Dengan demikian lebih banyak orang yang menerima pendapatan dan ini menambah daya beli dalam masyarakat. Pertambahan daya beli ini akan menambah permintaan (Sukirno, 2002).

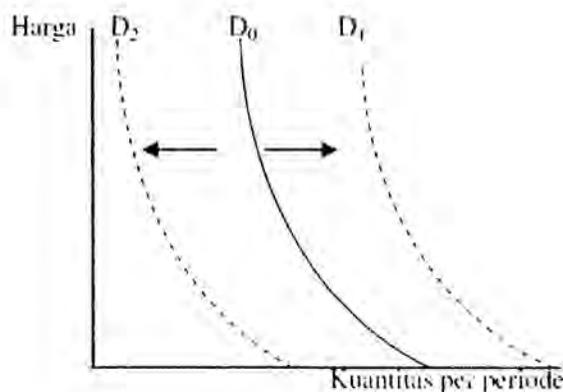
Barang substitusi adalah barang yang memiliki manfaat dan kegunaan yang hampir sama dengan barang utamanya. Kenaikkan harga barang substitusi komoditas tertentu akan menyebabkan lebih banyak komoditas yang akan dibeli pada setiap tingkat harga. Penurunan harga suatu komoditas komplementer juga

akan menyebabkan lebih banyak komoditas yang akan dibeli pada setiap tingkat harga (Lipsey *et al.*, 1995).

Perubahan dalam distribusi pendapatan akan menyebabkan naiknya permintaan untuk komoditas yang dibeli, terutama oleh rumah tangga yang memperoleh tambahan pendapatan tersebut. Perubahan dalam distribusi pendapatan juga akan mengakibatkan berkurangnya permintaan untuk komoditas yang akan dibeli terutama rumah tangga yang berkurang pendapatannya. Jika rata-rata rumah tangga menerima rata-rata pendapatan yang lebih besar, maka dapat diperkirakan masyarakat akan membeli lebih banyak beberapa komoditas walaupun harga-harga komoditas itu tetap sama (Lipsey *et al.*, 1995).

Selera berpengaruh besar terhadap keinginan orang untuk membeli. Lebih lanjut dikatakan bahwa perubahan selera bisa terjadi dalam waktu yang lama dan bisa juga berubah dalam waktu cepat, tetapi cepat atau lambatnya perubahan selera terhadap suatu komoditas akan menyebabkan lebih banyak komoditas yang akan dibeli pada setiap tingkat harga (Lipsey *et al.*, 1995).

Pertumbuhan jumlah penduduk sendiri belum bisa menciptakan permintaan baru. Penduduk yang bertambah ini harus mempunyai daya beli sebelum permintaan berubah. Tambah orang berusia kerja, tentunya akan meningkatkan pendapatan baru. Jika ini terjadi, permintaan untuk semua komoditas yang dibeli oleh penghasil pendapatan baru akan meningkat (Lipsey *et al.*, 1995).



Gambar 2. Pergeseran kurva permintaan

Sumber: Lipsey RG *et al.*, (1995)

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan tersebut sangat memengaruhi permintaan jika mengalami perubahan. Hal ini tercermin dari kurva permintaan yang dapat bergeser ke kanan atau ke kiri seperti yang tersaji pada Gambar 2.

Pergeseran kurva permintaan dari D_0 ke D_1 menunjukkan adanya kenaikan permintaan, sedangkan pergeseran dari D_0 ke D_2 menunjukkan adanya penurunan permintaan. Kenaikan permintaan berarti bahwa lebih banyak yang diminta pada setiap tingkat harga. Pergeseran ke kanan ini bisa disebabkan oleh naiknya pendapatan, kenaikan harga barang substitusi, turunnya harga barang komplementer, perubahan selera yang mengarah ke komoditas itu, kenaikan jumlah penduduk, atau adanya pendistribusian kembali pendapatan kepada kelompok yang menyukai komoditas tersebut (Lipsey *et al.*, 1995).

Penurunan permintaan berarti bahwa lebih sedikit yang diminta pada setiap tingkat harga. Pergeseran ke kiri semacam ini bisa disebabkan oleh turunnya pendapatan, turunnya harga barang substitusi, naiknya harga barang komplementer, perubahan selera yang tidak menyukai komoditas tersebut.

penurunan jumlah penduduk, atau adanya redistribusi pendapatan yang mengurangi kelompok yang menyukai komoditas tersebut (Lipsey *et al.*, 1995).

A.4 Elastisitas

Ada tiga macam elastisitas yang berhubungan dengan permintaan yaitu elastisitas harga, elastisitas silang dan elastisitas pendapatan (Boediono 2000). Menurut Lipsey *et al.* (1995) elastisitas permintaan juga disebut elastisitas permintaan terhadap harga merupakan ukuran besarnya respon (tanggapan) jumlah yang diminta dari suatu komoditas tertentu, terhadap perubahan harga. Dengan elastisitas dapat diukur dan dijelaskan hingga seberapa jauh reaksi perubahan kuantitas terhadap perubahan faktor-faktor yang memengaruhi permintaan. Nicholson (2003) menyatakan bahwa untuk mengukur responsi perubahan harga terhadap jumlah permintaan bisa digunakan konsep elastisitas permintaan harga.

Elastisitas harga adalah persentsi perubahan jumlah yang diminta yang disebabkan oleh perubahan harga barang tersebut sebesar satu persen (Putong 2003). Secara matematis persamaan Elastisitas harga, sebagai berikut:

$$E = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P1}{Q1}$$

Keterangan :

- ΔQ = Perubahan Jumlah Barang
- ΔP = Perubahan Harga
- $P1$ = Harga Mula - mula
- $Q1$ = Jumlah Barang Mula - mula

Elastisitas silang adalah koefisien yang mencoba mengukur tarik menarik antara dua macam barang pada berbagai tingkat harga (Putong 2003). Secara matematis persamaan elastisitas silang, sebagai berikut:

$$E = \frac{\Delta Q_x}{\Delta P_x} \times \frac{P_x}{Q_x}$$

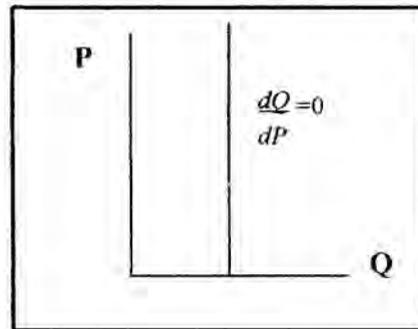
Keterangan :

- ΔQ = Perubahan Jumlah Barang substitusi
- ΔP = Perubahan Harga barang substitusi
- P_x = Harga Mula – mula barang substitusi
- Q_x = Jumlah Barang Substitusi

Menurut Putong (2003) elastisitas permintaan dari pendapatan adalah elastisitas permintaan yang mencoba menjelaskan perilaku konsumen dalam menggunakan pendapatannya untuk membeli jenis macam barang.

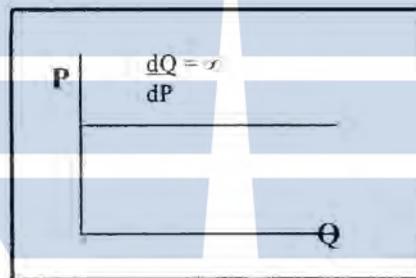
Permintaan akan suatu barang berbeda dengan barang lainnya, hal ini disebabkan, pertama, tingkat kemampuan barang-barang lain untuk menggantikan barang yang bersangkutan. Kedua, persentasi pendapatan yang akan dibelanjakan untuk membeli barang tersebut. Ketiga, jangka waktu di dalam mana permintaan di analisa (Sukirno 2002).

Elastisitas permintaan terbagi menjadi lima jenis (Sukirno 2002). Pertama tidak elastis sempurna. Keadaan ini menggambarkan perubahan harga tidak akan merubah jumlah yang diminta, yaitu tetap saja jumlah yang diminta tetap saja jumlahnya walaupun harga mengalami kenaikan atau penurunan, dengan kata lain nilai koefisiennya adalah nol. Secara grafis dapat dijelaskan pada Gambar 3.



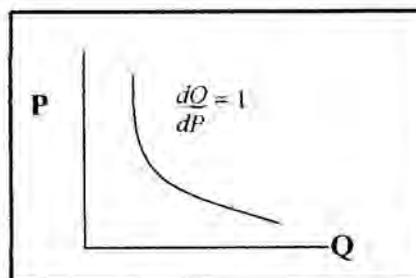
Gambar 3. Elastis permintaan tidak sempurna
Sumber : Sukirno (2002)

Kedua yaitu elastis sempurna. Keadaan ini menggambarkan suatu harga tertentu pada pasar sanggup dibeli semua. Koefisiennya adalah tak hingga. Secara grafis uraian di atas seperti pada Gambar 4.



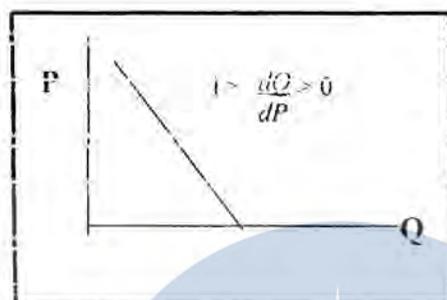
Gambar 4. Elastis permintaan sempurna
Sumber: Sukirno (2002)

Ketiga uniter, yaitu elastisitas yang memiliki nilai koefisien sama dengan satu. Secara grafis penjelasan di atas disajikan pada Gambar 5.



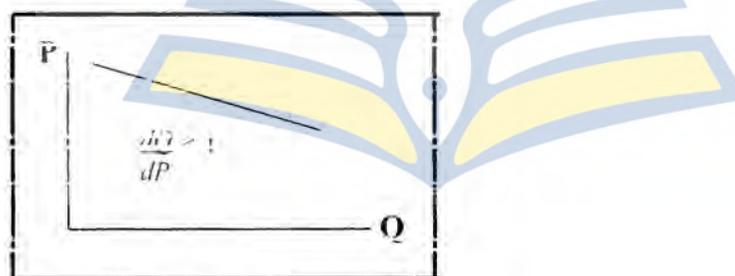
Gambar 5. Elastis Permintaan Uniter
Sumber: Sukirno (2002)

Keempat adalah permintaan tidak elastis. Permintaan tidak elastis apabila persentase perubahan harga lebih besar dari persentase perubahan jumlah atau koefisiennya diantara nol dan satu. Secara grafis penjelasan di atas dapat di lihat pada gambar 6.



Gambar 6. Elastis Permintaan yang Tidak Elastis
Sumber: Sukirno (2002)

Kelima adalah permintaan elastis. Permintaan dikatakan elastis apabila persentase perubahan jumlah melebihi persentase perubahan harga atau koefisiennya lebih besar dari satu. Secara grafis penjelasan di atas seperti yang terlihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Elastisitas Permintaan yang Elastis
Sumber: Sukirno (2002)

A.5 Konsumen Rumah Tangga

Menurut Undang-Undang Negara Republik Indonesia No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, definisi konsumen adalah setiap orang pemakai

barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat baik untuk kepentingan sendiri, keluarga, orang lain dan tidak untuk diperdagangkan kembali. Menurut Engel Roger dan Paul (1994) menyatakan rumah tangga adalah semua orang, baik yang berkerabat maupun tidak, yang menempati suatu unit perumahan.

Berdasarkan Lipsey *et al.* (1995), mengemukakan rumah tangga adalah semua orang yang bertempat tinggal dalam satu atap dan membuat keputusan keuangan bersama atau menyebabkan pihak lain mengambil keputusan bagi konsumen. Anggota rumah tangga seringkali disebut sebagai konsumen, karena konsumen membeli dan mengkonsumsi sebagian besar barang konsumsi dan jasa. Ciri-ciri rumah tangga, antara lain setiap rumah tangga mengambil keputusan yang konsisten selain itu rumah tangga menjual jasa-jasa faktor produksi pada perusahaan dan menerima penghasilan sebagai imbalannya.

A.6 Keputusan Pembelian

Menurut Engel *et al.* (1994), salah satu faktor yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan konsumen adalah perbedaan individu meliputi sumberdaya konsumen, motivasi dan keterlibatan, pengetahuan, sikap dan kepribadian, gaya hidup dan demografi. Dalam proses pertukaran, konsumen memiliki tiga sumberdaya yang digunakan, yaitu sumberdaya ekonomi, temporal dan kognitif. Secara praktis hal ini berarti bahwa pemasar bersaing untuk mendapatkan uang, waktu, dan perhatian konsumen. Persepsi konsumen mengenai sumberdaya yang tersedia mempengaruhi ketersediaan untuk menggunakan uang atau waktu untuk produk. Jadi ukuran kepercayaan konsumen (mungkin) berguna dalam meramalkan penjualan masa datang berdasarkan kategori produk.

- a) **Motivasi** adalah suatu dorongan dalam diri seseorang untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan. Kebutuhan adalah variabel utama dalam motivasi, sedangkan keterlibatan adalah faktor penting dalam motivasi. Keterlibatan memacu dalam tingkat relevansi yang disadari dalam tindakan pembelian dan konsumsi. Bila keterlibatan tinggi, ada motivasi untuk memperoleh dan mengolah informasi dari kemungkinan yang jauh lebih besar dari pemecahan masalah yang diperluas.
- b) **Pengetahuan** terdiri atas informasi yang disimpan didalam ingatan. Pemasar tertarik untuk mengerti pengetahuan konsumen, karena informasi yang dipegang oleh konsumen mengenai produk akan sangat mempengaruhi pola pembelian mereka. Secara umum pengetahuan konsumen yang penting untuk diketahui oleh pihak pemasar adalah pengetahuan produk (*product knowledge*), pengetahuan pembelian (*purchase knowledge*), dan pengetahuan pemakaian (*usage knowledge*).
- c) **Sikap** didefinisikan sebagai suatu evaluasi menyeluruh. Intensitas, dukungan dan kepercayaan adalah sifat penting dari sikap. Masing-masing sifat ini akan bergantung pada kualitas pengalaman konsumen sebelumnya dengan objek sikap. Sementara konsumen mengakumulasi pengalaman baru, sikap dapat berubah.
- d) **Kepribadian** dalam perilaku konsumen didefinisikan sebagai respon yang konsisten terhadap stimulus lingkungan. Kepribadian menciptakan pada pola khusus yang menyebabkan satu individu unik dan berbeda dengan individu

lainnya. Hal ini disebabkan keputusan pembelian yang bervariasi antar individu seperti halnya gaya hidup.

- e) **Gaya Hidup** adalah pola dimana orang hidup dan menghabiskan waktu serta uang. Gaya hidup adalah fungsi motivasi konsumen dan pembelajaran konsep ringkas yang mencerminkan nilai konsumen. Dalam bidang demografi, sasaran yang dicapai adalah mendeskripsikan pangsa konsumen, dalam usia, pendapatan dan pendidikan. Penekanannya adalah “*trend*” di dalam perilaku dan pengeluaran. Bila disertai dengan penelitian demografik, demografi dapat memberikan keterangan tentang sifat dan komposisi pasar.

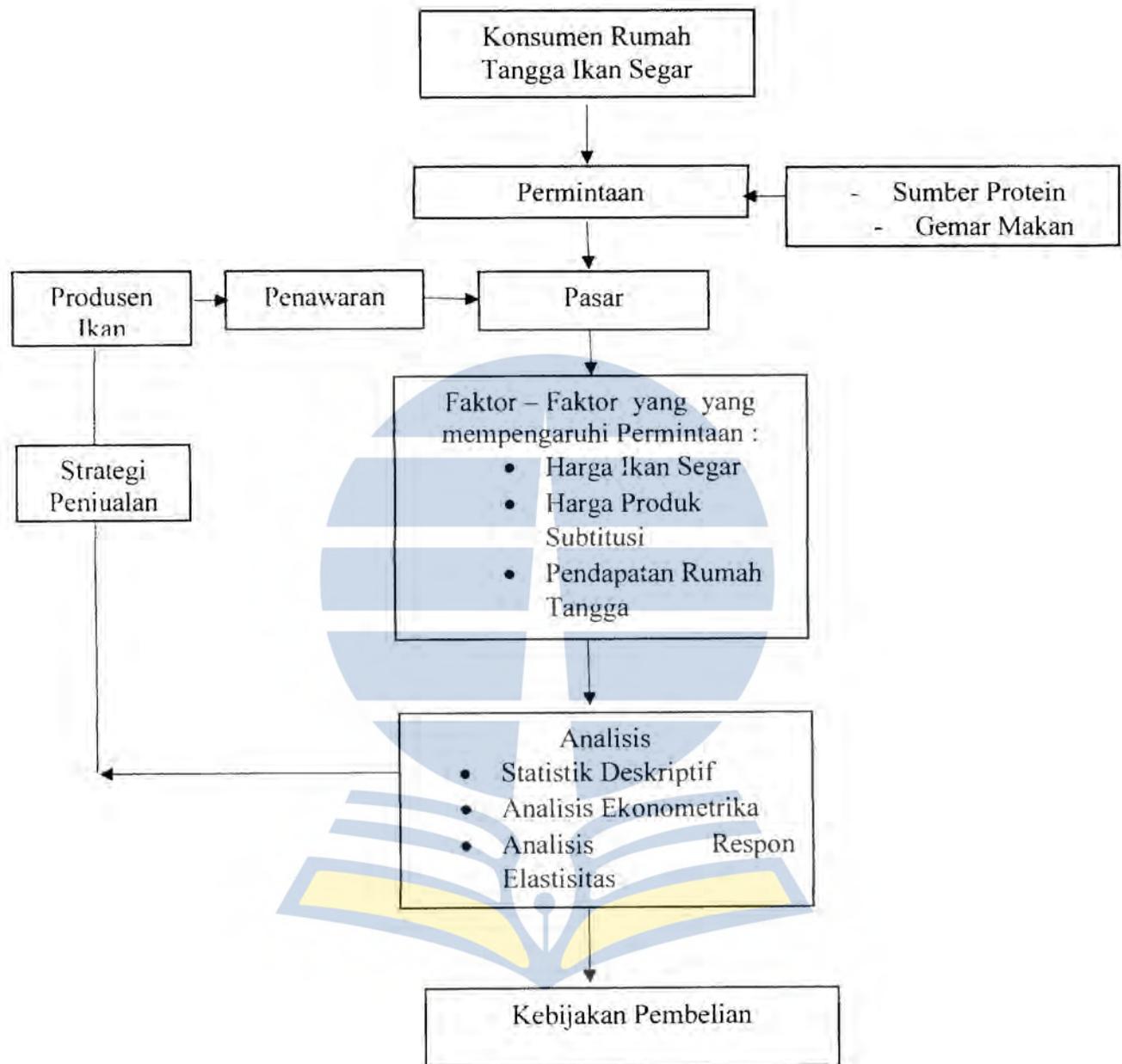
B. Kerangka Berpikir

Pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli. Di dalam pasar terdapat aktivitas penawaran dan permintaan terhadap produk-produk yang dijual. Penawaran adalah kegiatan menawarkan produk yang dilakukan oleh pedagang kepada konsumen. Permintaan adalah kegiatan pembelian produk terhadap tingkat harga tertentu yang dilakukan oleh konsumen. Kota Ambon, terkenal dengan kebiasaan masyarakat yang suka mengkonsumsi ikan segar. Hal ini juga disebabkan tingginya tingkat produksi Ikan segar. Pada Tahun 2009 produksi ikan di Kota Ambon mencapai 24.576,20 ton, tahun 2012 sebesar 31.785 ton, yang berarti terjadi peningkatan produksi namun sebaliknya sampai saat ini belum diketahui berapa besar permintaan terhadap Ikan segar yang dikonsumsi oleh konsumen rumah tangga masyarakat di Kota Ambon, untuk itu perlu dilakukan suatu penelitian tentang Analisis Tingkat Permintaan Ikan Segar di Kota Ambon.

Jumlah yang diminta oleh pembeli terhadap ikan segar dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain harga Ikan segar sendiri, harga makanan substitusi (daging sapi, daging ayam, telur, tempe tahu dan lain - lain, jumlah pendapatan keluarga, jumlah anggota keluarga, dan selera masyarakat.

Analisis yang digunakan antara lain analisis statistika deskriptif, analisis regresi linier berganda dan analisis respon elastisitas. Hasil analisis memberikan informasi tentang faktor-faktor yang memengaruhi jumlah permintaan terhadap ikan segar oleh konsumen rumah tangga yang dapat digunakan untuk pengambilan keputusan konsumen dalam membeli Ikan.





Gambar 8. Kerangka berfikir

C. Definisi Operasional

- 1) Profil konsumen ikan laut segar meliputi jenis kelamin, usia, jumlah anggota keluarga, pendidikan, pekerjaan dan pendapatan.
- 2) Pemilihan faktor ekonomi yang meliputi harga ikan laut segar/ harga ikan air tawar, harga ayam, harga daging sapi, pendapatan dan jumlah anggota keluarga, sedangkan faktor non ekonomi adalah karakteristik ikan laut segar.
- 3) Karakteristik ikan laut segar yang dipilih yaitu rasa dan gizi sebagai unsur fundamental yang melekat pada ikan laut segar, dengan pertimbangan kedua karakteristik ini terdapat dalam semua jenis ikan laut segar yang dipilih konsumen.
- 4) Permintaan (*demand*) ikan laut segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon adalah jumlah ikan laut segar yang dibeli konsumen (keluarga) untuk dikonsumsi rumah tangga sehari-hari dengan satuan kilogram per keluarga per bulan (kg per keluarga per bulan).
- 5) Konsumen ikan laut segar adalah para pembeli produk ikan laut segar yang bermukim di Kota Ambon, kriterianya adalah mempunyai wewenang dalam menentukan pengeluaran untuk berbelanja, telah beberapa kali mengkonsumsi ikan laut segar dan produk substitusinya, dapat berkomunikasi dan bersedia diwawancarai. Konsumen disini dapat berarti seorang ibu rumah tangga, seorang ayah dengan keputusan sendiri, atau dapat pula seorang atau kelompok orang yang hidup sendiri (kost) seperti karyawan.

- 6) Harga produk ikan laut segar adalah harga rata-rata ikan laut segar yang dibeli untuk dikonsumsi dan berlaku di daerah tersebut pada saat penelitian dengan satuan rupiah per kilogram (Rp per kg).
- 7) Harga produk ikan air tawar adalah harga rata-rata ikan air tawar yang dikonsumsi dan berlaku di daerah tersebut pada saat penelitian dengan satuan rupiah per ekor dan atau per wadah.
- 8) Harga ayam adalah harga rata-rata ayam yang dibayar konsumen untuk dikonsumsi dan berlaku di daerah tersebut pada saat penelitian dengan satuan rupiah per ekor (Rp per ekor).
- 9) Harga produk daging sapi adalah harga rata-rata daging sapi yang dibeli konsumen dan berlaku di daerah tersebut pada saat penelitian dengan satuan rupiah per kilogram (Rp per kg).
- 10) Pendapatan total adalah penghasilan yang diperoleh rumah tangga yang dinyatakan dalam rupiah per bulan (Rp per bulan).
- 11) Jumlah anggota keluarga adalah banyaknya anggota dalam sebuah keluarga/rumah tangga yang tinggal dalam satu atap terdiri atas ayah, ibu, dan anak. Dinyatakan dalam satuan jiwa atau orang.
- 12) Karakteristik/atribut dalam penelitian ini meliputi rasa dan gizi yang dimiliki oleh ikan laut segar yang disajikan sebagai kriteria konsumen dalam meminta/mengonsumsi produk tersebut.
- 13) Preferensi terhadap karakteristik ikan laut segar adalah ukuran kesukaan berdasarkan unsur fundamental yang melekat pada ikan laut segar baik mengenai rasa (gurih/tidak) mau pun mengetahui/tidak kandungan gizi ikan sebagai alasan kesehatan.

- 14) Gizi adalah senyawa esensial yang dibutuhkan tubuh untuk kesehatan, pertumbuhan dan perkembangan. Rasa adalah reaksi indera perasa terhadap rasa ikan laut segar.
- 15) Ikan laut segar adalah ikan laut yang baru ditangkap atau telah diawetkan, tetapi masih memiliki sifat semula seperti baru ditangkap



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey, dimana metode survey merupakan metode pengambilan sampel dari satu populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang pokok (Singarimbun, Sofian, 2006)

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada Bulan Maret sampai dengan Bulan Juni 2014. Lokasi penelitian adalah pasar - pasar yang ada di Kota Ambon, yaitu : Pasar Arumbae Mardika, Pasar Benteng, Passo, Pasar Rumah Tiga dan Pasar Wayame . Lokasi penelitian dipilih berdasarkan pertimbangan bahwa pasar tersebut merupakan representasi dari masyarakat Kota Ambon atau tempat dimana konsumen rumah tangga melakukan aktifitas pengambilan keputusan untuk membeli ikan segar dan pada lokasi tersebut belum pernah diteliti tentang banyaknya permintaan ikan segar serta seberapa besar faktor-faktor permintaan memengaruhi permintaan Ikan segar.

C. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Ambon yang setiap hari melakukan aktivitas permintaan ikan segar. Dengan Lokus penelitian diambil di lima pasar tradisional di Kota Ambon yang dianggap mewakili masyarakat di Kota Ambon yang terdiri dari lima kecamatan. dengan jumlah responden masing-

masing pasar yaitu : Pasar Arumbai Mardika (dengan sampel sebanyak (60) untuk kecamatan Sirimau, Pasar Benteng untuk kecamatan Nusaniwe (Sampel sebanyak 30), Pasar Passo (Sampel sebanyak 30) Kecamatan Baguala, Pasar Rumah Tiga (Sampel sebanyak 30) Telum Ambon Dalam, Pasar Wayame (Sampel 30). Pada pasar Mardika sampel diambil dua kali lipat dari pasar lainnya dengan asumsi bahwa pada pasar Arumbai Mardika, merupakan pasar sentral yang berada di tengah Kota Ambon, dimana sebagian besar masyarakat Kota Ambon melakukan aktifitas permintaan ikan segar di pasar ini kemungkinannya lebih banyak dibandingkan pasar lainnya.

D. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian kuesioner dimana sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden konsumen rumah tangga, wawancara dan observasi langsung di lapangan terhadap konsumen rumah tangga yang ingin melakukan aktifitas permintaan terhadap ikan segar.

E. Prosedur Pengumpulan Data

Metode Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan contoh yang digunakan apabila peneliti mempunyai pertimbangan tertentu dalam menetapkan contoh sesuai dengan tujuan penelitiannya. Besarnya contoh yang dapat ditarik dari populasi sangat tergantung pada tujuan penelitian, jenis instrumen yang digunakan, biaya, dan waktu (Levin dan Fox 1997). Kriteria responden yang diambil adalah konsumen yang telah dewasa, dengan asumsi

mempunyai wewenang dalam memutuskan pembelian dan wewenang dalam menentukan pengeluaran untuk berbelanja. Kriteria yang lain adalah konsumen tersebut telah minimal dua kali mengkonsumsi Ikan segar dan produk substitusinya, dapat berkomunikasi dan bersedia diwawancara.

Responden yang termasuk kriteria diantaranya adalah ibu rumah tangga, seorang ayah dengan status kepala rumah tangga, anggota keluarga yang telah memiliki penghasilan dan mempunyai wewenang dalam membelanjakan pendapatannya, atau seseorang yang hidup sendiri/kost seperti karyawan/karyawati.

F. Metode Analisis Data

Data yang diperoleh kemudian dilakukan analisis, namun awal dari olah data ini adalah penentuan model atau spesifikasi model.

F.1 Spesifikasi Model

Spesifikasi model merupakan langkah pertama yang dilakukan dalam penelitian yang menggunakan model ekonometrika, dimana hubungan antara peubah yang digunakan dirumuskan dalam bentuk model. Spesifikasi model ekonometrika didasarkan pada teori ekonomi dan adanya informasi yang berhubungan dengan fenomena yang diteliti. Suatu model dikatakan baik jika model tersebut dapat memenuhi kriteria di bawah ini :

- a) Kriteria Ekonomi (menyangkut tanda dan besaran parameter dugaan)
- b) Kriteria Statistik (menyangkut uji statistik)
- c) Kriteria Ekonometrika (menyangkut asumsi model)

Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model persamaan tunggal dengan analisis *Ordinary Least Square* (OLS). Menganalisis model ekonometrika

dengan metode OLS dilakukan dengan pendekatan yaitu linear, semilog dan log ganda.

Model Linear

Persamaan permintaan Ikan segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon dengan bentuk model linear biasa adalah :

$$Q_d = \beta_0 + \beta_1 P_x - \beta_2 P_{sapi} - \beta_3 P_{ayam} - \beta_4 P_{telur} + \beta_5 P_{ikan\ asin} + \beta_6 Income - \mu_i$$

Model Semilog

Persamaan permintaan ikan segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon dengan bentuk model semi log adalah sebagai berikut :

$$\ln Q_d = \beta_0 + \beta_1 P_x - \beta_2 P_{sapi} - \beta_3 P_{ayam} - \beta_4 P_{telur} + \beta_5 P_{ikan\ asin} + \beta_6 Income - \mu_i \text{ atau}$$

$$Q_d = \beta_0 + \beta_1 \ln P_x - \beta_2 \ln P_{sapi} - \beta_3 \ln P_{ayam} + \beta_4 \ln P_{telur} + \beta_5 \ln P_{ikan\ asin} + \beta_6 \ln Income - \mu_i$$

Model Log Ganda

Persamaan permintaan ikan segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon dengan bentuk model log ganda adalah sebagai berikut :

$$\ln Q_d = \beta_0 + \beta_1 \ln P_x - \beta_2 \ln P_{sapi} - \beta_3 \ln P_{ayam} - \beta_4 \ln P_{telur} - \beta_5 \ln P_{ikan\ asin} + \beta_6 \ln Income - \mu_i$$

Dimana untuk ketiga jenis model tersebut memiliki variabel yang sama, yaitu :

Q_d	= Permintaan ikan Segar
β_0	= Konstanta
$\beta_1 - \beta_6$	= Koefisien regresi
P_x	= Harga ikan Segar (Rp per Kg)

- P_s = Harga daging sapi (Rp per Kg)
 P_a = Harga daging ayam (Kg per Rp)
 P_t = Harga telur (Rp per Kg)
 P_{ia} = Harga ikan asin (Rp per Kg)
 μ_i = Gangguan random (*stokhastik*)

Pengolahan data sekunder yang terkumpul diolah dengan menggunakan komputer program *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 17 for windows. Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan model persamaan tunggal. Pendugaan parameter koefisien regresi untuk mengetahui besarnya pengaruh antar variabel diperoleh berdasarkan metode kuadrat terkecil (*Ordinary Least Squares*).

F.2 Pengujian Model

Setelah didapatkan model dugaan, maka dilanjutkan dengan melakukan evaluasi terhadap hasil yang diperoleh. Evaluasi ini terdiri atas penentuan apakah dugaan terhadap parameter berarti secara teoritis dan memuaskan secara statistik. Untuk tujuan ini digunakan kriteria yang dapat diklasifikasikan ke dalam 3 kelompok, yaitu kriteria ekonomi yang ditentukan oleh teori ekonomi, kriteria statistik yang ditentukan oleh teori statistik dan kriteria ekonometrik yang ditentukan oleh teori ekonometrik (Koutsoyiannis A 1977).

a.) Kriteria Ekonomi

Evaluasi model permintaan Ikan segar menggunakan kriteria ekonomi adalah dengan melihat hubungan antara koefisien regresi dengan jumlah permintaan Ikan segar. Diharapkan hubungan antara koefisien regresi pada harga Ikan segar dengan jumlah permintaan Ikan segar adalah negative. Artinya apabila harga Ikan segar mengalami kenaikan, maka jumlah permintaan terhadap ikan segar akan mengalami penurunan. Begitu pun sebaliknya, apabila harga Ikan segar mengalami penurunan, maka jumlah permintaan terhadap Ikan segar mengalami peningkatan permintaan.

Hubungan antara koefisien regresi pada harga ikan segar, harga ikan olahan/ikan asin, harga daging sapi, harga daging ayam, dan harga telur dengan jumlah permintaan Ikan segar diharapkan positif, maksudnya apabila harga ikan asin atau harga barang substitusi naik maka permintaan terhadap Ikan segarpun mengalami kenaikan. Begitu pula hubungan pendapatan total keluarga dan selera terhadap permintaan ikan segar. Hubungan ini diharapkan positif, artinya apabila pendapatan total konsumen naik maka permintaan terhadap ikan segar mengalami kenaikan, dan apabila semakin tinggi pertimbangan dalam selera seseorang maka jumlah permintaan terhadap ikan segar akan mengalami kenaikan, karena semakin orang tersebut mengetahui kandungan gizi dan manfaat dari ikan segar

b.) Kriteria Statistik

Faktor-faktor yang berpengaruh nyata dan yang tidak berpengaruh nyata ditentukan dengan menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda yaitu : uji-F, uji-t dan koefisien determinasi (R^2). Uji-F digunakan untuk mengetahui apakah

seluruh variabel independen secara bersama sama berpengaruh nyata terhadap permintaan ikan segar. Uji-t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap permintaan segar.

Pengujian model regresi secara statistik diawali dengan pembuatan tabel *analysis of variance* (ANOVA) untuk menghitung F-hitung dan R^2 (koefisien determinasi). R^2 digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel-variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Pengujian koefisien korelasi (R) digunakan untuk mengetahui keeratn hubungan antar variabel dependen dan independen.

Pengujian kebenaran hipotesis dilakukan dengan uji t-student dan uji Fisher (F). Uji-F dilakukan untuk mengetahui secara simultan variabel independen berpengaruh terhadap variable dependent, sedangkan uji-t untuk menguji koefisien regresi parsial secara individu.

Pada program SPSS pengujian terhadap hipotesis baik untuk uji F mau pun uji t, yaitu dengan melihat tingkat signifikansi (α) yaitu probabilitas kesalahan menolak hipotesis yang ternyata benar. Jika dikatakan $\alpha=5\%$, berarti resiko kesalahan mengambil keputusan adalah 5%. Semakin kecil α berarti semakin mengurangi resiko salah. SPSS selalu menggunakan $\alpha =5\%$ pada selang kepercayaan 95% (Santoso 2000).

Uji statistik Fisher (F) dalam penelitian ini, mengajukan hipotesa:

$H_0: \beta_0 = \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = \beta_5 = \beta_6 = 0$, variabel bebas (X_i) secara serentak tidak berpengaruh nyata terhadap variabel dependent (Y_i)

H_1 : Salah satu atau semua $\beta_i \neq 0$, Variabel bebasnya (X_i) secara serentak berpengaruh nyata terhadap variabel dependent (Y_i) ini berarti H_0 diduga koefisien regresi parsial secara serentak tidak berpengaruh terhadap permintaan ikan segar, sedangkan H_1 diduga berpengaruh secara serentak.

Uji statistik t-student dalam penelitian ini mengajukan hipotesa:

$H_0 : \beta_i = 0$, variabel bebas (X_i) tidak berpengaruh nyata terhadap variabel dependent (Y_i)

$H_1 : \beta_i \neq 0$, Variabel bebas (X_i) berpengaruh nyata terhadap variabel dependent (Y_i)

Ini berarti H_0 diduga koefisien regresi parsial secara individu tidak berpengaruh terhadap permintaan ikan segar sedangkan H_1 diduga berpengaruh secara individu.

c.) Kriteria Ekonometrika

Asumsi utama yang harus dipenuhi dari analisis regresi yaitu:

(1). Normalitas

Gujarati (1997) mengemukakan bahwa model regresi linier harus mengasumsikan populasi gangguan (*disturbance*) μ_i terdistribusi secara normal. Oleh karena itu model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Menurut Santoso (2000), mendeteksi normalitas yaitu dengan melihat grafik *normal probability* atau histogram, yaitu dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal untuk grafik *normal probability* sedangkan untuk histogram dengan melihat kurva yang membentuk lonceng.

Ada pun dasar pengambilan keputusan berdasarkan grafik *normal probability* menurut Santoso (2000) adalah sbagai berikut:

- Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

(2). Homoskedastisitas

Santoso (2000) mengemukakan bahwa model regresi linier garis memenuhi asumsi homoskedestisitas, yaitu *varians* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain harus konstan. Jika tidak, maka terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. *Scatterplot* digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya pola tertentu dimana sumbu X adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu Y adalah residual (Y prediksi - Y sesungguhnya) yang telah *distudentized*, dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut: -

Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titiktitik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y , maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

(3). Multikolinieritas

Santoso (2000) menjelaskan bahwa antar variabel X (independen) tidak boleh saling berkolerasi atau tidak boleh terjadi hubungan linier yang sempurna. Model

regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.

Cara mendeteksi multikolinieritas adalah sebagai berikut:

- a) Besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan Tolerance. Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah mempunyai nilai VIF di sekitar angka 1 dan mempunyai angka Tolerance mendekati 1.
- b) Besaran Korelasi antar Variabel Independen. Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah koefisien korelasi antar variabel independen haruslah lemah (di bawah 0,5). Jika korelasi kuat, maka terjadi multikolinieritas.

(4). Autokorelasi

Gujarati (1997) mendefinisikan autokorelasi sebagai korelasi antara anggota serangkaian observasi yang diurutkan menurut waktu (seperti dalam data deretan waktu) atau ruang (seperti dalam data *cross-sectional*). Model regresi seharusnya bebas dari autokorelasi, sehingga kesalahan prediksi (selisih data asli dengan data hasil regresi) bersifat bebas untuk tiap nilai X . Cara mendeteksi autokorelasi menurut Santoso (2000), yaitu dengan menggunakan uji Durbin Watson yang diambil patokan secara umum adalah sebagai berikut:

Angka D - W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif.

Angka D - W diantara -2 sampai $+2$, berarti tidak ada autokorelasi.

Angka D - W diatas $+2$ berarti ada autokorelasi negatif.

F.3 Analisis Respon Permintaan

Elastisitas mengukur persentase perubahan nilai variabel tak bebas sebagai akibat dari perubahan 1 % dalam nilai dari variabel bebas tertentu (*ceteris paribus*, dengan asumsi nilai dari variabel-variabel bebas yang lain dianggap konstan). Besarnya elastisitas memenuhi persamaan :

a) Model Linier

Nilai elastisitas dihitung dengan mengalikan koefisien peubah bebas dengan rata-rata peubah tak bebas, dengan rumus (Koutsoyiannis 1977) :

$$\epsilon = \frac{dy}{dx} \cdot \frac{x}{y} = \frac{dy}{dx} \cdot \frac{x}{y}$$

b) Model semi log

Nilai elastisitas dapat langsung dihitung dengan membagi koefisien peubah bebas dengan rata-rata peubah tak bebas. Dengan rumus (Koutsoyiannis A 1977):

$$\epsilon = \frac{dy}{y} \cdot \frac{x}{dx} = \frac{dy}{dx} \cdot \frac{x}{y}$$

Untuk model semilog bentuk kedua, rumus elastisitasnya adalah (Gujarati 1995) :

$$\epsilon = \frac{dy}{dx} \cdot \frac{x}{y} = \frac{b_1 x}{y}$$

c) Model log ganda

Nilai elastisitas dapat langsung diketahui dari koefisien peubah bebasnya.

Dengan rumus (Koutsoyiannis 1977):

$$\epsilon = \frac{dy}{dx} \cdot \frac{x}{y} = \frac{dy}{dx} \cdot \frac{x}{y}$$

Jika nilai elastisitas > 1 , maka dikatakan elastis, yaitu perubahan peubah bebas 1 persen mengakibatkan perubahan peubah tak bebas lebih dari 1 persen. Jika nilai elastisitas $0 < \epsilon < 1$, maka dikatakan inelastis, yaitu perubahan peubah bebas 1 persen mengakibatkan perubahan peubah tak bebas kurang dari 1 persen. Nilai elastisitas 0 dikatakan inelastis sempurna, elastisitas ∞ dikatakan elastis sempurna dan elastisitas dengan nilai 1 dikatakan unitary elastis.

F.4 Konsepsi dan Pengukuran

- 1) Profil konsumen Ikan Segar meliputi usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan.
- 2) Penelitian tidak memisahkan antara faktor ekonomi dan non ekonomi dalam pengaruhnya terhadap permintaan Ikan Segar.
- 3) Pemilihan faktor ekonomi yaitu meliputi harga Ikan Segar, harga ikan laut lain, harga ikan laut, harga daging sapi, harga daging ayam, harga telur, harga ikan asin, dan pendapatan. Sedangkan faktor non ekonomi adalah selera konsumen.
- 4) Permintaan (*demand*) Ikan Segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon adalah jumlah Ikan Segar yang dibeli oleh konsumen (keluarga) untuk konsumsi rumah tangga sehari-hari dengan satuan kilogram per keluarga per bulan (kg per keluarga per bulan).
- 5) Konsumen Ikan Segar adalah para pembeli produk Ikan Segar di Kota Ambon. kriterianya adalah mempunyai wewenang dalam memutuskan pembelian dan wewenang dalam menentukan pengeluaran untuk berbelanja, telah beberapa

kali mengkonsumsi Ikan Segar dan produk substitusinya, dapat berkomunikasi dan bersedia diwawancarai. Konsumen disini dapat berarti seorang ibu rumah tangga, seorang ayah dengan keputusan sendiri, atau dapat pula seseorang/kelompok orang yang hidup sendiri (kost) seperti karyawan.

- 6) Harga Ikan Segar rata-rata adalah rupiah per kilogram (Rp per kg), sebagai harga kesepakatan antara pembeli dan penjual Ikan Segar di wilayah Kota Ambon.
- 7) Harga produk substitusi rata-rata dinyatakan rupiah per kilogram (Rp per kg), sebagai harga kesediaan konsumen untuk membeli.
- 8) Pendapatan total adalah penghasilan yang diperoleh rumah tangga dari berbagai sumber dinyatakan dalam rupiah per bulan (Rp per bln).
- 9) Selera terhadap karakteristik Ikan Segar adalah ukuran kesukaan berdasarkan *unsure fundamental* yang melekat pada Ikan Segar baik mengenai rasa (gurih/tidak) mau pun mengetahui /tidak kandungan gizi Ikan Segar sebagai alasan kesehatan.
- 10) Gizi adalah senyawa esensial yang dibutuhkan tubuh untuk kesehatan, pertumbuhan, dan perkembangan. Rasa adalah reaksi indera perasa terhadap rasa Ikan Segar. Pengukuran keduanya yaitu dengan *criteria scoring*.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kota Ambon merupakan Ibukota Provinsi Maluku yang sangat terkenal dengan kebiasaan masyarakatnya yang gemar mengkonsumsi ikan segar. Produksi ikan segar di Kota Ambon tinggi dan hasil produksi tersebut umumnya dijual pada lima pasar di Kota Ambon yaitu Pasar Arumbae Mardika, Pasar Benteng, Pasar Passo, Pasar Poka Rumah Tiga dan Pasar Wayame. Selain itu, ikan segar dikonsumsi oleh konsumen di warung dan restoran ikan bakar di Kota Ambon.

A.1 Letak dan Kondisi Umum

Letak Kota Ambon berada sebagian besar dalam wilayah Pulau Ambon dan secara geografis terletak pada posisi 3°- 4° Lintang Selatan dan 128°-129° Bujur Timur, dimana secara keseluruhan Kota Ambon berbatasan dengan Kabupaten Maluku Tengah.

Sesuai Peraturan Pemerintah Nomor 13 Tahun 1979 Luas wilayah Kota Ambon seluruhnya 377 km² dan luas daratan 359,45 km², dan Kota Ambon memiliki lima Kecamatan dengan luas masing – masing Kecamatan Nusaniwe 8.834,30 Ha, Kecamatan Sirimau 8.681,32 Ha, Kecamatan Teluk Ambon 9.368,00 Ha, Kecamatan Teluk Ambon Baguala 4.011,00 Ha, dan Kecamatan Leitimur Selatan dengan luas 5.050 Ha.

A.2 Iklim

Iklim di Kota Ambon adalah iklim laut tropis dan iklim musim, karena letak pulau Ambon dikelilingi oleh laut. Oleh karena itu iklim di sini sangat dipengaruhi oleh lautan dan berlangsung bersamaan dengan iklim musim, yaitu musim Barat atau Utara dan musim Timur atau Tenggara. Pergantian musim selalu diselingi oleh musim pancaroba yang merupakan transisi dari kedua musim tersebut. Musim Barat umumnya berlangsung dari bulan Desember sampai dengan bulan Maret, sedangkan pada bulan April merupakan masa transisi ke Musim Timur yang berlangsung dari bulan Mei sampai dengan bulan Oktober disusul oleh masa pancaroba pada bulan Nopember yang merupakan transisi ke musim Barat.

A.3 Kependudukan

Jumlah penduduk Kota Ambon berdasarkan data monografi Kota Ambon sebanyak 379.615 jiwa pada pertengahan tahun 2013, jika dibandingkan dengan jumlah penduduk pada tahun 2012 meningkat sebesar 4,36 %. (Tabel 3) Penduduk Kota Ambon masih terkonsentrasi di Kecamatan Sirimu dengan tingkat kepadatan penduduk sebesar 213 jiwa per km².

Tabel 3. Laju Pertumbuhan Penduduk Kota Ambon

NO	Tahun	Penduduk Kota Ambon	Laju Pertumbuhan (%)
1	2008	281.293	3,43
2	2009	284.809	1,25
3	2010	331.809	17,20
4	2011	348.407	4,44
5	2012	354.464	4,35
6	2013	379.615	4,36

Sumber : Data Statistik Kota Ambon 2013

Perbandingan jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin antara kelamin laki – laki dan perempuan di Kota Ambon, dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Jumlah Penduduk Kota Ambon Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Tahun	Jenis Kelamin			
		Laki – Laki	(%)	Perempuan	(%)
1	2009	142.791	50,14	142.018	49,86
2	2010	165.926	50,09	165.328	49,91
3	2011	174.16	49,19	174.247	50,91
4	2012	178.878	50,46	175.586	49,34
5	2013	189.728	49,98	189.887	50,02

Sumber : Data Statistik Kota Ambon 2013

Data pada Tabel 4. Menunjukkan bahwa jumlah penduduk yang berkelamin laki – laki lebih rendah dibandingkan dengan yang berkelamin perempuan yaitu pada tahun 2013 laki – laki berjumlah 189.728 jiwa atau 49,98 % dan perempuan 189.887 jiwa atau 50,02 %. Berdasarkan kelompok umurnya, jumlah penduduk terbanyak berada pada kelompok umur 20-24 tahun dengan jumlah 46.823(0,110%), dan kelompok umur 25-29 tahun dengan jumlah 35.897 (0,123 %). Sedangkan jumlah penduduk yang paling sedikit berada pada kelompok umur > 75 tahun dengan jumlah 4.015 (0,010%). Berdasarkan survei angkatan kerja nasional tahun 2013, terdapat 274.083 penduduk Kota Ambon yang masuk ke dalam kategori penduduk usia kerja (15 tahun ke atas) dimana 160.226 jiwa merupakan angkatan kerja. Proporsi penduduk bekerja mengalami sedikit penurunan dari tahun sebelumnya yaitu dari 89,29 persen menjadi 85,38 persen dari jumlah angkatan kerja. Tenaga kerja berjenis kelamin laki-laki mendominasi bursa tenaga kerja. Data lengkap mengenai jumlah penduduk berdasarkan kelompok umur dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Jumlah Penduduk Kota Ambon Berdasarkan Kelompok Umur

NO	Kelompok Umur	Jumlah Penduduk (Orang)	Persentase (%)
1	(0-4)	36.889	0,104
2	(5-9)	32.225	0,090
3	(10-14)	32.730	0,092
4	(15-19)	38.483	0,108
5	(10-24)	40.747	0,114
6	(25-29)	32.975	0,092
7	(30-34)	29.666	0,083
8	(35-39)	24.654	0,069
9	(40-44)	21.089	0,059
10	(45-49)	18.446	0,052
11	(50-54)	15.249	0,043
12	(55-59)	11.103	0,031
13	(60-64)	7.555	0,028
14	(65-69)	5.017	0,014
15	(70-74)	3.549	0,010
16	75 >	4.058	0,011
		354.464	1.00

Sumber : Data Statistik Kota Ambon 2013

Demi peningkatan pendidikan di Kota Ambon perlu diiringi dengan peningkatan sarana dan prasarana pendidikan yang bias menunjang baik dari pemerintah maupun swasta dengan pembangunan sarana dan prasarana pendidikan, Adapun sarana pendidikan di Kota Ambon dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Sarana dan Prasarana Pendidikan di Kota Ambon

NO	Sekolah	Jumlah	Persentase (%)
1	TK	83	0.21
2	SD	210	0.53
3	SLTP	57	0.14
4	SMA	39	0.10
5	Perguruan Tinggi	7	0.02
		396	1.00

Sumber : Data Statistik Kota Ambon 2013

Sarana pendidikan TK (0,21%) menampung 3.756 murid dan 345 guru, SD (0,53%) 40.562 murid dan 3.279 guru, SLTP (0,14%) menampung 18.834 murid dan 1.722 guru, SMA (0,10 %) menampung 5.385 murid dan 703 guru, serta 7 perguruan tinggi.

Jumlah Perahu kapal penangkapan ikan pada pusat pendaratan ikan di Ambon terjadi kenaikan (0,01 %) dari tahun 2009 (0,20 %) sampai dengan 2013 (0,21%) dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7 . Jumlah Perahu Kapal Penangkapan ikan Pada Pusat Pendaratan Ikan di Ambon

NO	Tahun	Jumlah Kapal	Persentase (%)
1	2009	1.89	0.20
2	2010	1.884	0.19
3	2011	1.932	0.20
4	2012	1.964	0.20
5	2013	1.997	0.21
		9.667	1.00

Sumber : Data Statistik Kota Ambon 2013

Volume Pemasaran ikan segar tahun 2013 di tempat pelelangan ikan di Kota Ambon didominasi oleh ikan Cakalang (865,32 ton), Ikan Kembung (135,49 ton), Ikan Julung (1.00 ton), Ikan Tongkol (939,55 ton), Ikan Layang (3.990,96 ton) dan Ikan Selar (131,40 ton). Jenis ikan dengan volume pemasaran tertinggi di Kota Ambon pada Tahun 2013 adalah jenis ikan layang (3.990,96 ton) dengan presentasi sebesar 0,6 % dan terendah yaitu jenis ikan Julung (1.00 ton) dengan presentasi sebesar 0,0 % Data tersebut dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Volume Pemasaran Ikan Segar di Tempat Pelelangan Ikan di Kota Ambon

NO	Nama Ikan	Volume (Ton)	Persentase (%)
1	Cakalang	865.32	0.14
2	Kembung	135.49	0.13
3	Julung	1.00	0.00
4	Tongkol	939.55	0.15
5	Layang	3,990.96	0.66
6	Selar	131.60	0.02
		6,063.92	1.00

Sumber : Data Statistik Kota Ambon 2013

B. Karakteristik Responden

B.1 Usia

Kelompok umur dalam penelitian ini dibagi menjadi 7 kelas sesuai dengan perhitungan statistik atau sebaran distribusi frekuensi (Nazir M 1999). Selang kelas didapat dari selisih umur maksimum dengan umur minimum dibagi dengan jumlah kelas di dapat 7 Kelompok umur yang melakukan pembelian ikan segar yaitu : usia 19-26 thn, 27-34 thn, 35-42 thn, 43-50 thn, 51-58 thn, 59-66 thn dan 67-74 thn. Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia, Tahun 2014

No	Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	19 – 26	31	17.22
2	27 – 34	48	26.67
3	35 – 42	32	17.78
4	43 – 50	43	23.89
5	51 – 58	14	7.77
6	59 – 66	3	1.67
7	67 – 74	9	5.00
TOTAL		180	100

Sumber : Data Primer, diolah 2014

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 9 menunjukkan kelompok usia terbanyak adalah kelompok usia 27 – 34 tahun yaitu sebanyak 48 Orang atau 26,67 % yang termasuk dalam usia produktif. Kelompok usia dengan jumlah paling sedikit adalah ; 59-66 tahun dan 67 – 74 tahun yaitu sebanyak 3 Orang atau 1,67 %. Responden pada selang 27 – 34 mendominasi jumlah responden hal ini dikarenakan para responden di Kota Ambon adalah keluarga yang relative muda, sehingga keputusan pembelian dilakukan oleh ibu atau bapak yang umumnya masih berusia muda.

B.2 Jenis Kelamin

Dalam penelitian ini responden dibagi menjadi dua kelompok berdasarkan jenis kelaminnya, yaitu laki – laki dan perempuan. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Tahun 2014

No	Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	Laki – Laki	47	26.11
2	Perempuan	133	73.89
TOTAL		180	100

Sumber : Data Primer, diolah 2014

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 10 menunjukkan bahwa jenis kelamin perempuan mendominasi jumlah responden dengan jumlah 133 orang atau 73,89 %, sedangkan responden laki – laki sebanyak 47 orang atau 26,11 %. Jumlah Responden perempuan lebih mendominasi karena pada umumnya perempuan sebagai *agent of family* (Engel et al. 1994) memiliki peranan sebagai pihak yang bertanggungjawab menyediakan dan menyiapkan kebutuhan rumah tangga, sehingga kegiatan belanja lebih banyak dilakukan oleh perempuan.

B.3 Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi kelas sosial seseorang, dimana kelas sosial menunjukkan preferensi seseorang atas produk yang berbeda beda di sejumlah bidang (Kotler 2003). Dalam penelitian ini tingkat pendidikan responden dibagi menjadi 6 kelompok, yaitu Tidak tamat, SD, SLTP,SLTA, D3, S1, S2. Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat di Tabel 11.

Berdasarkan hasil penelitian pada Tabel 11 menunjukkan tingkat pendidikan responden didominasi oleh tingkat pendidikan SMA dengan jumlah 103 orang atau 57,2 %, sedangkan yang paling sedikit yaitu pada tingkat S2 dengan jumlah 3 Orang atau 1,67%. Hal ini tampak bertentangan dengan asumsi pada umumnya, yang menyatakan bahwa tingkat pendidikan yang cukup tinggi merupakan indikator tinggi pula tingkat pengetahuan responden, menurut Sumarwan (2003) pengetahuan yang baik mengenai suatu produk akan mendorong seseorang untuk menyukai produk.

Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan, Tahun 2014

N0.	Usia (Tahun)	Jumlah(Orang)	Persentase (%)
1	SD	15	8.33
2	SLTP	15	8.33
3	SMA	103	57.2
4	TIDAK TAMAT	0	-
5	D3	3	1.67
6	SARJANA S1	41	22.8
7	S2	3	1.67
TOTAL		180	100

Sumber : Data Primer, diolah 2014

B.4 Pekerjaan

Menurut Kotler P (2003), pekerjaan seseorang mempengaruhi pola konsumsinya. Dalam penelitian ini karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dibagi kelompok, yaitu karyawan swasta, ibu rumah tangga, buruh ,petani, wiraswasta, dan PNS. Sebaran karakteristi kresponden berdasarkan pekerjaannya dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan Tahun 2014

No.	Usia (Tahun)	Jumlah (Org)	Presentase (%)
1	Buruh	11	6.11
2	Ibu Rumah Tangga	40	22.22
3	Petani	3	1.67
4	Wiraswasta	45	25.00
5	Karyawan	45	25.00
6	PNS	36	20.00
TOTAL		180	100.0

Sumber : Data Primer, diolah 2014

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 12. Menunjukkan bahwa pekerjaan sebagai wiraswasta dan karyawan memiliki jumlah terbesar yaitu sebesar masing masing 45 orang atau 25 %, ini merepresentasikan bahwa kebanyakan yang berbelanja dan mengkonsumsi ikan ke pasar yaitu ketika karyawan tersebut sehabis berkantor dan langsung melakukan aktifitas pembelian ikan di pasar pasar yang terdekat. Sedangkan pekerjaan sebagai petani memiliki jumlah dan presentase terkecil dari seluruh responden yaitu sebesar 1,67 %. Responden ibu rumah tangga sebesar 40 orang atau 22,22 %, menempati urutan kedua responden dengan jumlah terbanyak setelah karyawan dan karyawati. Presentasi cukup besar ini karena pada umumnya ibu rumah tangga bertanggungjawab dalam pemilihan makanan yang akan dikonsumsi oleh keluarganya. Begitupula dengan

pekerjaan sebagai buruh, pekerjaan sebagai ibu rumah tangga tidak membutuhkan tingkat pendidikan yang tinggi. Dengan demikian walaupun hanya lulusan SMA, seorang wanita dapat menjadi ibu rumah tangga yang baik asalkan memiliki kasih sayang tinggi terhadap keluarga.

B.5 Pendapatan

Menurut Kotler (2003), pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang, dalam hal ini pendapatan yang dapat dibelanjakan. Pendapatan adalah sumberdaya material yang sangat penting bagi konsumen karena dengan pendapatan itulah, konsumen bias membiayai kegiatan konsumsinya (Sumarwan 2003).

Berdasarkan hasil analisis maka diperoleh pendapatan responden umumnya berkisar antara Rp. 2.000.000 – Rp. 5.000.000, sebanyak 135 Orang atau (75%) dari total keseluruhan responden. Hal ini berkorelasi dengan jenis pekerjaan pada Tabel 13, yaitu karyawan swasta dan wirausahalah yang mempunyai kemampuan memperoleh upah kerja yang lebih tinggi dibandingkan dengan ibu rumah tangga dan yang lainnya. Pendapatan kurang dari Rp 2.000.000 sebanyak 24 Orang atau 13,33 % dari total keseluruhan responden, yang didominasi oleh responden dengan pekerjaan sebagai buruh dan petani, yang mempunyai upah yang relative lebih sedikit dibandingkan pendapatan dari pekerjaan lain. Sebaran Karakteristik responden berdasarkan pendapatannya dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan Tahun 2014

No.	Selang Pendapatan	Total (Rp)	Presentase (%)
1	> 5.000.000	21	11.67
2	5.000.000 - 2.000.000	135	75.00
3	< 2.000.000	24	13.33
TOTAL		180	100

Sumber : Data Primer, diolah 2014

C. Karakteristik Perilaku Konsumsi Ikan Segar

Berdasarkan hasil wawancara dengan responden, diketahui bahwa konsumen dalam mengonsumsi ikan segar, karena alasan ikan segar rasanya yang gurih dan bergizi tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa ikan segar selain menawarkan kelezatan rasa juga menawarkan asupan gizi karena mengandung protein yang baik untuk kesehatan. Sebaran karakteristik perilaku konsumsi ikan segar berdasarkan preferensi dapat dilihat pada Tabel 14.

Pada Tabel 14 dapat dilihat bahwa responden yang menyukai ikan segar dengan alasan rasa gurih dan kesehatan lebih besar yaitu sebanyak 70 orang responden (41,11%). Responden yang menyukai ikan segar dengan alasan rasa gurih menempati urutan ke dua yaitu 60 atau 33,33 %, dan yang menyukai ikan segar karena alasan kesehatan yaitu 46 orang atau 25,56 %. Jika dilihat dengan tingkat pendidikan maka yang terendah adalah lulusan S1 dan D3. hal ini berkorelasi dengan hasil preferensi konsumen terhadap ikan segar dengan alasan kesehatan yaitu 46 (25,56%), karena responden dengan lulusan sarjana D3, S1, dan S2 jumlahnya kecil. Logikanya bahwa semakin tinggi pendidikan seseorang makin tinggi pemahaman orang tersebut terhadap pengetahuan akan nilai gizi.

Tabel 14 .Karakteristik Responden Berdasarkan Preferensi Konsumen Terhadap Ikan Segar Tahun 2014

NO	Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	Rasa Gurih & Alasan Kesehatan	74	41.11
2	Rasa Gurih	60	33.33
3	Alasan Kesehatan	46	25.56
TOTAL		180	100

Sumber : Data Primer, diolah 2014

Adapun tempat kesukaan responden berbelanja ikan manakala ingin membeli ikan segar ke pasar dapat dilihat pada Tabel 14. Sebagian besar pendapat responden suka membeli ikan di Pasar Arumbae Mardika yaitu 75 (orang) (41,67 %). Selain di pasar mardika responden juga suka membeli ikan di Pasar Benteng 30 orang (16,67 %), diikuti oleh pasar Rumah Tiga 30 orang (16,67%) dan yang paling rendah tingkat kesukaan responden membeli ikan adalah di pasar Wayame yaitu 25 orang (13,89%). Jika dilihat dari hasil maka terlihat bahwa alasan konsumen lebih suka membeli ikan di Pasar Arumbae Mardika lebih banyak. Hal ini berkaitan dengan data monografi penduduk Kota Ambon 2014, karena Penduduk Kota Ambon terbanyak berada pada Wilayah Kecamatan Sirimau yaitu sebesar 213 jiwa per km². Pada wilayah kecamatan inilah yang letaknya dekat dengan pasar mardika, sehingga bisa menjadi alasan kuat letaknya Pasar Arumbae Mardika dengan tempat tinggal penduduk yang dekat. Sehingga responden suka sekali untuk berbelanja di Pasar Arumbae Mardika.

D. Analisis Pendugaan fungsi Permintaan Ikan Segar

Analisis pendugaan fungsi permintaan ikan segar dilakukan untuk memilih model produksi terbaik, sehingga dapat digunakan dalam menganalisis factor

permintaan dan elastisitas permintaan. Untuk mendapatkan model permintaan terbaik perlu dilakukan pengujian model dengan menggunakan kriteria ekonomi, kriteria statistic, dan kriteria ekonometrika. Pendugaan fungsi permintaan yang diuji dalam penelitian ini sebanyak empat macam, yaitu :

- (1) Pendugaan fungsi permintaan ikan segar dengan model regresi linear
- (2) Pendugaan fungsi permintaan ikan segar dengan model bentuk 1
- (3) Pendugaan fungsi permintaan ikan segar dengan model bentuk 2
- (4) Pendugaan fungsi permintaan ikan segar dengan model bentuk model log ganda

D.1 Model Linear

D.1.a Spesifikasi Model Persamaan Pendugaan Permintaan Ikan Segar dengan Model Linear.

Spesifikasi Model merupakan langkah pertama yang perlu dilakukan untuk mengetahui hubungan antara beberapa peubah, baik antara peubah dependen dengan independen, maupun hubungan diantara variable independen itu sendiri. Bila terdapat hubungan, maka analisis terhadap model dugaan dapat dilakukan dan selanjutnya dalam penelitian ekonometrika. Hubungan beberapa variable peubah model linear tersebut dapat dilihat pada Tabel 15.

Tabel 15. Korelasi Antar Peubah Model Linear, Tahun 2014

Pearson Correlation Qd	Qd	Psegar	Psapi	Payam	Ptelur	Pasin	Income
Psegar	0,00	0,03	0,33	0,17	0,01	0,04	0,18
Psapi	0,00	0,09	0,00	0,49	0,01	0,31	0,02
Payam	0,00	0,32	0,11	0,14	0,16	0,31	0,03
Ptelur	0,01	0,42	0,21	0,06	0,17	0,05	0,14
Pasin	0,00	0,07	0,34	0,04	0,45	0,01	0,50
Income	0,99	0,08	0,00	0,10	0,19	0,27	0,12

Sumber : Data Sekunder diolah, 2014

Berdasarkan Tabel 15 dapat dilihat adanya hubungan diantara beberapa peubah walaupun diantaranya memiliki hubungan namun relatif lemah ($r < 0,5$). Dengan demikian tidak terjadi multikolinearitas. Oleh karena itu peubah tersebut layak sebagai variable yang dapat memprediksi

D.1.b Spesifikasi Regresi Linear Persamaan Pendugaan Permintaan Ikan Segar di Kota Ambon

Model fungsi permintaan konsumen rumah tangga terhadap ikan segar di Kota Ambon diduga dengan menggunakan metode Ordinary Least Square (OLS) dengan menggunakan program SPSS 16. *for windows* dan program Excel *for Windows*. Persamaan regresi model dugaan permintaan konsumen rumah tangga terhadap ikan segar di Kota Ambon menggunakan 6 peubah bebas yaitu harga ikan segar (P_{segar}), harga daging sapi (P_{sapi}), harga daging ayam (P_{ayam}), harga telur (P_{telur}), Harga Ikan asin (P_{asin}) dan pendapatan ($Income$).

Tabel 16. Koefisien Variabel-Variabel Model Dugaan Permintaan Ikan Segar oleh Konsumen Rumah Tangga di Kota Ambon dengan model Linear, Tahun 2014

Peubah	Koefisien	Thit	Sig
Konstanta	-0.138	-0.534	0.594
Psegar	-0.00000435	-1.057	0.292
Psapi	0.000005824	2.613	***0.010
Payam	0.000012	2.751	***0.007
Ptelur	0.000013	1.039	0.300
Pasin	0.000002656	0.426	0.67
Pendapatan	0.00000599	13.993	***0.000
R2			0.627
R2 (adj)			0.614
F Ratio			48.53
DW			1.769
Keterangan	**** nyata pada SK 95 %		

Sumber : Data sekunder diolah, 2014

Pada model linear dapat menjelaskan 62,7 persen total variasi permintaan ikan segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon, sisanya 37,3 persen dijelaskan oleh peubah lain di luar model ini. Model dugaan permintaan ikan segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon dengan menggunakan program SPSS 16. *For Windows* adalah sebagai berikut:

$$Q_d = -0,138 - 0,00000435P_{segar} + 0,000005824P_{sapi} + 0,000012P_{ayam} + 0,000013P_{telur} + 0,000002656P_{asin} + 0,00000599P_{incame}$$

$$R^2 = 62,7\% \quad R^2(\text{adj}) = 61,4\% \quad F_{ratio} = 48,53 \quad DW = 1,769$$

Model yang diperoleh kemudian dievaluasi dengan kriteria ekonomi, statistic dan ekonometrika.

(1) Kriteria Ekonomi

Teori ekonomi yang digunakan untuk mengevaluasi model dugaan permintaan ikan segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon adalah hukum permintaan, yaitu jumlah yang dibeli per unit akan semakin besar apabila harga semakin rendah, begitupula sebaliknya, *ceteris paribus*. Hal ini berarti terdapat hubungan yang negative antara permintaan suatu komoditas dengan harganya.

Peubah harga ikan segar untuk model linear mempunyai tanda negative. Hal tersebut sesuai dengan *a priori*, yang berarti semakin tinggi harga ikan segar maka permintaan akan ikan segar akan mengalami penurunan permintaan, begitupula sebaliknya semakin rendah harga ikan segar maka semakin tinggi permintaan ikan segar.

Peubah harga barang substitusi seperti daging sapi, harga daging ayam, harga telur, harga ikan asin sebagai produk substitusi bagi ikan segar pada model regresi linear bertanda positif, serta pendapatan bertanda positif juga, hal ini sesuai dengan apriori. Berarti dengan meningkatnya harga daging sapi, harga daging ayam, harga telur, harga ikan asin akan meningkatkan permintaan ikan segar oleh Konsumen Rumah Tangga di Kota Ambon

Peubah pendapatan bertanda positif. Tanda positif ini benar sesuai dengan *apriori* dan seperti yang diharapkan, tanda positif tersebut menunjukkan hubungan yang positif antara pendapatan terhadap permintaan ikan segar, yaitu jika terjadi peningkatan pendapatan, maka permintaan ikan segar pun akan meningkat.

(2) Kriteria Statistic

Permintaan ikan segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon dalam model linear selanjutnya dievaluasi berdasarkan kriteria statistic dan hasilnya dapat dilihat pada tabel 16.

Berdasarkan tabel 16 hasil regresi diperoleh nilai $R^2 = 0,627\%$ atau $62,7\%$. Ini berarti bahwa $62,7\%$ variasi permintaan ikan segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon dapat diterangkan oleh keenam variable yang digunakan yaitu harga ikan segar, harga daging sapi, harga daging ayam, harga telur, harga ikan asin dan harga pendapatan. Sisanya sebesar $37,3\%$ diterangkan oleh factor lain yang tidak digunakan dalam model. Angka R sebesar $0,792$ menunjukkan angka yang cukup besar, menunjukkan korelasi yang sangat kuat antara permintaan dengan keenam variable yang digunakan.

Berdasarkan Tabel 16 juga dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 48,53 dengan selang kepercayaan 95 % . Hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa keenam variable independent yang diduga, secara simultan berpengaruh nyata terhadap variable dependent pada selang kepercayaan 0.005 %.

Pada Tabel 16 juga memperlihatkan hasil T_{hitung} beserta tingkat signifikansinya untuk setiap variable independent. Berdasarkan hasil pengujian dengan uji statistic $t_{student}$ diketahui bahwa terdapat tiga variable independent yang nyata mempengaruhi permintaan ikan segar secara parsial pada selang kepercayaan 90 % dan 95 %, yaitu masing masing variable harga daging sapi dengan tingkat signifikansi sebesar 0,010 (nyata pada selang kepercayaan 90 %), variabel harga daging ayam dan pendapatan masing masing sebesar 0,007 (nyata pada selang kepercayaan 95 % dan pendapatan 0,000 (nyata pada selang kepercayaan 95 %), Hal ini berarti variabel penjelas tersebut yaitu : harga daging sapi, harga daging ayam dan pendapatan secara nyata mempengaruhi permintaan secara individu lain halnya dengan variabel penjelas lainnya seperti harga telur, harga ikan asin dan harga ikan segar tidak nyata mempengaruhi permintaan secara individu pada selang kepercayaan diatas 90 %.

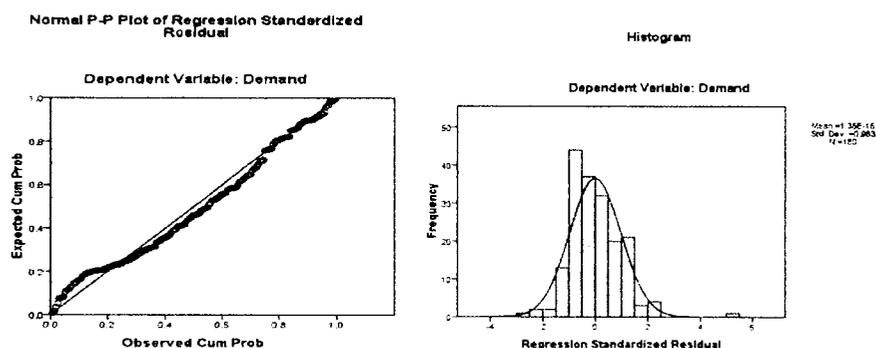
(3) Kriteria Ekonometrika

Model dugaan yang yang baik harus memenuhi kriteria ekonometrika meliputi pengujian terhadap asumsi – asumsi model linear klasik yaitu asumsi normalitas, homoskedastisitas, asumsi tidak adanya multikolinieritas dan autokorelasi

a. Normalitas

Cara mendeteksi normalitas yaitu dengan melihat grafik normal probability, yaitu dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal. Pengujian

normalitas untuk model linear permintaan ikan segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon dapat dilihat pada Gambar 9 dan 10



Gambar 9. Grafik Normal Probability

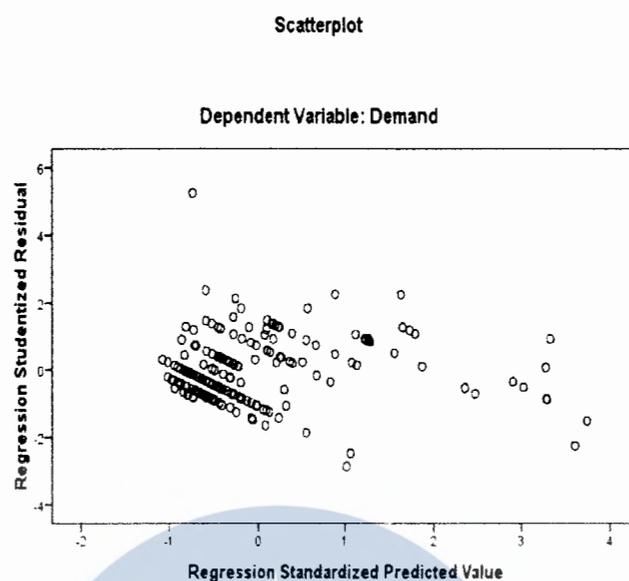
Gambar 10. Histogram Untuk Uji Normalitas Model Linear

Berdasarkan Gambar 9, terlihat bahwa titik – titik menyebar di sekitar sumbu diagonal . Dengan demikian model linear permintaan ikan segar di Kota Ambon memenuhi asumsi normalitas.

Dari Gambar 10 dapat dilihat kurva membentuk lonceng, ini bisa dikatakan nilai variabel – variabel yang dimasukkan ke dalam regresi terdistribusi normal, sehingga model regresi linear ini layak untuk memprediksi permintaan ikan segar oleh konsumen Rumah tangga di Kota Ambon

b. Homoskedasitas

Model regresi yang baik adalah jika tidak terjadi heteroskedisitas. Untuk mendeteksi hal tersebut digunakan grafik *Scatterplot*. Jika data menyebar baik di atas maupun dibawah sumbu pada titik nol dengan tidak membentuk pola tertentu maka asumsi homoskedasitas terpenuhi. Grafik *Scatterplot* pada model linear permintaan ikan segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon dapat dilihat pada Gambar 11.



Gambar 11. Grafik Scatterplot Model Linear

Berdasarkan Gambar 10, terlihat titik – titik sebuah pola satu buah garis diagonal. Dengan menunjukkan telah terjadi heteroskedisitas pada model linear, meskipun terdapat titik titik yang menyebar di atas sumbu pada titik angka nol dengan tidak membentuk pola tertentu

c. Multikolinearitas

Model regresi yang baik yaitu tidak terdapat multikolinearitas atau korelasi diantara variabel independent. Untuk mendeteksi multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 17 , terlihat untuk keenam variabel independent. Nilai tolerance setiap variabel mendekati 1 dan angka VIF setiap variabel berada disekitar angka 1. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak terdapat multikolinearitas dan layak dipakai untuk prediksi permintaan berdasarkan masukan variabel independennya.

Tabel 17. Koefisien Model Dugaan Permintaan Ikan Segar di Kota Ambon dengan Model Linear, Tahun 2014

Peubah	Koofisien	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
Konstanta	-0.138		
Psegar	-0.00000435	0.954	1.048
Psapi	0.000005824	0.825	1.212
Payam	0.000012	0.975	1.026
Ptelur	0.000013	0.953	1.049
Pasin	0.000002656	0.977	1.024
Pendapatan	0.00000599	0.835	1.198
R2			0.627
R2 (adj)			0.614
F Ratio			48.53
DW			1.769

Sumber : Data sekunder diolah, 2014

Cara lain untuk mendeteksi multikolinieritas adalah melihat nilai korelasi antar variabel independennya, dimana nilai korelasi antar variabel independennya harus lemah (di bawah 0,5). Pada Tabel 15 dapat dilihat bahwa angka korelasi antar variabel independennya semuanya pada umumnya bernilai di bawah 0,5.

Hal ini menunjukkan kecendrungan bahwa model regresi tidak terjadi multikolinieritas dan layak dipakai untuk prediksi permintaan berdasarkan masukan variabel independennya.

d. Autokorelasi

Selain bebas multikolinieritas, model regresi yang baik juga harus bebas autokorelasi, cara mendeteksi autokorelasi yaitu dengan uji Durbin- Watson dengan patokan sebagai berikut ;

- Angka D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi
- Angka D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi
- Angka D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negative

Nilai Durbin Watson model linear permintaan ikan segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon adalah 1,769 (Tabel 17) , maka model linear ikan segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon memnuhi asumsi ekonometrika yang tidak ada autokorelasi.

Dari Hasil Evaluasi model linear menurut kriteria ekonometrik, model permintaan ikan segar di Kota Ambon asumsi ekonometrika yaitu normalitas, multikolinearitas dan tidak terdapat autokorelasi telah terpenuhi, namun terjadi heteroskedasitas.

D.2 Model Semilog Bentuk 1

D.2.a Spesifikasi Model Persamaan Pendugaan Permintaan Ikan Segar Dengan Model Semilog Bentuk 1

Spesifikasi model merupakan langkah pertama yang perlu dikakukan untuk mengetahui hubungan antara beberapa peubah, baik antara peubah dependen dengan independen mau pun hubungan diantara variabel independen itu sendiri. Bila terdapat hubungan, maka analisis terhadap model dugaan dapat dilakukan dan selanjutnya dalam penelitian ekonometrika. Hubungan beberapa variabel peubah model semilog 1 tersebut dapat dilihat pada Tabel 18. Berdasarkan Tabel 18 dapat dilihat adanya hubungan diantara beberapa peubah walaupun diantaranya memiliki hubungan yang relatif lemah ($r < 0,5$), jadi tidak terjadi multikolinearitas. Oleh karena itu peubah tersebut layak sebagai variabel yang dapat memprediksi permintaan Ikan Segar.

Tabel 18. Korelasi Antar Peubah Model Semilog, Tahun 2014

Pearson Correlation Qd	Qd	Psegar	Psapi	Payam	Ptelur	Pasin	Income
Psegar	0,00	0,01	0,36	0,00	0,00	0,00	0,00
Psapi	0,00	0,00	0,40	0,60	0,39	0,01	0,00
Payam	0,00	0,23	0,19	0,24	0,46	0,11	0,00
Ptelur	0,01	0,65	0,00	0,05	0,02	0,29	0,02
Pasin	0,01	0,02	0,04	0,02	0,11	0,28	0,47
Income	0,99	0,09	0,00	0,07	0,01	0,32	0,51

Sumber : Data Sekunder diolah, 2014

D.2.b Model Persamaan Pendugaan Permintaan Ikan Segar oleh Konsumen Rumah Tangga di Kota Ambon dalam Model Semilog 1

Model fungsi permintaan konsumen rumah tangga terhadap Ikan Segar di Kota Ambon diduga dengan menggunakan metode Ordinary Least Square (OLS) dengan menggunakan program SPSS 16 *for Windows* dan program *Excel for Windows*. Persamaan regresi model dugaan permintaan konsumen rumah tangga terhadap Ikan Segar di Kota Ambon menggunakan enam peubah bebas yaitu harga Ikan Segar (P_{segar}), harga daging sapi (P_{sapi}), harga daging ayam (P_{ayam}), harga Telur (P_{telur}) dan pendapatan ($Income$). Tabel 19 menyajikan hasil regresi peubah bebas dengan bentuk model semilog bentuk 1.

Pada model semilog bentuk 1 dapat menjelaskan 63,8 persen total variasi permintaan ikan segar oleh rumah tangga di Kota Ambon, sisanya sebesar 36,2 persen dijelaskan oleh peubah lain di luar model. Model semilog 1 dugaan permintaan Ikan Segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon dengan menggunakan program SPSS 16 *for Windows* adalah sebagai berikut:

$$\ln Qd = -36,937 - 0,282P_{segar} + 1,231P_{sapi} + 0,634P_{ayam} + 0,406P_{telur} + 0,018P_{asin} + 4,786Income$$

$R^2 = 63,8\%$ $R^2 (adj) = 62,5\%$ $F \text{ ratio} = 50,72$ $DW =$

1,769 Model yang diperoleh kemudian dievaluasi dengan kriteria ekonomi, statistik dan ekonometrik.

Tabel 19. Koefisien Variabel-Variabel Model Dugaan Permintaan Ikan Segar oleh Konsumen Rumah Tangga di Kota Ambon dengan model Semilog 1, Tahun 2014

Peubah	Koefisien	Thit	Sig
Konstanta	36,937	-11,303	0,000
Psegar	0,282	-898.0	0,370
Psapi	1,231	5,281	**0,000
Payam	0,634	2,580	**0,011
Ptelur	0,406	1,365	0,174
Pasin	0,018	0,045	0,964
Pendapatan	4,786	14,382	***0,000
R2			0,638
R2 (adj)			0,625
F Ratio			48,53
DW			1,769
Keterangan	**** nyata pada SK 95 %		

Sumber : Data sekunder diolah, 2014

1). Kriteria Ekonomi

Teori ekonomi yang digunakan untuk mengevaluasi model dugaan permintaan Ikan segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon adalah hukum permintaan, yaitu jumlah yang dibeli per unit akan semakin besar apabila harga semakin rendah, begitu pula sebaliknya, *ceteris paribus*. Hal ini berarti terdapat hubungan yang negatif antara permintaan suatu komoditas dengan harganya. Peubah harga Ikan segar untuk model semilog bentuk 1 mempunyai tanda koefisien yang negative. Hal tersebut sesuai dengan anggapan *a priori*, yang berarti semakin tinggi harga ikan segar di Kota Ambon maka permintaan akan Ikan Segar akan mengalami penurunan.

Arti dari tanda negative pada peubah harga Ikan segar menyatakan bahwa Ikan segar merupakan barang komplementer. Peubah harga daging sapi, harga daging ayam, harga telur, harga ikan asin sebagai produk substitusi bagi Ikan Segar pada model semilog 1 bertanda positif, hal ini sesuai dengan anggapan a priori. Berarti dengan meningkatnya harga daging sapi, harga daging ayam, harga telur, harga ikan asin sebagai produk substitusi bagi Ikan Segar akan meningkatkan permintaan Ikan Segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon.

Peubah pendapatan bertanda positif. Tanda positif ini benar sesuai dengan a priori dan seperti yang diharapkan. Tanda positif tersebut menunjukkan hubungan yang positif antara pendapatan yaitu jika terjadi peningkatan pendapatan maka permintaan akan ikan segarpun akan meningkat.

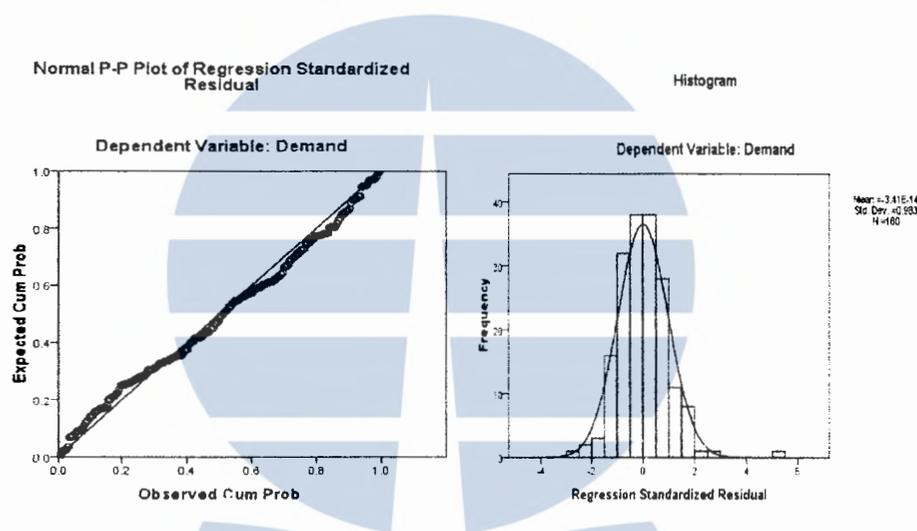
2) Kriteria Statistik

Permintaan Ikan segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon dalam model semilog bentuk 1 selanjutnya dievaluasi berdasarkan kriteria statistik dan hasilnya dapat dilihat pada Tabel 19. Berdasarkan Tabel 19 hasil regresi diperoleh nilai R^2 sebesar 0,638 % atau 63,8 %. Ini berarti bahwa 63,8 % variasi permintaan Ikan segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon dapat diterangkan oleh keenam variabel yang digunakan yaitu harga Ikan Segar, harga daging sapi, harga daging ayam, harga telur, harga ikan asin dan pendapatan. Sisanya sebesar 0,362 atau 36,2 % diterangkan oleh faktor lain yang tidak digunakan dalam model. Angka sisa ini perlu dikaji lebih lanjut mengenai faktor yang menjelaskan permintaan Ikan segar yang tidak dimasukkan dalam model,

misalnya seperti pendidikan, persentase pendapatan untuk konsumsi bahan makanan, barang substitusi Ikan Segar lainnya, karakteristik Ikan Segar yang lain, dan sebagainya. Angka R sebesar 0,672 menunjukkan angka korelasi yang cukup kuat antara permintaan dengan keenam variabel yang digunakan. Berdasarkan Tabel 19 juga dapat dilihat bahwa nilai Fhitung sebesar 23,805 dengan selang kepercayaan 95 %. Hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa keenam variabel independen yang diduga, secara serentak berpengaruh nyata terhadap variabel dependen pada selang kepercayaan 95 %. Pada Tabel 19 juga memperlihatkan hasil Thitung beserta tingkat signifikansinya untuk setiap variabel independen. Berdasarkan hasil pengujian dengan uji statistik tstudent diketahui bahwa terdapat tiga variabel dependen yang nyata mempengaruhi permintaan Ikan segar secara parsial pada selang kepercayaan 90% dan 95 % yaitu masing-masing variabel harga daging sapi dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 (nyata pada selang kepercayaan 95%), variabel harga pendapatan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 (nyata pada selang kepercayaan 95%), dan variabel harga ayam dengan tingkat signifikansi sebesar 0,011 (nyata pada selang kepercayaan 95%). Hal ini berarti variabel penjelas tersebut, yaitu harga daging sapi, pendapatan dan ayam secara nyata mempengaruhi permintaan secara individu. Lain halnya dengan variabel penjelas lainnya seperti harga ikan segar, harga telur dan harga ikan asin, tidak nyata mempengaruhi permintaan secara individu pada selang kepercayaan diatas 90 %.

3) Kriteria Ekonometrik

Model dugaan yang baik harus memenuhi kriteria ekonometrika meliputi pengujian terhadap asumsi-asumsi model linear klasik yaitu asumsi normalitas, homoskedastisitas, asumsi tidak adanya multikolinieritas dan autokorelasi. Cara mendeteksi normalitas yaitu dengan melihat grafik normal probability, yaitu dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal. Pengujian normalitas untuk model semilog bentuk 1 permintaan Ikan Segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon dapat dilihat pada Gambar 11 dan Gambar 12.



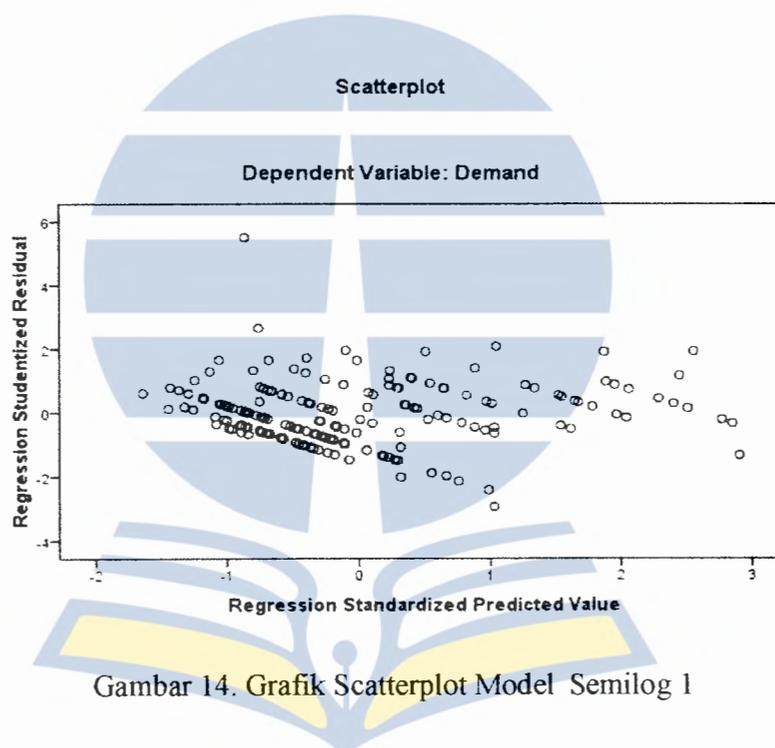
Gambar 12. Grafik Normal Probability

Gambar 13. Histogram Untuk Uji Normalitas Model Semilog I

Berdasarkan Gambar 11, terlihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar sumbu diagonal. Maka model semilog bentuk 1 permintaan Ikan Segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon memenuhi asumsi normalitas. Dari Gambar 12 dapat dilihat kurva membentuk lonceng, ini bisa dikatakan nilai variabel-variabel yang dimasukkan ke dalam regresi terdistribusi normal, sehingga model semilog 1 layak untuk memprediksi permintaan Ikan Segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon.

3.a. Homoskedasitas

Model regresi yang baik adalah jika tidak terjadi heteroskedasitas. Untuk mendeteksi hal tersebut digunakan grafik Scatterplot. Jika data menyebar baik di atas maupun di bawah sumbu pada titik nol dengan tidak membentuk pola tertentu maka asumsi homoskedasitas terpenuhi. Grafik Scatterplot pada model semilog 1 permintaan Ikan Segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon dapat dilihat pada Gambar 14.



Gambar 14. Grafik Scatterplot Model Semilog 1

Berdasarkan Gambar 14, terlihat titik-titik sebuah pola garis diagonal. Dengan demikian menunjukkan telah terjadi heteroskedasitas pada model semilog 1, meskipun terdapat titik-titik yang menyebar di atas sumbu pada angka nol dengan tidak membentuk pola tertentu.

3.b Multikolinieritas

Model regresi yang baik yaitu tidak terdapat multikolinieritas atau korelasi diantara variabel independen. Untuk mendeteksi multikolinieritas dapat dilihat pada Tabel 20 terlihat untuk keenam variabel independen. Nilai Tolerance setiap variabel mendekati 1 dan angka VIF setiap variabel berada di sekitar angka 1. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak terdapat multikolinieritas dan layak dipakai untuk prediksi permintaan berdasarkan masukan variabel independennya. Cara lain untuk mendeteksi multikolinieritas adalah melihat nilai korelasi antar variabel independennya, dimana nilai korelasi antar variabel independen harus lemah (di bawah 0,5). Pada Tabel 18 dapat dilihat angka korelasi antar koefisien variabel independen pada umumnya bernilai di bawah 0,5 hal ini menunjukkan kecenderungan bahwa model regresi tidak terjadi multikolinieritas dan layak dipakai untuk prediksi permintaan berdasarkan masukan variabel independennya.

Tabel 20. Koefisien Model Dugaan Permintaan Ikan Segar di Kota Ambon dengan Model Semilog 1, Tahun 2014

Peubah	Koefisien	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
Konstanta	-36.937		
Psegar	-0.282	0.952	1.051
Psapi	1.231	0.908	1.101
Payam	0.634	0.994	1.006
Ptelur	0.406	0.962	1.040
Pasin	0.018	0.976	1.025
Pendapatan	4.786	0.922	1.084
R ²			0.638
R ² (adj)			0.625
F Ratio			50.72
DW			1.721

Sumber : Data sekunder diolah, 2014

3.c Autokorelasi

Selain bebas multikolinearitas, model regresi yang baik juga harus bebas autokorelasi. Cara mendeteksi autokorelasi yaitu dengan uji Durbin-Watson dengan patokan sebagai berikut : - Angka D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi - Angka D-W antara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi - Angka D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negatif Nilai Durbin-Watson model linier permintaan Ikan Segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon adalah 1,721 (Tabel 20), maka model semilog1 permintaan Ikan Lele oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon memenuhi asumsi ekonometrika yaitu tidak ada autokorelasi. Dari hasil evaluasi model semilog 1 menurut kriteria ekonometrik, model permintaan Ikan Segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon asumsi ekonometrika, yaitu normalitas, multikolinearitas dan tidak terdapat autokorelasi telah terpenuhi, namun terjadi heteroskedasitas.

D.3 Model Semilog Bentuk 2

D.3.a Spesifikasi Model Persamaan Pendugaan Permintaan Ikan Segar dengan Model Semilog Bentuk 2

Spesifikasi model merupakan langkah pertama yang perlu dilakukan untuk mengetahui hubungan antara beberapa peubah, baik antara peubah dependen dengan independen mau pun hubungan diantara variabel independen itu sendiri. Bila terdapat hubungan, maka analisis terhadap model dugaan dapat dilakukan dan selanjutnya dalam penelitian ekonometrika. Hubungan beberapa variabel peubah model semilog 2 tersebut dapat dilihat pada Tabel 21.

Tabel 21. Korelasi Antar Peubah Model Semilog 2 , Tahun 2014

Pearson Correlation Qd	Qd	Psegar	Psapi	Payam	Ptelur	Pasin	Income
Psegar	0,00	0,03	0,33	0,17	0,01	0,04	0,18
Psapi	0,00	0,09	0,00	0,49	0,01	0,31	0,02
Payam	0,00	0,32	0,11	0,14	0,16	0,31	0,03
Ptelur	0,01	0,42	0,21	0,06	0,17	0,05	0,14
Pasin	0,00	0,07	0,34	0,04	0,45	0,01	0,50
Income	0,99	0,08	0,00	0,10	0,19	0,27	0,12

Sumber : Data Sekunder diolah, 2014

Berdasarkan Tabel 20 dapat dilihat adanya hubungan diantara beberapa peubah walaupun diantaranya memiliki hubungan yang relatif lemah ($r < 0,5$), jadi tidak terjadi multikolinearitas. Oleh karena itu peubah tersebut layak sebagai variabel yang dapat memprediksi permintaan Ikan Segar .

D.3.b Model Persamaan Penduga Permintaan Ikan Segar oleh Konsumen Rumah Tangga di Kota Ambon dalam Model Semilog 2

Model fungsi permintaan konsumen rumah tangga terhadap Ikan Segar di Kota Ambon diduga dengan menggunakan metode Ordinary Least Square (OLS) dengan menggunakan program SPSS 16 *for Windows* dan program *Excel for Windows*. Persamaan regresi model dugaan permintaan konsumen rumah tangga terhadap Ikan Segar di Kota Ambon menggunakan enam peubah bebas yaitu harga Ikan Segra (*Psegar*), harga daging sapi (*Psapi*), harga daging ayam (*Payam*), harga telur (*Ptelur*) dan Pendapatan (*Income*) rumah tangga.

Tabel 22. Koefisien Variabel-Variabel Model Dugaan Permintaan Ikan Segar oleh Konsumen Rumah Tangga di Kota Ambon dengan model Semilog 2, Tahun 2014

Peubah	Koefisien	Thit	Sig
Konstanta	-0.244	-3.676	0.000
Psegar	-0.00000124	-1.339	0.182
Psapi	0.000001056	1.840	**0.067
Payam	0.000003702	3.080	*** 0.002
Ptelur	0.000002305	0.678	0.499
Pasin	0.000000754	0.471	0.639
Pendapatan	0.000000105	9.538	*** 0.000
R2			0.452
R2 (adj)			0.433
F Ratio			23.805
DW			1.455
Keterangan	*** nyata pada SK 95 %		
	** nyata pada SK 90%		

Sumber : Data sekunder diolah, 2014

Pada Tabel 22 menyajikan hasil regresi peubah bebas dengan bentuk model semilog bentuk 2. Model semilog bentuk 2 dapat menjelaskan 45,2 persen total variasi permintaan Ikan Segar oleh rumah tangga di Kota Ambon, sisanya sebesar 54,8 persen dijelaskan oleh peubah lain di luar model. Dengan uji F didapat F_{hit} 23,805 pada selang kepercayaan 95 %. Sedangkan secara uji T didapat bahwa adalah harga daging ayam, daging sapi dan pendapatan berpengaruh terhadap permintaan Ikan Segar oleh rumah tangga di Kota Ambon pada selang kepercayaan 90 persen dan 95 persen. Model dugaan permintaan Ikan Segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon dengan menggunakan program SPSS 16 *for Windows* adalah sebagai berikut:

Model Semilog bentuk 2 $Q_d = -0.244 - 0.000001241 \ln P_{\text{segar}} + 0.000001056 \ln P_{\text{sapi}} + 0.000003702 \ln P_{\text{ayam}} + 0.000002305 \ln P_{\text{telur}} + 0.000000754 \ln P_{\text{asin}} + 0.000000105 \ln \text{Income}$

$R^2 = 45,2\%$ $R^2 (\text{adj}) = 43,3\%$ $F \text{ ratio} = 23,8$ $DW = 1,455$ Model yang diperoleh kemudian dievaluasi dengan kriteria ekonomi, statistik dan ekonometrik.

1). Kriteria Ekonomi

Teori ekonomi yang digunakan untuk mengevaluasi model dugaan permintaan Ikan Segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon adalah hukum permintaan, yaitu jumlah yang dibeli per unit akan semakin besar apabila harga semakin rendah, begitu pula sebaliknya, *ceteris paribus*. Hal ini berarti terdapat hubungan yang negatif antara permintaan suatu komoditas dengan harganya. Peubah harga Ikan Segar untuk model semilog bentuk 2 mempunyai tanda koefisien yang negatif. Hal tersebut sesuai dengan anggapan a priori, yang berarti semakin tinggi harga Ikan Segar di Kota Ambon permintaan akan Ikan Segar akan mengalami penurunan. Hal ini dikarenakan bahwa bila harga ikan segar meningkat maka Konsumen Rumah Tangga akan mengurangi permintaan untuk mengkonsumsi ikan Segar.

Arti dari tanda negative pada peubah harga Ikan Segar menyatakan bahwa Ikan segar merupakan barang normal. Peubah harga daging sapi, harga daging harga daging ayam, harga telur dan harga ikan asin sebagai produk substitusi bagi Ikan Segar pada model semilog 2 bertanda positif, hal ini sesuai dengan anggapan a priori. Berarti dengan meningkatnya harga daging sapi, harga daging harga daging ayam, harga telur dan harga ikan asin akan meningkatkan permintaan Ikan Segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon. Tanda

positif menunjukkan hubungan yang positif antara pendapatan terhadap permintaan Ikan segar, yaitu jika terjadi peningkatan pendapatan maka permintaan terhadap Ikan Segar pun akan meningkat.

2) Kriteria Statistik

Permintaan Ikan Segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon dalam model semilog bentuk 2 selanjutnya dievaluasi berdasarkan kriteria statistik dan hasilnya dapat dilihat pada Tabel 21. Berdasarkan Tabel 21 hasil regresi diperoleh nilai R^2 sebesar 0,452 atau 45,2%. Ini berarti bahwa 45,2% variasi permintaan Ikan Segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon dapat diterangkan oleh keenam variabel yang digunakan yaitu harga Ikan Segar, harga daging sapi, harga daging ayam, harga telur, harga ikan asin, pendapatan Sisanya sebesar 0,548 atau 54,8 % diterangkan oleh aktor lain yang tidak digunakan dalam model. Angka sisa ini cukup besar dan perlu dikaji lebih lanjut mengenai faktor yang menjelaskan permintaan Ikan segar yang tidak dimasukkan dalam model, misalnya seperti pendidikan, persentase pendapatan untuk konsumsi bahan makanan, barang substitusi Ikan Segar lainnya, karakteristik Ikan Segar yang lain, dan sebagainya. Angka R sebesar 0,672 menunjukkan angka korelasi yang kuat antara permintaan dengan keenam variabel yang digunakan. Berdasarkan Tabel 21 juga dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 23.805 dengan selang kepercayaan 95%. Hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa ke enam variabel independen yang diduga, secara serentak berpengaruh nyata terhadap variabel dependen pada selang kepercayaan 95%. Pada Tabel 21 juga memperlihatkan hasil T_{hitung} beserta tingkat signifikansinya untuk setiap

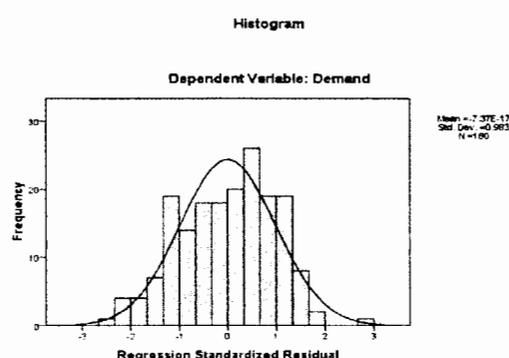
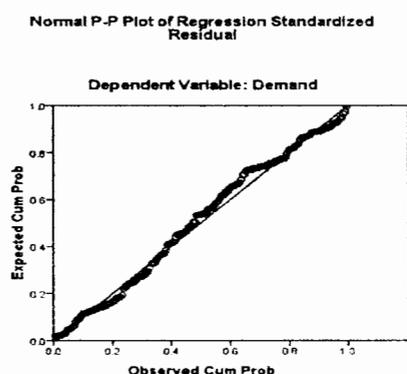
variabel independen. Berdasarkan hasil pengujian dengan uji statistik tstudent diketahui bahwa terdapat dua variabel dependen yang nyata mempengaruhi permintaan Ikan Segar secara parsial pada selang kepercayaan 95%, yaitu masing-masing variabel harga daging ayam 0,002 (nyata pada selang kepercayaan 95%), daging sapi 0,067 (nyata pada selang kepercayaan 90%) dan variabel pendapatan (Income) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 (nyata pada selang kepercayaan 95%). Hal ini berarti variabel penjelas tersebut, yaitu harga daging ayam, daging sapi dan pendapatan secara nyata mempengaruhi permintaan secara individu. Lain halnya dengan variabel penjelas lainnya seperti harga telur, harga ikan segar dan harga ikan asin tidak nyata mempengaruhi permintaan secara individu pada selang kepercayaan diatas 90 %.

3) Kriteria Ekonometrik

Model dugaan yang baik harus memenuhi kriteria ekonometrika meliputi pengujian terhadap asumsi-asumsi model linear klasik yaitu asumsi normalitas, homoskedastisitas, asumsi tidak adanya multikolinieritas dan autokorelasi :

3.a Normalitas

Cara mendeteksi normalitas yaitu dengan melihat grafik normal probability, yaitu dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal. Pengujian normalitas untuk model semilog 2 permintaan Ikan Segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon dapat dilihat pada Gambar 15 dan 16.



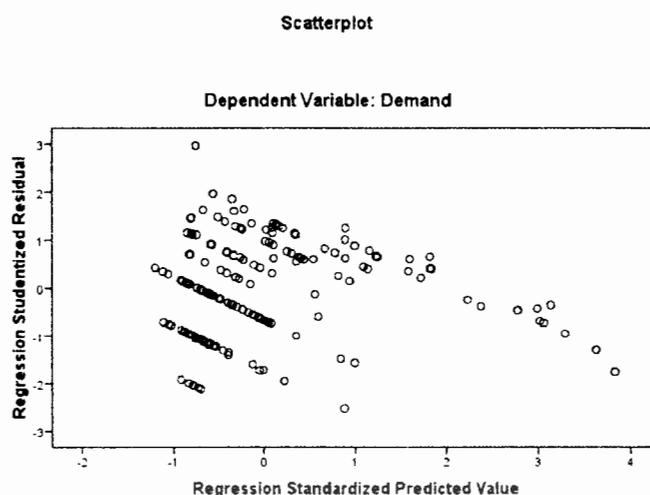
Gambar 15. Grafik Normal Probability

Gambar 16. Histogram Untuk Uji Normalitas Model Semilog 2

Berdasarkan Gambar 15, terlihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar sumbu diagonal. Maka model semilog bentuk 2 permintaan Ikan Segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon memenuhi asumsi normalitas. Dari Gambar 16 dapat dilihat kurva membentuk lonceng, ini bisa dikatakan nilai variabel-variabel yang dimasukkan ke dalam regresi terdistribusi normal, sehingga model semilog 2 layak untuk memprediksi permintaan Ikan Segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon.

3.b Homoskedasitas

Model regresi yang baik adalah jika tidak terjadi heteroskedasitas. Untuk mendeteksi hal tersebut digunakan grafik Scatterplot. Jika data menyebar baik di atas maupun di bawah sumbu pada titik nol dengan tidak membentuk pola tertentu maka asumsi homoskedasitas terpenuhi. Grafik Scatterplot pada model semilog 2 permintaan Ikan Segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon dapat dilihat pada Gambar 17.



Gambar 17. Grafik Scatterplot Model Semilog 2

Berdasarkan Gambar 17, terlihat titik-titik sebuah pola garis diagonal. Dengan demikian menunjukkan telah terjadi heteroskedastisitas pada model semilog.2, meskipun terdapat titik-titik yang menyebar di atas sumbu pada angka nol dengan tidak membentuk pola tertentu.

3.c Multikolinieritas

Model regresi yang baik yaitu tidak terdapat multikolinieritas atau korelasi diantara variabel independen. Untuk mendeteksi multikolinieritas dapat dilihat pada Tabel 24 terlihat untuk ketujuh variabel independen. Nilai Tolerance setiap variabel mendekati 1 dan angka VIF setiap variabel berada di sekitar angka 1. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak terdapat multikolinieritas dan layak dipakai untuk prediksi permintaan berdasarkan masukan variabel independennya.

Tabel 23. Koefisien Model Dugaan Permintaan Ikan Segar di Kota Ambon dengan Model Semilog 2, Tahun 2014

Peubah	Koofisien	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
Konstanta	-0.244		
Psegarr	-0.00000124	0,954	1,048
Psapi	0.000001056	0,825	1,212
Payam	0.000003702	0,975	1,026
Ptelur	0.000002305	0,953	1,049
Pasin	0.000000754	0,977	1,024
Pendapatan	0.000000105	0,835	1,198
R ²			0,452
R ² (adj)			0,433
F Ratio			23,805
DW			1,455

Sumber : Data sekunder diolah, 2014

Cara lain untuk mendeteksi multikolinieritas adalah melihat nilai korelasi antar variabel independennya, dimana nilai korelasi antar variabel independen harus lemah (di bawah 0,5). Pada Tabel 22 dapat dilihat angka korelasi antar koefisien variabel independen pada umumnya bernilai di bawah 0,5 hal ini menunjukkan kecenderungan bahwa model semilog 2 tidak terjadi multikolinieritas dan layak dipakai untuk prediksi permintaan berdasarkan masukan variabel independennya. 4) Autokorelasi Selain bebas multikolinieritas, model regresi yang baik juga harus bebas autokorelasi. Cara mendeteksi autokorelasi yaitu dengan uji Durbin-Watson dengan patokan sebagai berikut : - Angka D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi - Angka D-W antara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi - Angka D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negatif Nilai Durbin-Watson model linier permintaan Ikan Segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon adalah 1,455 (Tabel 22), maka model semilog bentuk 2 permintaan Ikan Segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon memenuhi asumsi ekonometrika yaitu tidak ada autokorelasi. Dari

hasil evaluasi model semilog 2 menurut kriteria ekonometrik, model permintaan Ikan Segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon asumsi ekonometrika yaitu normalitas, multikolinearitas dan tidak terdapat autokorelasi telah terpenuhi, namun terjadi heteroskedasitas.

D.4 Model Log Ganda

D.4.a Spesifikasi Model Persamaan Pendugaan Permintaan Ikan Segar Dengan Model Log Ganda

Spesifikasi model merupakan langkah pertama yang perlu dilakukan untuk mengetahui hubungan antara beberapa peubah, baik antara peubah dependen dengan independen mau pun hubungan diantara variabel independen itu sendiri. Bila terdapat hubungan, maka analisis terhadap model dugaan dapat dilakukan, dan selanjutnya dalam penelitian ekonometrika. Hubungan beberapa variabel peubah model log ganda tersebut dapat dilihat pada Tabel 23.

Berdasarkan Tabel 23 dapat dilihat adanya hubungan diantara beberapa peubah walaupun diantaranya memiliki hubungan yang relatif lemah ($r < 0,5$), jadi tidak terjadi multikolinearitas. Oleh karena itu peubah tersebut layak sebagai variabel yang dapat memprediksi permintaan Ikan Segar.

D.4.b Model Persamaan Penduga Permintaan Ikan Segar oleh Konsumen Rumah Tangga di Kota Ambon Dalam Model Log Ganda.

Model fungsi permintaan konsumen rumah tangga terhadap Ikan Segar di Kota Ambon diduga dengan menggunakan metode Ordinary Least Square (OLS) dengan menggunakan program SPSS 16 *for Windows* dan program *Excel for Windows*. Persamaan regresi model dugaan permintaan konsumen rumah tangga

terhadap Ikan Segar di Kota Ambon menggunakan enam peubah bebas yaitu harga Ikan Segar (P_{segar}), harga daging sapi (P_{sapi}), harga daging ayam (P_{ayam}), harga telur (P_{telur}), harga ikan asin (P_{asin}), Pendapatan (Income)

Tabel 23. Koofisien Variabel-Variabel Model Dugaan Permintaan Ikan Segar oleh Konsumen Rumah Tangga di Kota Ambon dengan model Log Ganda, Tahun 2014

Peubah	Koofisien	Thit	Sig
Konstanta	-0.7264	-9.048	0.000
Psegar	-0.101	-1.303	0.195
Psapi	0.238	4.149	***0.000
Payam	0.189	3.109	*** 0.002
Ptelur	0.068	0.927	0.355
Pasin	0.009	0.094	0.925
Income	0.009	10.941	*** 0.000
R2			0.518
R2 (adj)			0.501
F Ratio			30.765
DW			1.510
Keterangan	*** nyata pada SK 95 %		

Sumber : Data sekunder diolah, 2014

Tabel 23 menyajikan hasil regresi peubah bebas dengan bentuk model log ganda. Pada model log ganda dapat menjelaskan 51,8 persen total variasi permintaan Ikan Segar oleh rumah tangga di Kota Ambon, sisanya sebesar 48,2 persen dijelaskan oleh peubah lain di luar model. Model dugaan permintaan Ikan Segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon dengan menggunakan program SPSS 16 for Windows adalah sebagai berikut: Model Log ganda $\ln Q_d = -0.7264 - 0.101 \ln P_{segar} + 0.238 \ln P_{sapi} + 0.189 \ln P_{ayam} + 0.068 \ln P_{telur} + 0.009 \ln P_{asin} + 0.009 \ln I$ R2 = 51,8 % R2 (adj) = 50,1 % F ratio = 30,765 DW = 1,510 Model yang diperoleh kemudian dievaluasi dengan kriteria ekonomi, statistik dan ekonometrik.

1). Kriteria Ekonomi

Teori ekonomi yang digunakan untuk mengevaluasi model dugaan permintaan Ikan Lele oleh konsumen rumah tangga di Kecamatan Ciseeng adalah hukum permintaan, yaitu jumlah yang dibeli per unit akan semakin besar apabila harga semakin rendah, begitu pula sebaliknya, *ceteris paribus*. Hal ini berarti terdapat hubungan yang negatif antara permintaan suatu komoditas dengan harganya.

Peubah harga Ikan Segar untuk model log ganda mempunyai tanda koefisien yang negatif Hal tersebut sesuai dengan anggapan a priori, yang berarti semakin tinggi harga ikan segar di Kota Ambon maka permintaan akan Ikan Segar akan mengalami penurunan. Arti dari tanda negative pada peubah harga Ikan Segar menyatakan bahwa Ikan Segar merupakan barang normal. Peubah harga daging sapi, harga daging ayam, harga telur, dan harga ikan asin sebagai produk substitusi bagi Ikan Segar pada model regresi linier bertanda positif, hal ini sesuai dengan anggapan a priori. Berarti dengan meningkatnya harga daging sapi, harga daging ayam, harga telur, dan harga ikan asin akan meningkatkan permintaan Ikan Segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon.

Peubah pendapatan bertanda positif. Tanda positif ini benar sesuai dengan a priori dan seperti yang diharapkan. Tanda positif tersebut menunjukkan hubungan yang positif antara pendapatan terhadap permintaan Ikan Segar, yaitu jika terjadi peningkatan pendapatan, maka permintaan terhadap Ikan Segar pun akan meningkat.

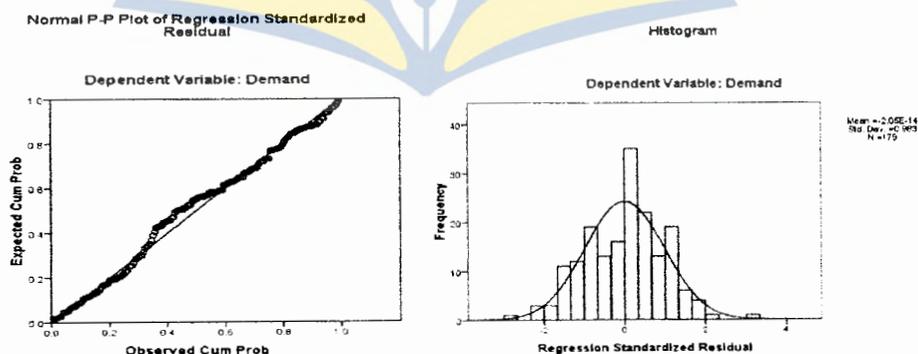
2) Kriteria Statistik

Permintaan Ikan Segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon dalam model log ganda selanjutnya dievaluasi berdasarkan kriteria statistik dan hasilnya dapat dilihat pada Tabel 23. Berdasarkan Tabel 23 hasil regresi diperoleh nilai R^2 sebesar 0,518 atau 51,8 %. Ini berarti bahwa 51,8 % variasi permintaan Ikan Segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon dapat diterangkan oleh keenam variabel yang digunakan yaitu harga Ikan Segar, harga daging sapi, harga daging ayam, harga telur, harga ikan asin dan Pendapatan. Sisanya sebesar 0,482 atau 48,2%% diterangkan oleh faktor lain yang tidak digunakan dalam model. Angka sisa ini cukup besar dan perlu dikaji lebih lanjut mengenai faktor yang menjelaskan permintaan Ikan Lele yang tidak dimasukkan dalam model, misalnya seperti pendidikan, persentase pendapatan untuk konsumsi bahan makanan, barang substitusi Ikan Segar lainnya, karakteristik Ikan Segar yang lain, dan sebagainya. Angka R sebesar 0,719 menunjukkan angka korelasi yang sangat kuat antara permintaan dengan keenam variabel yang digunakan. Berdasarkan Tabel 23 juga dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 30,765 dengan selang kepercayaan 95%. Hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa keenam variabel independen yang diduga, secara serentak berpengaruh nyata terhadap variabel dependen pada selang kepercayaan 95%. Pada Tabel 23 juga memperlihatkan hasil T_{hitung} beserta tingkat signifikansinya untuk setiap variabel independen. Berdasarkan hasil pengujian dengan uji statistik t student diketahui bahwa terdapat dua variabel independen yang nyata mempengaruhi permintaan Ikan segar secara parsial pada selang kepercayaan 95%, yaitu masing-masing variabel tersebut yaitu harga daging ayam dan pendapatan,

dengan tingkat signifikansi berturut-turut sebesar 0,002 (nyata pada selang kepercayaan 95%) dan 0,000 (nyata pada selang kepercayaan 95%) serta daging sapi 0,000 (nyata pada selang kepercayaan 95%). Hal ini berarti variabel penjelas tersebut, yaitu harga daging ayam, daging sapi dan pendapatan secara nyata mempengaruhi permintaan secara individu. Lain halnya dengan variabel penjelas lainnya seperti harga ikan segar, harga telur, harga ikan asin, tidak nyata mempengaruhi permintaan secara individu pada selang kepercayaan diatas 95 %.

3) Kriteria Ekonometrik

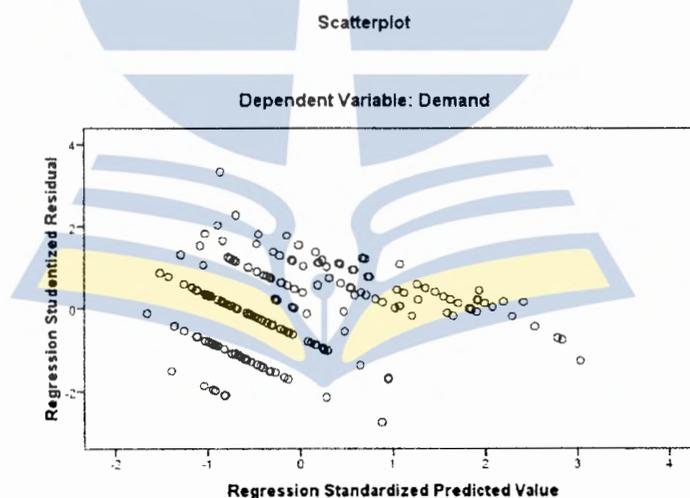
Model dugaan yang baik harus memenuhi kriteria ekonometrika meliputi pengujian terhadap asumsi-asumsi model linear klasik yaitu asumsi normalitas, homoskedastisitas, asumsi tidak adanya multikolinieritas dan autokorelasi : a) Normalitas Cara mendeteksi normalitas yaitu dengan melihat grafik normal probability, yaitu dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal. Pengujian normalitas untuk model log ganda permintaan Ikan Segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon dapat dilihat pada Gambar 18 dan Gambar 19.



Gambar 18. Grafik Normal Probability

Gambar 19. Histogram Untuk Uji Normalitas Model Log Ganda

Berdasarkan Gambar 18, terlihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar sumbu diagonal. Maka model log ganda permintaan Ikan Segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon memenuhi asumsi normalitas. Dari Gambar 19 dapat dilihat kurva membentuk lonceng, ini bisa dikatakan nilai variabel-variabel yang dimasukkan ke dalam regresi terdistribusi normal, sehingga model log ganda layak untuk memprediksi permintaan Ikan Segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon. 2) Homoskedasitas Model regresi yang baik adalah jika tidak terjadi heteroskedasitas. Untuk mendeteksi hal tersebut digunakan grafik Scatterplot. Jika data menyebar baik di atas maupun di bawah sumbu pada titik nol dengan tidak membentuk pola tertentu maka asumsi homoskedasitas terpenuhi. Grafik Scatterplot pada model log ganda permintaan Ikan Segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon dapat dilihat pada Gambar 20.



Gambar 20. Grafik Scatterplot Model Log

Berdasarkan Gambar 20, terlihat titik-titik sebuah pola dua buah garis diagonal. Dengan demikian menunjukkan telah terjadi heteroskedasitas pada model log ganda, meskipun terdapat titik-titik yang menyebar di atas sumbu pada angka nol dengan tidak membentuk pola tertentu.

3) Multikolinearitas Model regresi yang baik yaitu tidak terdapat multikolinieritas atau korelasi diantara variabel independen. Untuk mendeteksi multikolinieritas dapat dilihat pada Tabel 23 terlihat untuk keenam variabel independen. Nilai Tolerance setiap variabel mendekati 1 dan angka VIF setiap variabel berada di sekitar angka 1. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak terdapat multikolinieritas dan layak dipakai untuk prediksi permintaan berdasarkan masukan variabel independennya.

Tabel 24. Koefisien Model Dugaan Permintaan Ikan Segar di Kota Ambon dengan Model Log Ganda, Tahun 2014

Peubah	Koefisien	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
Konstanta	-0.726		
Psegar	-0.101	0,956	1,046
Psapi	0.238	0,910	1,099
Payam	0.189	0,977	1,003
Ptelur	0.068	0,963	1,038
Pasin	0.009	0,975	1,026
Pendapatan	0.898	0,918	1,089
R ²			0,518
R ² (adj)			0,501
F Ratio			30,765
DW			1,510

Sumber : Data sekunder diolah, 2014

Cara lain untuk mendeteksi multikolinieritas adalah melihat nilai korelasi antar variabel independennya, dimana nilai korelasi antar variabel independen

harus lemah (di bawah 0,5). Pada Tabel 24 dapat dilihat angka korelasi antar koefisien variabel independen pada umumnya bernilai dibawah 0,5 hal ini menunjukkan kecenderungan bahwa model log ganda tidak terjadi multikolinieritas dan layak dipakai untuk prediksi permintaan berdasarkan masukan variabel independennya. 4) Autokorelasi Selain bebas multikolinearitas, model regresi yang baik juga harus bebas autokorelasi. Cara mendeteksi autokorelasi yaitu dengan uji Durbin-Watson dengan patokan sebagai berikut : - Angka D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi - Angka D-W antara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi. Angka D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negatif Nilai Durbin-Watson model log ganda permintaan Ikan Segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon adalah 1,510 (Tabel 24), maka model log ganda permintaan Ikan Segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon memenuhi asumsi ekonometrika yaitu tidak ada autokorelasi. Dari hasil evaluasi model log ganda menurut kriteria ekonometrik, model permintaan Ikan Segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon asumsi ekonometrika yaitu normalitas, multikolinieritas dan tidak terdapat autokorelasi telah terpenuhi, namun terjadi heteroskedasitas.

E. Evaluasi Seluruh Model

Berdasarkan seluruh analisis yang dilakukan secara ekonomi, statistik dan ekonometrika terhadap keempat model permintaan Ikan Segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon, didapat sebuah model yang paling baik dilihat dari kriteia-kriteria tersebut. Selanjutnya, model tersebut akan dianalisis untuk mengetahui nilai elastisitas beberapa variabel dalam model tersebut. Secara

ekonomi, ke empat model baik, karena memiliki banyak tanda peubah berdasarkan kesesuaian apriori dan yang diharapkan. Berdasarkan analisis statistik yang dilihat dari nilai R², Fhitung, dan Thitung model semi log 1 dianggap model terbaik dari ketiga model lainnya. Nilai R² semi log1 sebesar 0,638 atau 63,8 %. Ini berarti bahwa 63,8 % variasi permintaan Ikan Segar dapat diterangkan oleh enam variabel yang digunakan, sedangkan sisanya sebesar 26,2 % diterangkan oleh variabel lain. Fhitung semi log 1 sebesar 23,805 lebih kecil dari Fhitung model log ganda sebesar 30,765, serta lebih kecil pula dari Fhitung semi log 2 48,53 dan Linear. 48,53

Nilai R² model semi log 1 lebih besar 63,8% dari model semilog dua 45,2 %, linear 62,7 % dan log ganda 51,8 % dan Fhitung semi log 1 juga lebih kecil dari model log ganda, dengan demikian model semilog 1 dianggap yang terbaik karena nilai Fhitung model semi log 1 berada pada selang kepercayaan 95% yang berarti keenam variabel independen yang diduga, secara serentak berpengaruh nyata pada selang kepercayaan 95% persen, Untuk nilai thit, model linear memiliki variabel dengan taraf nyata atau signifikansi 95 % yaitu daging sapi 0,010 daging ayam 0,007 dan pendapatan 0,000 sama dengan dua model lainnya semi log 1 memiliki variabel dengan taraf nyata 95 % yaitu daging sapi 0,000 daging ayam 0,011 dan pendapatan 0,000 dan log ganda juga demikian memiliki variabel dengan taraf nyata pada tingkat signifikansi 95% yaitu daging sapi 0,000 daging ayam 0,002 dan pendapatan 0,000 sedangkan pada semilog 2 memiliki variabel dengan taraf nyata atau signifikansi 90 % dan 95 % yaitu daging sapi 0,067daging ayam 0,002 dan pendapatan 0,000. Berdasarkan analisis secara ekonometrika, keempat model memiliki hasil yang sama telah memenuhi asumsi

ekonometrika yaitu normalitas, , multikolinearitas, tidak terdapat autokolerasi, namun terjadi heteroskedasitas.

Dari semua hasil analisis tersebut model semi log 1 merupakan model terbaik, yang selanjutnya akan dianalisis untuk mengetahui nilai elastisitas beberapa variabelnya. Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Santoso H (2008) dengan judul “Model Permintaan Yellowfin Tuna Segar Indonesia di Pasar Jepang” yang juga menggunakan empat model, model terbaik yang kemudian dicari nilai elastisitasnya adalah model semilog 1. Pemilihan model terbaik pada penelitian Santoso H sedikit berbeda dengan yang dilakukan dalam penelitian ini. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Santoso H, model tidak dievaluasi dengan semua kriteria. Pengevaluasian model hanya dilakukan dengan kriteria ekonomi dan statistik, kemudian langsung dipilih model terbaik berdasarkan kedua kriteria tersebut. Model terpilih yaitu model semilog 1 kemudian dianalisis berdasarkan kriteria ekonometrika. Dalam penelitian Model Permintaan Yellowfin Tuna Segar Indonesia di Pasar Jepang yang dilakukan oleh Santoso H (2008) ini, model semilog 1 terjadi multikolinearitas berbeda dengan penelitian analisis permintaan konsumen rumah tangga terhadap Ikan Segar di Kota Ambon yang tidak terjadi multikolinearitas.

F. Analisis Elastisitas

Konsep elastisitas digunakan untuk mengetahui kebijakan-kebijakan yang harus diambil oleh produsen untuk meningkatkan permintaan ikan segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon. Ukuran kepekaan konsumen (elastisitas) dapat digunakan untuk meramalkan efek perubahan variasi penjelas

tersebut terhadap permintaan ikan segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon. Berdasarkan analisis regresi linier data consideration dengan transformasi log-natural, model permintaan ikan segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon yang terbentuk adalah sebagai berikut : $\ln Q_d = -36,937 - 0,282P_{segar} + 1,231P_{sapi} + 0,634P_{ayam} + 0,406P_{telur} + 0,018P_{asin} + 4,786Income$.

Dengan demikian elastisitas harga, elastisitas pendapatan, serta elastisitas silangnya adalah koefisien dari masing-masing variabel tersebut. Tabel 27 memperlihatkan jenis-jenis elastisitas, besar dan sifat dari masing-masing elastisitas tersebut.

Tabel 25. Elastisitas harga, Elastisitas Pendapatan, dan Elastisitas Silang, Tahun 2014

Jenis Elastisitas	Nilai Elastisitas	Sifat Elastisitas
Elastisitas Harga Ikan Segar	-0.282	inelastisitas ($e < 1$)
Elastisitas Pendapatan	4.786	elastisitas ($e > 1$)
Elastisitas Silang		
* Harga Daging Sapi	1.231	elastisitas ($e > 1$)
* Harga Daging Ayam	0.634	inelastisitas ($e < 1$)
* Harga Telur	0.406	inelastisitas ($e < 1$)
* Harga Ikan Asin	0.018	inelastisitas ($e < 1$)

Sumber : Data sekunder diolah, 2014

Harga ikan segar – 0,282 Inelastis ($e < 1$) • Harga daging sapi 1,231 elastis ($e > 1$) • Harga daging ayam 0,634 Inelastis ($e < 1$) • Harga telur 0,406 Inelastis ($e < 1$) • Harga ikan asin 0,018 Inelastis ($e < 1$) Sumber : Data Sekunder diolah, 2010

Berdasarkan Tabel 25, diketahui elastisitas permintaan terhadap harga ikan segar sebesar -0,282 dan bersifat inelastis ($e < 1$). Inelastisitas berarti persentase perubahan jumlah ikan segar yang diminta oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon lebih kecil dari persentase perubahan harga. Tanda negative pada nilai

elastisitas harga ikan segar menunjukkan bahwa ikan segar adalah barang normal atau bukan barang inferior, yaitu jika terjadi kenaikan harga, maka permintaan ikan Segar mengalami penurunan, begitu juga sebaliknya.

Elastisitas harga ikan segar sebesar $-0,282$ ini berarti apabila terjadi peningkatan harga ikan segar sebesar 1 persen, maka permintaan ikan segar akan cenderung turun $0,282$ persen. Dapat disimpulkan bahwa harga menjadi kendala dalam permintaan ikan segar atau menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan pembelian ikan segar. Kenyataan ini diperkuat dengan beberapa penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sudihastuti D (2008) dengan judul “ Analisis Permintaan Konsumen Rumah Tangga terhadap Ikan Laut Segar di Kecamatan Sukmajaya, Kota Depok, Jawa Barat” yang cukup relevan dengan penelitian ini, didapatkan nilai elastisitas harga Ikan laut segar bertanda negatif. Perbedaan nilai elastisitas yang didapat antara penelitian di Kota Ambon dengan yang di Sukmajaya dapat disebabkan perbedaan komoditas yang diteliti dan perbedaan keadaan kondisi masyarakat di Depok dengan masyarakat di Kota Ambon. Berdasarkan penelitian yang juga dilakukan sebelumnya oleh Santoso H (2008) dengan judul “Model Permintaan Yellowfin Tuna Segar Indonesia di Pasar Jepang” nilai elastisitas Elastisitas permintaan yellowfin segar terhadap harga adalah negatif sebesar $1,283$ dan bersifat elastis. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan harga yellowfin segar sebesar 1 persen akan membuat permintaan impor yellowfin segar Indonesia oleh Jepang menurun sebesar $1,283$ persen, begitu pula sebaliknya. Dalam sifat elastistasnya terjadi perbedaan antara penelitian di Kota Ambon dan di Sukmajaya Depok dengan penelitian yang dilakukan oleh Santoso H (2008). Hal tersebut dikarenakan perbedaan komoditas yang diteliti

dan perbedaan pangsa pasar antar komoditas di ketiga wilayah tersebut, untuk penelitian yang dilakukan oleh Santoso H pangsa pasar yellowfin segar adalah luar negeri (Jepang).

Tabel 25 juga menunjukkan elastisitas pendapatan sebesar 4,786. Ini berarti jika terjadi peningkatan pendapatan sebesar 1 persen, maka akan terjadi peningkatan jumlah yang diminta sebesar 4,786 persen. Elastisitas pendapatan bersifat inelastisitas, maka persentase perubahan jumlah ikan segar yang diminta lebih besar dari persentase perubahan pendapatan. Tanda positif pada nilai elastisitas pendapatan menunjukkan bahwa ikan segar merupakan barang normal, dimana jika terjadi kenaikan pendapatan, maka permintaan ikan segar pun akan meningkat, begitu pun sebaliknya. Peningkatan permintaan cukup besar yaitu bila kenaikan pendapatan sebesar 1 persen penambahan jumlah ikan segar yang diminta oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon sebesar 4,786 persen.

Masyarakat di Kota Ambon kebanyakan berasal dari golongan ekonomi menengah ke bawah, maka dengan adanya kenaikan harga Ikan Segar akan memberikan dampak yang sangat berarti bagi masyarakat di sana. Dampaknya adalah masyarakat akan mengurangi kuantitas pembelian Ikan Segar. Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sudihastuti D (2008) dengan judul “Analisis Permintaan Konsumen Rumah Tangga terhadap Ikan Laut Segar di Kecamatan Sukmajaya, Kota Depok, Jawa Barat” yang cukup relevan dengan penelitian ini, didapatkan nilai elastisitas pendapatan bertanda positif. Hal ini sama-sama menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap pembelian komoditas tersebut dan membuktikan rata-rata masyarakat di kedua kecamatan tersebut adalah golongan ekonomi kebawah yang sangat berdampak pada

kenaikan harga. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Santoso H (2008) yang berjudul “Model Permintaan Yellowfin Tuna Segar Indonesia di Pasar Jepang” elastisitas pendapatan dilihat dari hasil perhitungan elastisitas GDP Jepang. Elastisitas permintaan yellowfin terhadap pendapatan adalah positif sebesar 0,002 dan bersifat inelastis. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan GDP Jepang sebesar 1 persen akan membuat permintaan impor yellowfin segar Indonesia oleh Jepang meningkat sebesar 0,002 persen. Dengan demikian yellowfin segar Indonesia bagi masyarakat Jepang merupakan barang normal. Terjadi kesamaan sifat elastisitas dari ketiga penelitian tersebut, yaitu inelastis dan tanda elastisitas pendapatan pada ketiga penelitian tersebut bertanda positif yang berarti sebenarnya komoditas pada masing-masing penelitian tersebut merupakan barang normal.

Elastisitas silang dari harga ikan segar, harga daging sapi, harga daging ayam, harga telur, dan harga ikan asin dapat dilihat pula dilihat pada Tabel 25. Dapat diketahui dari tabel elastisitas silang harga ikan segar adalah sebesar -0.282 artinya jika terjadi perubahan harga ikan segar sebesar 1 persen maka akan diikuti penurunan permintaan ikan segar sebesar 0,282 persen. Elastisitas silang harga daging sapi adalah sebesar 1,231 berarti jika terjadi perubahan harga daging sapi sebesar 1 persen, maka akan diikuti peningkatan permintaan ikan segar sebesar 1,231 persen. Elastisitas silang harga daging ayam 0,634 artinya jika terjadi perubahan harga daging ayam sebesar 1 persen maka akan diikuti perubahan permintaan ikan segar sebesar 0,634 persen. Elastisitas silang harga telur adalah sebesar 0,406 artinya jika terjadi perubahan harga telur sebesar 1 persen, maka akan diikuti perubahan permintaan ikan segar sebesar 0,406 persen. Selanjutnya

elastisitas silang harga ikan asin adalah sebesar 0,018 artinya jika terjadi perubahan harga telur sebesar 1 persen, maka akan diikuti perubahan permintaan ikan segar sebesar 0,018 persen.

Dari nilai elastisitas barang substitusi terlihat bahwa tiga variabel barang substitusi memiliki nilai $e < 1$ dan bersifat inelastisitas yaitu daging ayam 0,634 persentase telur 0,406 persentase ikan asin 0,018 itu berarti bahwa presentasi perubahan permintaan ikan segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon lebih kecil dari presentasi perubahan harga daging ayam, telur dan ikan asin.

Daging sapi bersifat elastis ($e > 1$) pengaruh presentasi perubahan harga sapi terhadap permintaan ikan segar sangat besar yaitu 1,231 persen. Semua tanda elastisitas silang harga adalah positif Hal ini menunjukkan bahwa daging sapi, daging ayam, telur dan ikan asin adalah komoditas substitusi atau barang yang saling menggantikan ikan segar karena diasumsikan mempunyai fungsi yang sama. Untuk daging ayam, telur, dan ikan asin merupakan barang yang termasuk kebutuhan pokok dan normal yang saling menggantikan dengan ikan segar. Hal ini sesuai dengan a priori, sedangkan daging sapi menunjukkan bahwa komoditas tersebut adalah barang mewah atau tersier Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sudihastuti D (2008) dengan judul “Analisis Permintaan Konsumen Rumah Tangga terhadap Ikan Laut Segar di Kecamatan Sukmajaya, Kota Depok, Jawa Barat” yang cukup relevan dengan penelitian ini, di dapatkan beberapa nilai elastisitas silang bertanda positif. Keadaan ini sama dengan yang terjadi di Kecamatan Ciseeng, yang berarti bahwa Pada variabel harga barang substitusi, kadang tidak sesuai dengan a priori, karena mungkin di pengaruhi oleh perbedaan tempat tempat tinggal atau letak geografis dimana konsumen berada

atau mungkin juga dipengaruhi oleh perbedaan perilaku konsumen yang berbeda-beda. Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Santoso H (2008) dengan judul “Model Permintaan Yellowfin Tuna Segar Indonesia di Pasar Jepang” elastisitas silang dari komoditas Yellowfin Tuna Segar Indonesia di Pasar Jepang yaitu udang, tidak dimasukkan dalam perhitungan elastisitas, hal ini karena berdasarkan perhitungan peneliti Santoso H (2008), variabel bebas harga udang segar di pasar Jepang tidak nyata sehingga variabel bebas tersebut tidak dimasukkan dalam perhitungan elastisitas.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

- 1) Model dugaan permintaan ikan segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon dapat dijelaskan melalui bentuk fungsi Linier, Model Semilog (Model Log-lin dan Model Lin-Log) dan Model Log Ganda. Berdasarkan uji ekonomi, uji ekonometrika, dan uji statistic (uji-F, koefisien determinasi, dan uji-t), maka model yang terbaik dalam menjelaskan permintaan ikan segar (ikan layang, ikan selar, ikan komu, ikan momar, ikan cakalang serta ikan tatihu) oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon adalah Model Semilog 1, yaitu dengan nilai R sebesar 0,638 atau 63,8 % dapat menjelaskan variasi permintaan ikan segar tersebut di Kota Ambon. Nilai korelasi 0,7 merupakan nilai korelasi yang sangat kuat antara harga daging sapi, ayam, dan pendapatan terhadap permintaan ikan segar.
- 2) Berdasarkan uji-t terdapat tiga variabel independent yang berpengaruh nyata terhadap permintaan ikan segar oleh konsumen rumah tangga di Kota Ambon, yaitu harga daging sapi, harga daging ayam dan pendapatan pada tingkat kepercayaan 90 %.
- 3) Elastisitas permintaan terhadap harga sebesar -0,282 dan elastisitas pendapatan sebesar 4,786. Elastisitas silang terdiri atas elastisitas harga daging sapi sebesar -1,231, elastisitas daging ayam sebesar 0,634, elastisitas telur sebesar 0,406 dan elastisitas ikan asin sebesar 0,018. Seluruh sifat

elastisitas bersifat inelastisitas ($e < 1$), kecuali harga daging sapi dan pendapatan bersifat elastis ($e > 1$).

B. Saran

Perlu dilakukan penelitian lanjutan serta mengintegrasikan variable-variabel penjelas atau faktor-faktor yang lain yang diduga mempengaruhi permintaan ikan segar di Kota Ambon, seperti pendidikan, persentase pendapatan untuk konsumsi bahan makanan dan barang substitusi ikan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonimus. (1972). *Komposisi Bahan Makanan*. Direktorat Jendral Gizi Departemen Kesehatan RI. Jakarta.
- Boediono. (2000). *Ekonomi Mikro Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi No. II Ed ke-2*. Yogyakarta. Fakultas Ekonomi, Universitas Gadjah Mada.
- Departemen Kelautan dan Perikanan. (2003). *Ayo makan ikan*. Artikel. <http://www.dkp.go.id/content.php?c=1866>. Diakses pada tanggal 31 Desember 2007.
- Engel J.F., D.B. Roger, dan W.M. Paul. (1994). *Perilaku Konsumen*. Jilid I dan II. Ed ke-6. FX Budiyanoto. Penerjemah. Jakarta : Binarupa Aksara. Terjemahan dari *Consumer Behavior 6th E*. 423 hal.
- Fauzi, A. (2001). *Prinsip-prinsip Penelitian Sosial Ekonomi : Panduan Singkat*. Bogor : IPB, Jurusan Sosial Ekonomi Perikanan dan Kelautan IPB. 28 hal.
- Gujarati, D. (1997). *Ekonometrika Dasar*. Zain S. Penerjemah. Jakarta : Penerbit Erlangga. Terjemahan dari *Basics Econometrics*.
- Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Ed ke-11. Benyamin M. Penerjemah. Jakarta : Erlangga. Terjemahan dari *Marketing Manajemen 11th ed*. 422 hal 2005. *Manajemen Pemasaran Ed ke-11*. Benyamin M. Penerjemah. Jakarta : Erlangga. Terjemahan dari *Marketing Manajemen 11th ed*. 407 hal.
- Koutsoyiannis. A. (1997). *Theory of Econometrics: An Introductory Exposition of Econometric Methods*. Second Edition. New York. Barners and Noble. 681 hal.
- Lancaster, K J. (1996). "A New Approach to Consumer Theory" *Journal of Political Economy* 74 : 132 – 157.
- Levin, J. dan J.A. Fox. (1997). *Elementary Statistics In Social Research*. Seventh Edition. USA. Longman.
- Lipsey, R.G., P.N. Courant, D.D. Purvis, dan P.O. Steiner. (1995). *Ekonomi Mikro*. Wasana AJ, Kibrandoko. Penerjemah. Jakarta : Binarupa Aksara. Terjemahan dari *Economics 10th Ed*. 345 hal.
- Mankiw, N.G. (2000). *Pengantar Ekonomi Jilid 1*. Jakarta. Erlangga.
- Meiners, R.E., dan R.L.R. Maller. (1997). *Teori Ekonomi Intermediete*. Jakarta. Erlangga.

- Nazir, M. (1988). *Metode Penelitian*. Jakarta. Ghalia Indonesia. 622 hal.
- Nicholson, W. (2002). *Mikroekonomi Intermediate dan Aplikasinya*. Mahendra I.B. dan A Aziz. Penerjemah. Jakarta : Erlangga. Terjemahan dari *Intermediate Microeconomics*.
- Putong S. (2003). *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro, Ed ke-2*. Jakarta. Ghalia Indonesia.
- Santoso, H. (2008). *Model Permintaan Yellowfin Tuna Segar Indonesia di Pasar Jepang*. [Skripsi]. Bogor: Departemen Sosial Ekonomi Perikanan. Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan. Institut Pertanian Bogor.
- Santoso, S. (2000). *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Jakarta. Elektromedia Komputindo.
- Singarimbun, M. (2003). *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES
- Soetomo, M. (2000). *Teknik Budidaya Ikan Lele Dumbo*. Bandung. Sinar Baru Algesindo Offset.
- Sudarsono, S. (1990). *Pengantar Ekonomi Mikro. Ed ke-5*. Jakarta. LP3S.
- Sudihastuti, D. (2008). *Analisis Permintaan Konsumen Rumah Tangga terhadap Ikan Laut Segar di Pasar Kecamatan Sukmajaya, Kota Depok, Jawa Barat*. [Skripsi]. Bogor: Departemen Sosial Ekonomi Perikanan. Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan. Institut Pertanian Bogor. Jurusan Sosek Perikanan. FPIK. IPB.
- Sukirno, S. (2002). *Pengantar Teori Mikroekonomi. Ed ke-3*. Jakarta. Raja Grafindo Persada. 101-111.
- Wulandari, S. (1997). *Analisis Permintaan Konsumen Terhadap Ikan Laut Segar di Pasar Swalayan Hero Jakarta (Studi Kasus di Hero Cabang Gatot Subroto dan Hero Cabang Kalibata)*. [Skripsi]. Bogor: Departemen Sosial Ekonomi Perikanan. Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan. Institut Pertanian Bogor. Jurusan Sosek Perikanan. FPIK. IPB.

REGRESSION

```

/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL CHANGE ZPP
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Demand
/METHOD=ENTER Psegar Psapi Payam Ptelur Pasin Income
/RESIDUALS DURBIN.

```

LINEAR

[DataSet0]

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Income, Payam, Pasin, Psegar, Ptelur, Psapi ^a		Enter

a. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.792 ^a	.627	.614	1.12739

a. Predictors: (Constant), Income, Payam, Pasin, Psegar, Ptelur, Psapi

b. Dependent Variable: Demand

Model Summary^b

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.627	48.530	6	173	.000	1.769

b. Dependent Variable: Demand

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	370.089	6	61.682	48.530	.000 ^a
	Residual	219.883	173	1.271		
	Total	589.972	179			

a. Predictors: (Constant), Income, Payam, Pasin, Psegar, Ptelur, Psapi

b. Dependent Variable: Demand

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.138	.258		-.534	.594
	Psegar	-4.358E-6	.000	-.050	-1.057	.292
	Psapi	5.824E-6	.000	.134	2.613	.010
	Payam	1.284E-5	.000	.129	2.751	.007
	Ptelur	1.372E-5	.000	.049	1.039	.300
	Pasin	2.656E-6	.000	.020	.426	.670
	Income	5.997E-7	.000	.711	13.993	.000

a. Dependent Variable: Demand

Coefficients^a

Model		Correlations			Collinearity Statistics	
		Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	Psegar	.014	-.080	-.049	.954	1.048
	Psapi	.409	.195	.121	.825	1.212
	Payam	.153	.205	.128	.975	1.026
	Ptelur	.172	.079	.048	.953	1.049
	Pasin	-.017	.032	.020	.977	1.024
	Income	.767	.729	.650	.835	1.198

a. Dependent Variable: Demand

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index
		1	1
	2	.450	3.420
	3	.385	3.696
	4	.307	4.142
	5	.301	4.176

a. Dependent Variable: Demand

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Variance Proportions						
		(Constant)	Psegar	Psapi	Payam	Ptelur	Pasin	Income
1	1	.00	.01	.01	.01	.01	.01	.01
	2	.00	.03	.33	.17	.01	.04	.18
	3	.00	.09	.00	.49	.01	.31	.02
	4	.00	.32	.11	.14	.16	.31	.03
	5	.01	.42	.21	.06	.17	.05	.14

a. Dependent Variable: Demand

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension		
		Eigenvalue	Condition Index
1	6	.215	4.950
	7	.085	7.858

a. Dependent Variable: Demand

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Variance Proportions						
		(Constant)	Psegar	Psapi	Payam	Ptelur	Pasin	Income
1	6	.00	.07	.34	.04	.45	.01	.50
	7	.99	.08	.00	.10	.19	.27	.12

a. Dependent Variable: Demand

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	.6645	7.5933	2.2158	1.43789	180
Residual	-3.17632	5.84305	.00000	1.10833	180
Std. Predicted Value	-1.079	3.740	.000	1.000	180
Std. Residual	-2.817	5.183	.000	.983	180

a. Dependent Variable: Demand

REGRESSION

```

/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS CI(95) BCOV R ANOVA CHANGE ZPP
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Demand
/METHOD=ENTER Psegar Psapi Payam Ptelur Pasin Income
/RESIDUALS DURBIN.

```

LOG GANDA

[DataSet0]

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Income, Payam, Psegar, Pasin, Ptelur, Psapi ^a		Enter

a. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.719 ^a	.518	.501	.27286

a. Predictors: (Constant), Income, Payam, Psegar, Pasin, Ptelur, Psapi

b. Dependent Variable: Demand

Model Summary^b

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.518	30.765	6	172	.000	1.510

b. Dependent Variable: Demand

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13.743	6	2.291	30.765	.000 ^a
	Residual	12.806	172	.074		
	Total	26.549	178			

a. Predictors: (Constant), Income, Payam, Psegar, Pasin, Ptelur, Psapi

b. Dependent Variable: Demand

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-7.264	.803		-9.048	.000
	Psegar	-.101	.077	-.071	-1.302	.195
	Psapi	.238	.057	.230	4.149	.000
	Payam	.189	.061	.165	3.109	.002
	Ptelur	.068	.073	.050	.927	.355
	Pasin	.009	.097	.005	.094	.925
	Income	.898	.082	.605	10.941	.000

a. Dependent Variable: Demand

Coefficients^a

Model		95.0% Confidence Interval for B		Correlations		
		Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	-8.849	-5.679			
	Psegar	-.254	.052	-.003	-.099	-.069
	Psapi	.125	.351	.354	.302	.220
	Payam	.069	.309	.177	.231	.165
	Ptelur	-.077	.213	.169	.071	.049
	Pasin	-.182	.200	-.049	.007	.005
	Income	.736	1.060	.659	.641	.579

a. Dependent Variable: Demand

Coefficient Correlations^a

Model		Income	Payam	Psegar	Pasin	Ptelur	Psapi	
1	Correlations	Income	1.000	.013	.020	.132	-.151	-.210
		Payam	.013	1.000	.004	.027	-.038	-.037
		Psegar	.020	.004	1.000	-.029	-.077	-.183
		Pasin	.132	.027	-.029	1.000	-.022	-.099
		Ptelur	-.151	-.038	-.077	-.022	1.000	-.036
		Psapi	-.210	-.037	-.183	-.099	-.036	1.000

a. Dependent Variable: Demand

Coefficient Correlations^a

Model		Income	Payam	Psegar	Pasin	Ptelur	Psapi	
1	Covariances	Income	.007	6.704E-5	.000	.001	.000	.000
		Payam	6.704E-5	.004	1.739E-5	.000	.000	.000
		Psegar	.000	1.739E-5	.006	.000	.000	.000
		Pasin	.001	.000	.000	.009	.000	.000
		Ptelur	.000	.000	.000	.000	.005	.000
		Psapi	.000	.000	.000	.000	.000	.003

a. Dependent Variable: Demand

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	-.2702	1.0322	.1901	.27786	179
Residual	-.73464	.89477	.00000	.26822	179
Std. Predicted Value	-1.657	3.031	.000	1.000	179
Std. Residual	-2.692	3.279	.000	.983	179

a. Dependent Variable: Demand

REGRESSION

```

/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS CI(95) R ANOVA COLLIN TOL CHANGE ZPP
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Demand
/METHOD=ENTER Psegar Psapi Payam Ptelur Pasin Income
/RESIDUALS DURBIN.

```

SEMILOG 1

[DataSet0]

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Income, Payam, Psegar, Pasin, Ptelur, Psapi ^a		Enter

a. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.798 ^a	.638	.625	1.11173

a. Predictors: (Constant), Income, Payam, Psegar, Pasin, Ptelur, Psapi

b. Dependent Variable: Demand

Model Summary^b

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.638	50.724	6	173	.000	1.721

b. Dependent Variable: Demand

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	376.153	6	62.692	50.724	.000 ^a
	Residual	213.819	173	1.236		
	Total	589.972	179			

a. Predictors: (Constant), Income, Payam, Psegar, Pasin, Ptelur, Psapi

b. Dependent Variable: Demand

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-36.937	3.268		-11.303	.000
	Psegar	-.282	.314	-.042	-.898	.370
	Psapi	1.231	.233	.254	5.281	.000
	Payam	.634	.246	.118	2.580	.011
	Ptelur	.406	.298	.064	1.365	.174
	Pasin	.018	.394	.002	.045	.964
	Income	4.786	.333	.685	14.382	.000

a. Dependent Variable: Demand

Coefficients^a

Model		95.0% Confidence Interval for B		Correlations		
		Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	-43.367	-30.487			
	Psegar	-.901	.337	.031	-.068	-.041
	Psapi	.771	1.691	.397	.373	.242
	Payam	.149	1.119	.128	.193	.118
	Ptelur	-.181	.994	.195	.103	.062
	Pasin	-.760	.795	-.056	.003	.002
	Income	4.129	5.443	.745	.738	.658

a. Dependent Variable: Demand

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Psegar	.952	1.051
	Psapi	.908	1.101
	Payam	.994	1.006
	Ptelur	.962	1.040
	Pasin	.976	1.025
	Income	.922	1.084

a. Dependent Variable: Demand

Collinearity Diagnostics^a

Model Dimension		Eigenvalue	Condition Index
	2	.006	33.037
	3	.005	36.210
	4	.004	41.606
	5	.003	47.174
	6	.002	57.615
	7	.000	118.790

a. Dependent Variable: Demand

Collinearity Diagnostics^a

Model Dimension		Variance Proportions						
		(Constant)	Psegar	Psapi	Payam	Ptelur	Pasin	Income
1	1	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00
	2	.00	.01	.36	.60	.00	.00	.00
	3	.00	.00	.40	.24	.39	.01	.00
	4	.00	.23	.19	.05	.46	.11	.00
	5	.01	.65	.00	.02	.02	.29	.02
	6	.01	.02	.04	.02	.11	.28	.47
	7	.98	.09	.00	.07	.01	.32	.51

a. Dependent Variable: Demand

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	-.1651	6.4289	2.2158	1.44963	180
Residual	-3.20466	6.03512	.00000	1.09294	180
Std. Predicted Value	-1.642	2.906	.000	1.000	180
Std. Residual	-2.883	5.429	.000	.983	180

a. Dependent Variable: Demand

REGRESSION

```

/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS CI(95) R ANOVA COLLIN TOL CHANGE ZPP
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Demand
/METHOD=ENTER Psegar Psapi Payam Ptelur Pasin Income
/RESIDUALS DURBIN.

```

SEMILOG 2

[DataSet0]

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Income, Payam, Pasin, Psegar, Ptelur, Psapi ^a		Enter

a. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.672 ^a	.452	.433	.29013

a. Predictors: (Constant), Income, Payam, Pasin, Psegar, Ptelur, Psapi

b. Dependent Variable: Demand

Model Summary^b

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.452	23.805	6	173	.000	1.455

b. Dependent Variable: Demand

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.022	6	2.004	23.805	.000 ^a

a. Predictors: (Constant), Income, Payam, Pasin, Psegar, Ptelur, Psapi

b. Dependent Variable: Demand

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square
1	Residual	14.562	173	.084
	Total	26.585	179	

b. Dependent Variable: Demand

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.244	.066		-3.676	.000
	Psegar	-1.421E-6	.000	-.077	-1.339	.182
	Psapi	1.056E-6	.000	.114	1.840	.067
	Payam	3.702E-6	.000	.176	3.080	.002
	Ptelur	2.305E-6	.000	.039	.678	.499
	Pasin	7.542E-7	.000	.027	.471	.639
	Income	1.052E-7	.000	.587	9.538	.000

a. Dependent Variable: Demand

Coefficients^a

Model		95.0% Confidence Interval for B		Correlations		
		Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	-.375	-.113			
	Psegar	.000	.000	-.018	-.101	-.075
	Psapi	.000	.000	.343	.139	.104
	Payam	.000	.000	.192	.228	.173
	Ptelur	.000	.000	.145	.051	.038
	Pasin	.000	.000	-.009	.036	.026
	Income	.000	.000	.634	.587	.537

a. Dependent Variable: Demand

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Psegar	.954	1.048
	Psapi	.825	1.212
	Payam	.975	1.026
	Ptelur	.953	1.049
	Pasin	.977	1.024
	Income	.835	1.198

a. Dependent Variable: Demand

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension		
		Eigenvalue	Condition Index
1	1	5.258	1.000
	2	.450	3.420
	3	.385	3.696
	4	.307	4.142
	5	.301	4.176
	6	.215	4.950
	7	.085	7.858

a. Dependent Variable: Demand

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Variance Proportions						
		(Constant)	Psegar	Psapi	Payam	Ptelur	Pasin	Income
1	1	.00	.01	.01	.01	.01	.01	.01
	2	.00	.03	.33	.17	.01	.04	.18
	3	.00	.09	.00	.49	.01	.31	.02
	4	.00	.32	.11	.14	.16	.31	.03
	5	.01	.42	.21	.06	.17	.05	.14
	6	.00	.07	.34	.04	.45	.01	.50
	7	.99	.08	.00	.10	.19	.27	.12

a. Dependent Variable: Demand

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	-.1227	1.1818	.1891	.25916	180
Residual	-.71947	.85129	.00000	.28522	180
Std. Predicted Value	-1.203	3.830	.000	1.000	180
Std. Residual	-2.480	2.934	.000	.983	180

a. Dependent Variable: Demand