

SKRIPSI

**ANALISIS PERMINTAAN DAN PEMASARAN IKAN NILA
(*Oreochromis niloticus*) DI KABUPATEN ENREKANG**

Disusun dan diajukan oleh

NUR AFNI RUSTAN

L 241 16 005



**PROGRAM STUDI AGROBISNIS PERIKANAN
DEPARTEMEN PERIKANAN
FAKULTAS ILMU KELAUTAN DAN PERIKANAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2022

SKRIPSI

ANALISIS PERMINTAAN DAN PEMASARAN IKAN NILA (*Oreochromis niloticus*) DI KABUPATEN ENREKANG

NUR AFNI RUSTAN
L 241 16 005

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ilmu
Kelautan dan Perikanan



PROGRAM STUDI AGROBISNIS PERIKANAN
DEPARTEMEN PERIKANAN
FAKULTAS ILMU KELAUTAN DAN PERIKANAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2022

HALAMAN PENGESAHAN

"Analisis Permintaan Dan Pemasaran Ikan Nila (*Oreochromis niloticus*) Di Kabupaten Enrekang"

Disusun dan diajukan oleh

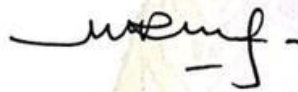
**NUR AFNI RUSTAN
L241 16 005**

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka Penyelesaian Studi Program Sarjana Program Studi Agrobisnis Perikanan Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan Universitas Hasanuddin Pada Tanggal 29 Agustus 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

Pembimbing Utama,

Pembimbing Anggota,



Dr. Ir. Mardiana Ethrawaty Fachry, M.Si.
NIP.19590707 198503 2 002



Dr. Sitti Fakhriyyah, S.Pi., M.Si.
NIP. 19720926 200604 2 001

Ketua Program Studi,



Dr. Sitti Fakhriyyah, S.Pi., M.Si.
NIP. 19720926 200604 2 001

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nur Afni Rustan

NIM : L241 16 005

Program Studi : Agrobisnis Perikanan

Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulis saya berjudul

Analisis Permintaan dan Pemasaran Ikan Nila (*Oreochromis niloticus*) di Kabupaten Enrekang

Adalah karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan pengambilan alihan tulisan orang lain bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan Skripsi ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan saya tersebut.

Makassar, 6 Agustus 2022

Yang menyatakan,



Nur Afni Rustan

ABSTRAK

NUR AFNI RUSTAN. L24116005. “Analisis Permintaan dan Pemasaran Ikan Nila (*Oreochromis niloticus*) di Kabupaten Enrekang” dibimbing oleh **Mardiana Ethrawaty Fachry** sebagai Pembimbing Utama dan **Sitti Fakhriyyah** sebagai Pembimbing Anggota.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang memengaruhi permintaan ikan nila di Kabupaten Enrekang dan mengetahui bagaimana pola saluran pemasaran Ikan Nila di Kabupaten Enrekang. Pengambilan data dilaksanakan pada bulan Februari-Maret 2022 di Kecamatan Alla dan Masalle, Kabupaten Enrekang. Dengan pemilihan lokasi pengambilan sampel ditentukan secara sengaja (*purposive*). Lokasi penelitian untuk sampel konsumen berlokasi di pasar sentral sudu yang terletak di Kecamatan Alla, yang merupakan jalur lintas pembelian ikan di Kecamatan Alla dan Kecamatan Masalle. Sedangkan untuk sampel pembudidaya berlokasi di dua kecamatan yaitu Kecamatan Alla dan Kecamatan Masalle dengan jumlah responden konsumen sebanyak 32 orang, pedagang 11 orang dan pembudidaya 17 orang. Pengambilan sampel konsumen ikan nila pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dimana pengampilan sampel didasarkan atas adanya pertimbangan tertentu, dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda untuk mengetahui faktor yang memengaruhi permintaan Ikan Nila dan metode deskriptif untuk menganalisis pola saluran pemasaran Ikan Nila di Kabupaten Enrekang. Berdasarkan hasil penelitian Faktor-faktor yang memengaruhi permintaan ikan nila di kabupaten enrekang yaitu harga ikan nila (X_1), harga barang pengganti (X_2), selera (X_3) dan pendapatan (X_4), yang semuanya berpengaruh secara nyata. Terdapat Saluran pemasaran ikan nila di Kabupaten Enrekang terdapat tiga saluran pemasaran yaitu (a) saluran Pemasaran I terdiri dari pembudidaya dan konsumen (b) saluran pemasaran II yaitu pembudidaya, pedagang pengecer dan konsumen, (c) saluran pemasaran III yaitu pembudidaya, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen.

Kata Kunci: ,Ikan Nila,Kabupaten Enrekang, permintaan, pemasaran

ABSTRACT

NUR AFNI RUSTAN L24116005. "Analysis of demand and marketing of tilapia (*Oreochromis niloticus*) in Enrekang Regency" supervised by **Mardiana Ethrawaty Fachry** as the Main Advisor and **Sitti Fakhriyyah** as Member Advisor.

This study aims to find out the factors that affect the demand for tilapia in Enrekang Regency and find out how the pattern of Tilapia marketing channels in Enrekang Regency. Data collection was carried out in February-March 2022 in Alla and Masalle Districts, Enrekang Regency. With the selection of the sampling site is determined deliberately (*purposive*). The research site for the consumer sample is located in the central market of sudu located in Alla District, which is a cross-route for fish purchases in Alla District and Masalle District. As for the sample of cultivators located in two sub-districts, namely Alla District and Masalle District with a total of 32 consumer respondents, 11 traders and 17 cultivators. The performance of tilapia consumer samples in this study used a *purposive sampling* technique where sample performance was based on certain considerations, using a multiple linear regression analysis method to determine the factors affecting tilapia demand and a descriptive method to analyze the pattern of Tilapia marketing channels in Enrekang Regency. Based on the results of the study The factors that influence the demand for tilapia in enrekang district are the price of tilapia (X_1), the price of substitute goods (X_2), tastes (X_3) and income (X_4), all of which have a real effect. There is a tilapia marketing channel in Enrekang Regency, there are three marketing channels, namely (a) Marketing channel I consists of farmers and consumers (b) marketing channel II, namely cultivators, retailers and consumers, (c) marketing channels III, namely cultivators, collector merchant, retailers and consumers.

Keywords: , *Tilapia, Enrekang Regency, demand, marketing*

KATA PENGANTAR



Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, Yang Maha Pengasih atas segala limpahan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Permintaan dan Pemasaran Ikan Nila (*Oreochromis niloticus*) di Kabupaten Enrekang**”.

Skripsi ini dibuat untuk memenuhi tugas akhir dan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada program studi Agrobisnis Perikanan, Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin. Skripsi ini juga dibuat sebagai salah satu bentuk implementasi dari ilmu yang didapat penulis selama menjadi mahasiswa di program studi Agrobisnis Perikanan.

Pada penyusunan skripsi ini, berbagai hambatan dan rintangan yang dihadapi penulis adalah salah satu proses yang menjadi kesan tersendiri bagi penulis yang dapat dihadapi dengan adanya kemauan yang kuat dari diri penulis, ridho orangtua dan Allah SWT.

Melalui kesempatan yang baik ini penulis menyampaikan ucapan terkhusus untuk kedua penyemangatku, Ayahanda **Drs. Rustan Efendi** dan Ibunda **Husnaeni** tercinta yang telah menjadi orang tua yang sangat sabar dalam menghadapi semua keluh kesah penulis, serta telah memberikan dukungan, kasih sayang, perhatian dan doa, serta penguat bagi penulis, penulis tidak mampu melangkah sejauh ini tanpa bimbingan kedua orangtua tercinta. Untuk saudaraku **Zuhranis Rustan, Magfirah Angraeni Rustan, Ibnu Khattab Rustan, Aryanggara Rustan, dan Muh. Zal Keyval Rustan** beserta keluarga besarku yang senantiasa mendukung dan memberi semangat selama ini semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia Nya kepada keluarga kita.

Terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya penulis hantarkan kepada ibu **Dr. Ir. Mardiana Ethrawaty Fachry, M.Si.** selaku penasehat akademik, pembimbing ketua dan telah menjadi pengganti orangtua yang selalu memberikan nasehat, arahan dan bimbingan kepada penulis selama menempuh pendidikan Sarjana Strata 1 di Universitas Hasanuddin. Penulis juga menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu **Dr. Sitti Fakhriyyah, S.Pi., M.Si.** selaku pembimbing anggota dan

telah menjadi pengganti orangtua yang selalu memberi petunjuk dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis juga menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yaitu :

1. **Bapak Safruddin, S.Pi., M.P., Ph.D.** selaku Dekan Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin
2. **Ibu Prof. Dr. Ir. Sitti Aslamyah, M.P.** selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin
3. **Bapak Dr. Fahrul, S.Pi., M.Si.** selaku Ketua Departemen Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin
4. **Ibu Dr. Sitti Fakhriyah, S.Pi., M.Si.** selaku Ketua Program Studi Agrobisnis Perikanan Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin.
5. **Ibu Arie Syahrani Cangara, S.Pi., M.Si. dan Bapak Kasri, S.Pi., M.Si.** selaku penguji yang telah memberikan saran dan kritik dalam penyempurnaan skripsi ini.
6. **Dosen dan Staff Dosen** Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan Universitas Hasanuddin
7. **Seluruh Staff Administrasi** yang membantu dalam urusan administrasi skripsi ini.
8. Terima kasih kepada Kepala Perpustakaan FIKP **Ibu Surya** yang telah banyak membantu penulis dalam pengurusan berkas hingga sampai di titik ini.
9. Terkhusus kepada **Mursalim, SM** yang senantiasa mendengar keluh kesah penulis dalam suka maupun duka dan membantu penulis dalam hal materi maupun non materi.
10. Terima kasih terkhusus kepada teman seperjuangan akhir dan teman yang memberi motivasi dan bantuan yang sangat berarti kepada penulis **Rifkah Zhafirah Taufik** dan sebentar lagi sarjana, **Azisah Azzahra Sudirman, S.Pi, Nuramalia Hasman**, orang yang menemani penulis dan berjuang bersama penulis hingga berada di tahap ini, perjuangan dari awal kerja skripsi yang cukup banyak kendalanya hingga akhirnya sampai di tahap ini.
11. Terima kasih untuk sahabat Pejuang Toga, **A. Nur Indah Sari, Suriyanti, Nurfiqih Islamiyah, Fitriana, dan Riski Ayu**
12. Seluruh teman-teman seperjuangan dari maba sampai saat ini yaitu **F16GURE (SOSEK 2016)** terima kasih atas dukungannya selama ini dan semangat untuk mengejar gelar S.Pi.

13. Terima kasih kepada **Botol Fams** yang selalu mendukung penulis untuk segera menyelesaikan studi ini.
14. Terima kasih pada seluruh pihak yang telah membantu, memberikan kritik, dukungan, saran serta doa dalam pengerjaan skripsi ini yang penulis tidak sempat menuliskan satu persatu. Semoga kalian sehat selalu dan menjadi pribadi yang lebih baik lagi.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini masih mempunyai sangat banyak kekurangan dari berbagai aspek yang disebabkan karena keterbatasan penulis yang masih dalam proses atau tahap belajar, sehingga penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun.

Akhir kata penulis berharap laporan ini dapat bermanfaat bagi pembaca umumnya. Semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Aamiin. Wassalamualaikum warohmatullahi wabarokatuh.

Makassar 29 Agustus 2022



Nur Afni Rustan

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Nur Afni Rustan lahir di Cece, pada tanggal 26 Juli 1998. Penulis merupakan anak ketiga dari enam bersaudara dari pasangan Ayah Drs. Rustan Efendi dan Ibu Husnaeni. Pendidikan yang ditempuh penulis dimulai pada tahun 2003 penulis memasuki Taman Kanak-kanak di TK Aisyah dan selanjutnya memasuki Sekolah Dasar di SDN 32 Cece dan lulus pada tahun 2010. Kemudian penulis melanjutkan lagi ke tingkat pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMPN 1 Alla dan lulus pada tahun 2013. Pada tahun 2013 penulis melanjutkan pendidikan ke tingkat Sekolah Menengah Atas di SMA Muhammadiyah Kalosi dan lulus pada tahun 2016. Pada tahun 2016 penulis melanjutkan pendidikan di tingkat Perguruan Tinggi Negeri yakni di Universitas Hasanuddin Makassar tepatnya di Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Departemen Perikanan, dengan Program Studi Agrobisnis Perikanan, melalui jalur SNMPTN.

Aktivitas penulis selama menjadi mahasiswa adalah mahasiswa aktif selama mengikuti perkuliahan dan ikut aktif dalam beberapa kepanitiaan dan organisasi dalam lingkup fakultas. Selama menjadi mahasiswa di Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, penulis pernah menjadi Anggota Kajian Strategis KMP SEP KEMAPI FIKP UNHAS periode 2018-2019 dan Anggota Himpunan Mahasiswa Islam 2016-2017.

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi, penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik PPM Pulau dan Pesisir Sinjai, Kecamatan Pulau Sembilan, Kabupaten Sinjai pada bulan Juni – Juli 2019.

Adapun untuk memperoleh gelar Sarjana Perikanan, penulis melaksanakan penelitian serta penulisan skripsi yang berjudul “Analisis Permintaan dan Pemasaran Ikan Nila (*Oreochromis niloticus*) di Kabupaten Enrekang”

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
RIWAYAT HIDUP	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Ikan Nila	6
B. Proses Produksi	8
C. Pemasaran	9
D. Teori Permintaan.....	12
E. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Permintaan	13
F. Fungsi Permintaan	14
G. Kurva Permintaan	15
H. Penelitian Terdahulu	17
I. Kerangka Pikir.....	19
III. METODOLOGI PENELITIAN	21
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	21
B. Metode Pengambilan Sampel	22
C. Sumber Data	24
D. Teknik Pengambilan Data	24

E. Analisis Data	24
F. Uji Asumsi Klasik.....	26
G. Konsep Operasional.....	27
IV. HASIL	29
A. Keadaan Umum Lokasi	29
a. Kondisi Geografis.....	29
b. Topografi.....	30
c. Kondisi Demografi.....	30
d. Sarana dan Prasarana.....	32
e. Kondisi Umum Perikanan	32
B. Karakteristik Responden	34
C. Jumlah Permintaan Ikan Nila	44
D. Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
E. Pengujian Asumsi Klasik.....	45
F. Saluran Pemasaran Ikan Nila	51
V. PEMBAHASAN	54
A. Proses Budidaya Ikan Nila	54
B. Permintaan Ikan Nila.....	55
C. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Permintaan Ikan Nila	57
D. Lembaga Pemasaran dan Saluran Pemasaran	62
VI. PENUTUP	68
A. Kesimpulan.....	68
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	71

DAFTAR TABEL

Nomor		Halaman
1	Tingkat Konsumsi Ikan Perkapita Provinsi Sulawesi Selatan Dan Nasional	2
2	Produksi Ikan Air Tawar di Provinsi Sulawesi Selatan	2
3	Perkembangan Produksi Ikan Nila di Kabupaten Enrekang	3
4	Penelitian Terdahulu	17
5	Produksi Ikan Air Tawar di Kecamatan Alla dan Kecamatan Masalle di Kabupaten Enrekang	21
6	Responden Untuk Konsumen Ikan Nila	22
7	Responden Untuk Pembudidaya Ikan Nila	23
8	Responden Untuk Pedagang Ikan Nila	23
9	Luas Wilayah Menurut Kecamatan di Kabupaten Enrekang	29
10	Tinggi Wilayah dan Jarak ke Ibukota Kabupaten Menurut Kecamatan di Kabupaten Enrekang	30
11	Jumlah Penduduk dan Rasio Jenis Kelamin di Kecamatan Alla dan Masalle Kabupaten Enrekang	31
12	Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur di Kecamatan Alla dan Masalle Kabupaten Enrekang	31
13	Sarana dan Prasarana Kecamatan Alla dan Masalle Kabupaten Enrekang	32
14	Luas Area Pemeliharaan dan Penangkaran Ikan di Kecamatan Alla dan Masalle Kabupaten Enrekang	32
15	Jumlah Rumah Tangga Perikanan Menurut Tempat Budidaya dan Penangkaran di Kecamatan Alla dan Masalle Kabupaten Enrekang	33
16	Produksi Subsektor Perikanan Darat di Kecamatan Alla dan Masalle Kabupaten Enrekang	33
17	Produksi Subsektor Perikanan Darat Menurut Jenis Ikan di Kecamatan Alla dan Masalle Kabupaten Enrekang	34
18	Karakteristik Responden Konsumen Berdasarkan Tingkat Usia	35
19	Karakteristik Responden Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan	35
20	Karakteristik Responden Konsumen Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga	36
21	Karakteristik Responden Konsumen Menurut Pekerjaan	37
22	Karakteristik Responden Konsumen Menurut Pendapatan	38
23	Karakteristik Responden Pembudidaya Berdasarkan Tingkat Usia	39
24	Karakteristik Responden Pembudidaya Berdasarkan Tingkat Pendidikan	39

25	Karakteristik Responden Pembudidaya Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga	40
26	Jumlah dan Persentase Pembudidaya Berdasarkan Pengalaman Budidaya Ikan Nila	41
27	Jumlah dan Persentase Pembudidaya Berdasarkan Luas Lahan	41
28	Karakteristik Pedagang Pengumpul Berdasarkan Tingkat Pendidikan	42
29	Karakteristik Pedagang Pengumpul Berdasarkan Umur	42
30	Karakteristik Pedagang Pengumpul Berdasarkan Pengalaman Berdagang	42
31	Karakteristik Pedagang Pengecer Berdasarkan Tingkat Pendidikan	43
32	Karakteristik Pedagang Pengecer Berdasarkan Umur	44
33	Karakteristik Pedagang Pengecer Berdasarkan Pengalaman Berdagang	44
34	Jumlah Permintaan Ikan Nila di Kabupaten Enrekang	45
35	Nilai Estimasi Regresi Linear Berganda Pada Permintaan Ikan Nila	45
36	Hasil Uji Normalitas Data	47
37	Hasil Uji Multikolinearitas	48
38	Hasil Uji Heteroskedastisitas	49
39	Nilai Koefisien Determinasi (R^2)	50
40	Nilai Signifikansi Uji F	50
41	Nilai Uji T dan Koefisien Regresi	51
42	Jumlah Pembudidaya Setiap Saluran pemasaran di Kabupaten Enrekang	51
43	Margin Pemasaran Ikan Nila di Kabupaten Enrekang	53

DAFTAR GAMBAR

Nomor		Halaman
1	Morfologi Ikan Nila (<i>Oreochromis niloticus</i>).....	7
2	Kurva Permintaan	16
3	Kerangka Pikir	20
4	Histogram Variabel Dependen Permintaan ikan Nila	46
5	Normal Probability Plot	46
6	Diagram Scatter plot.....	50
7	Bagan Saluran Pemasaran.....	52
8	Saluran I Pemasaran Ikan Nila	65
9	Saluran II Pemasaran Ikan Nila	66
10	Saluran III Pemasaran Ikan Nila	67

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor		Halaman
1	Peta Lokasi Penelitian	72
2	Karakteristik Responden Konsumen	73
3	Banyaknya Ikan Nila yang Diminta	75
4	Barang Pengganti	76
5	Faktor Permintaan	77
6	Hasil Log Natural (LN) Faktor Permintaan.....	78
7	Selera Konsumen	79
8	Kelompok Pembudidaya Ikan Nila.....	80
9	Karakteristik Responden Pembudidaya.....	81
10	Karakteristik Pedagang Pengecer	82
11	Karakteristik Pedagang Pengumpul	82
12	Tabel Pemasaran Ikan Nila oleh Pedagang Pengumpul	82
13	Data Produksi Ikan Nila di Sulawesi Selatan	83
14	Produksi dan Nilai Produksi Ikan Nila Berdasarkan jenis Usaha di Kabupaten Enrekang	84
15	Output Hasil Spss	85
16	Dokumentasi.....	86

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kekayaan Indonesia berupa sumber daya perikanan yang sangat luas menjadikan modal dasar dalam pembangunan nasional sekaligus memiliki potensi yang sangat besar bagi pembangunan. Melihat potensi tersebut, usaha bisnis perikanan di Indonesia menunjukkan masa depan yang sangat baik (Aswari, 2019).

Pembangunan sub sektor perikanan yang berwawasan agribisnis merupakan upaya sistematis dalam memainkan peranan yang aktif dan positif di dalam pembangunan nasional, untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional. Salah satu peran penting dari sub sektor perikanan dalam pembangunan adalah dalam rangka mendorong pertumbuhan dan dinamika ekonomi pedesaan. Kondisi perikanan tangkap di air tawar saat ini tengah mengalami stagnasi, bahkan cenderung mengalami penurunan produksi di beberapa wilayah di Indonesia. Degradasi lingkungan perairan air tawar akibat perubahan iklim global, ditambah lagi dengan eksploitasi ikan yang berlebih tanpa kontrol berdampak pada menurunnya produksi perikanan perairan air tawar (kuswanto, 2018).

Tingkat konsumsi ikan cenderung mengalami peningkatan seiring dengan peningkatan jumlah penduduk tiap tahunnya. Tentunya hal ini memerlukan solusi, sebagai upaya untuk memenuhi permintaan konsumsi ikan yang cenderung meningkat dan produksi perikanan tangkap air tawar yang cenderung mengalami penurunan. Perikanan budidaya merupakan salah satu solusi yang bisa dilakukan, mengingat produksinya yang bisa dikontrol baik dengan teknologi inovasi maupun kapasitasnya. Menekuni usaha budidaya ikan ditentukan oleh banyak faktor diantaranya faktor teknis usaha ini dapat meliputi cara-cara pembudidaya dengan menguasai berbagai persoalan biologi, kondisi fisik dan kimia yang menjadi habitat hidup organisme melalui manajemen yang baik maka pemilik usaha budidaya ikan dalam kolam dan keramba akan mampu mengatasi kendala-kendala produksi yang ditemui pada akhirnya akan dapat mempengaruhi hasil usaha (Hamid, 2014).

Konsumsi ikan perkapita masyarakat Sulawesi Selatan mengalami peningkatan dalam rentang tahun 2017 sampai dengan tahun 2018 dan nilainya sudah melebihi tingkat konsumsi ikan Nasional tahun 2018 yakni sebesar 50 kg/kapita/tahun dengan target konsumsi ikan Nasional untuk tahun 2019 yaitu sebesar 54,49 kg/kapita/tahun. Adapun tingkat konsumsi ikan di Sulawesi Selatan dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Tingkat Konsumsi Ikan Per Kapita Provinsi Sulawesi Selatan Dan Nasional

No	Tahun	Tingkat Konsumsi Per Kapita Provinsi Sulawesi Selatan (kg/kapita/tahun)	Peningkatan (%)	Tingkat Konsumsi Per Kapita Nasional (kg/kapita/tahun)	Peningkatan (%)
1	2020	66,0	-	54,56	-
2	2021	66,81	1,2	55,37	1,48

Sumber : Data Statistik sulsel 2021

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa pada tahun 2020 sampai dengan 2021 tingkat konsumsi ikan per kapita di Sulawesi Selatan dan secara Nasional terus mengalami peningkatan. Pada tahun 2020 tercatat sebesar 66,0, kg/kapita/tahun dan pada tahun 2021 tercatat sebesar 66,81 kg/kapita/tahun dengan penduduk Sulawesi Selatan mencapai 8.956.181 jiwa. Hal tersebut berarti bahwa pada tahun 2021 terjadi kenaikan konsumsi per kapita sebesar 1,2%. Selain itu tingkat konsumsi ikan masyarakat Sulawesi Selatan untuk tahun 2021 tercatat sebesar 66,81 kg/kapita/tahun, nilai ini lebih besar dibandingkan nilai konsumsi ikan nasional yaitu sebesar 55,37 kg/kapita/tahun (Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Sulawesi Selatan, 2021).

Potensi perikanan pun semakin menggiurkan karena budidaya ikan air tawar memiliki kenaikan permintaan dari kebutuhan rata-rata yang ada pada saat ini. Oleh sebab itu, peningkatan produksi ikan air tawar perlu digalakkan. Tetapi karena perbedaan permintaan yang berubah-ubah maka pembudidaya ikan air tawar harus selalu mempertimbangkan budidaya ikan yang menguntungkan untuk dibudidayakan (Lumentut dan Hartati, 2015).

Provinsi sulawesi selatan merupakan salah satu provinsi penghasil ikan air tawar di Indonesia. Hal ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 2. Produksi Ikan Air Tawar di Provinsi Sulawesi Selatan Tahun 2020

No	Jenis Ikan	Produksi (Ton)
1	Mas	10.468,89
2	Tawes	3,70
3	Mujair	2.630,07
4	Nila	9.529,59
6	Lele	2.726,09
7	Patin	19,79
9	Bawal Air tawar	25,79

Sumber : Data Statistik sulsel 2021

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa produksi ikan air tawar yang paling tinggi pada tahun 2020 adalah ikan mas sebesar 10.468,89 ton dan disusul oleh ikan nila sebesar 9.529,59 ton. Ikan nila merupakan salah satu jenis ikan air tawar yang populer di kalangan masyarakat, sehingga membuat ikan nila memiliki prospek usaha yang cukup menjanjikan. Apabila ditinjau dari segi pertumbuhan, ikan nila merupakan jenis ikan yang memiliki laju pertumbuhan yang cepat dan dapat mencapai bobot tubuh yang jauh lebih besar dengan tingkat produktivitas yang cukup tinggi. Ditinjau dari aspek produktivitas ikan nila sangat potensial dan produktif apa bila dibudidaya di berbagai lahan (Khairunnisa, 2019)

Sulawesi Selatan menjadi salah satu provinsi yang cukup mengalami peningkatan dalam hal bidang produksi perikanan budidaya ikan nila. Produksi ikan nila di Sulawesi Selatan pada tahun 2020 tercatat sebesar 9.529,59 ton, dibanding dengan tahun 2019 tercatat sebesar 8.594,11 ton, maka terjadi peningkatan produksi produksi sebesar 935,48 ton atau 10,9%.

Kabupaten penghasil ikan nila di Sulawesi Selatan yaitu Kabupaten Pangkep sebesar 2.714,7ton (33 %), Kabupaten Pinrang sebesar 1.586,3 ton (19,3 %), Kabupaten Enrekang sebesar 672,4 ton (7,3 %), Kabupaten Luwu Utara sebesar 612,2 ton (7,5 %), dan Kabupaten Maros sebesar 557,5 ton (6,8 %).

Produksi Ikan Nila di Kabupaten Enrekang dilihat dari budidaya selama empat tahun terakhir selalu mengalami peningkatan mulai dari tahun 2017 produksi sebanyak 436,70 ton hingga tahun 2020 sebanyak 672,4 ton, untuk lebih lengkapnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 3. Perkembangan produksi ikan nila di kabupaten enrekang

No	Tahun	Jumlah Produksi (Ton)	Perkembangan (%)
1	2017	436,70	-
2	2018	532,10	21,84
3	2019	662,77	24,56
4	2020	672,4	1,45

Sumber : Data Statistik kabupaten enrekang 2021

Berdasarkan tabel 3 jumlah produksi ikan nila setiap tahunnya mengalami peningkatan. Hal ini disebabkan tingginya tingkat konsumsi ikan, dimana jumlah produksi dari tahun 2017-2020 sebesar 2.303,97 ton. Pada tahun 2018, produksi ikan nila mengalami peningkatan sebesar 21,84%, pada tahun 2019 sebesar 24,56% sedangkan pada tahun 2020 mengalami peningkatan produksi sebanyak 1,45%.

Salah satu kecamatan di Kabupaten Enrekang yang memproduksi atau membudidayakan ikan nila adalah Kecamatan Alla dan Kecamatan masalle. Tingkat produksi ikan nila di kecamatan Alla pada tahun 2020 mencapai angka 32,90 ton, sedangkan di Kecamatan Masalle pada tahun 2020 mencapai angka 34,77 ton.

Tingkat produksi ikan nila di Kecamatan Alla dan Masalle ini merupakan tingkat produksi tertinggi bila dibandingkan dengan ikan air tawar lainnya yang diproduksi di Kecamatan tersebut seperti Ikan Mas, Ikan Lele, Ikan Patin, Ikan Tawes dan Ikan Bawal. Data produksi perikanan di Kecamatan Alla dan Kecamatan Masalle dapat dilihat pada tabel 17. Ikan nila menempati posisi pertama yang diproduksi oleh masyarakat di Kecamatan Alla dan Masalle Kabupaten Enrekang. Hal ini berarti ikan nila sudah menjadi salah satu komoditas perikanan yang diunggulkan di daerah tersebut.

Masyarakat pada umumnya memiliki rasa ingin membeli atau mengonsumsi suatu barang, apabila masyarakat memenuhi hasrat tersebut maka disitulah terjadi permintaan terhadap suatu barang. Permintaan pun perlu dicapai oleh masyarakat dengan cara menukar barang yang diinginkan dengan sejumlah uang yang dimiliki dimana pengeluarannya berbeda-beda pada setiap barang (Lukman, 2017).

Masyhuri (2007) mengungkapkan ada sembilan faktor yang dapat memengaruhi permintaan suatu barang yaitu harga barang itu sendiri, harga barang lain, pendapatan, jumlah konsumen, iklan, distribusi pendapatan, selera, perkiraan atau harapan konsumen dan ketersediaan produk.

Pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli. Pemasaran merupakan hal yang penting dalam menjalankan sebuah usaha perikanan karena pemasaran merupakan tindakan ekonomi yang berpengaruh terhadap tinggi rendahnya pendapatan pembudidaya. Produksi yang tinggi akan sia-sia jika harga jualnya rendah. Oleh karena itu tingginya produksi tidak selalu memberikan keuntungan yang tinggi tanpa disertai pemasaran yang baik dan efisien.

Pemasaran memiliki lembaga-lembaga pemasaran. Lembaga-lembaga pemasaran terdiri dari tengkulak, pedagang besar, pedagang pengecer. Setiap lembaga pemasaran memiliki fungsi masing-masing agar produk dapat sampai di tangan konsumen (Syaputra, 2020).

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui apa saja yang mempengaruhi permintaan Ikan Nila (*Oreochromis niloticus*) dan bagaimana pola saluran pemasaran ikan nila (*Oreochromis niloticus*) dengan judul **"Analisis Permintaan dan Pemasaran Ikan Nila (*Oreochromis niloticus*) Di Kabupaten Enrekang"**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang dapat dikaji dalam penelitian ini yaitu:

1. Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi permintaan ikan nila di Kabupaten Enrekang?
2. Bagaimana pola saluran pemasaran ikan nila di Kabupaten Enrekang?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang dilakukan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi permintaan ikan nila di Kabupaten Enrekang
2. Untuk mengetahui bagaimana pola saluran pemasaran ikan nila di Kabupaten Enrekang

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dan pertimbangan untuk pemerintah dalam menyusun kebijakan terutama dalam distribusi ikan nila
2. Sebagai bahan kajian dalam peningkatan produktivitas ikan nila
3. Sebagai jalan bagi pembaca untuk memberikan informasi serta pengetahuan untuk dijadikan sebagai referensi pada penelitian di masa mendatang

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Ikan Nila (*Oreochromis niloticus*)

Awalnya, ikan nila dimasukkan kedalam jenis *Tilapia nilotica* atau ikan golongan tilapia yang tidak mengerami telur dan larva di dalam mulut induknya. Dalam perkembangannya, para pakar perikanan menggolongkan ikan nila kedalam jenis *sarotherodon niloticus* atau kelompok ikan tilapia yang mengerami telur dan larvanya didalam mulut jantan dan betinanya.

Para pakar perikanan kemudian memutuskan bahwa nama ilmiah yang tepat untuk ikan nila adalah *Oreochromis niloticus* atau *Oreochromis sp.* Nama Nilotiko menunjukkan tempat ikan ini berasal, yakni sungai Nil di Benua Afrika. Berdasarkan morfologinya, kelompok ikan ini memang berbeda dengan kelompok tilapia. Secara umum, bentuk tubuh Ikan Nila panjang tepinya berwarna putih. Gurat sisi (*Linea lateralis*) terputus di bagian tengah badan kemudian berlanjut, tetapi letaknya lebih kebawah daripada letak garis yang memanjang diatas sirip dada. Jumlah sisik pada gurat sisi jumlahnya 34 buah. Sirip punggung berwarna hitam dan sirip dadanya juga tampak hitam. Bagian pinggir sirip dadanya juga tampak hitam. Bagian pinggir sirip punggung berwarna abu-abu atau hitam

Jika dibedakan berdasarkan jenis kelaminnya, ikan nila jantan memiliki ukuran sisik yang lebih besar dibandingkan dengan ikan nila betina. Alat kelamin ikan nila jantan terletak depan anus bentuknya berupa tonjolan agak runcing berfungsi sebagai saluran urine dan saluran sperma. Jika perut ikan nila diurut, akan mengeluarkan cairan bening. Sementara itu, alat kelamin nila betina juga terletak didepan anus, tetapi memiliki lubang genital yang terpisah dengan lubang saluran urine. Bentuk dan rahang belakang ikan nila jantang melebar dan berwarna biru muda. Sementara bentuk hidung dan rahang belakang ikan nila betina agak lancip dan berwarna kuning terang. Sirip punggung dan sirip ekor ikan nila jantan berupa garis putus-putus, sedangkan pada nila betina tidak terputus dan melingkar (Khairuman dan Khairul, 2003).

Ditinjau dari kebiasaan makannya, ikan nila termasuk jenis ikan omnivora, yaitu pemakan tumbuhan dan hewan. Jenis makanan yang dibutuhkan tergantung umurnya. Dilihat dari sisi kebiasaan berkembangbiaknya, ikan nila tidak termasuk jenis ikan musiman, karena dapat memijah sepanjang tahun. Pemijahan ikan nila dapat dilakukan di berbagai media selama induk telah matang gonad seperti kolam, bak, akuarium dan jaring apung. Proses pemijahan dimulai dengan pembuatan sarang oleh induk jantan sebagai tempat memijah dan pembuahan telur. Sarang berupa lekukan di

dasar kolam dengan diameter tergantung panjang tubuh ikan. Biasanya diameter sarang berkisar antara 1,5-2 kali panjang tubuhnya dengan kedalaman antara 5-10 cm.

Setelah pembuatan sarang, dilanjutkan dengan proses pemijahan. Proses pemijahan berlangsung sangat cepat, yaitu antara 50-60 detik dan telur yang dikeluarkan sebanyak 20-30 butir. Peristiwa pemijahan ini berlangsung selama 20-60 menit dengan pasangan yang sama. Seekor ikan nila betina dengan berat 600 g dapat menghasilkan telur sebanyak 2.000-3.000 telur dan yang berhasil menetas sebanyak 800-1600 butir. Telur ikan nila berdiameter 2,5-2,8 mm, berwarna kuning dan bersifat tenggelam, tidak menempel.

Nila adalah nama khas Indonesia yang diberikan oleh Pemerintah melalui Direktorat Jenderal Perikanan. Klasifikasi ikan nila adalah sebagai berikut:

Kingdom : *Animalia*

Filum : *Chordata*

Kelas : *Osteichthyes*

Crdo : *Percomorphi*

Famili : *Cichlidae*

Genus : *Oreochromis*

Spesies : *Oreochromis niloticus*.

www.zipcodezoo.com



Gambar 1. Morfologi Ikan nila (*Oreochromis niloticus*)

Ikan nila tergolong ikan yang mengerami telurnya (*mouth breeder*). Pengeraman telur dilakukan oleh induk betina sejak telur dibuahi sampai menetas. Setelah menetas, larva berukuran 4-6 mm diasuh induk betina di pinggir kolam, larva akan diasuh sampai larva kuat untuk berenang sendiri. Biasanya larva yang kuat berenang berukuran 8-12 mm dan bersifat bergerombol. Induk ikan nila jantan bersifat

poligami. Satu induk jantan dapat mengawini tiga ekor nila betina. Induk jantan yang siap untuk memijah warna tubuhnya bercahaya dan lebih agresif.

Ikan Nila merupakan ikan *euryhaline* dimana ikan nila mempunyai tingkat adaptasi fisiologi yang baik terhadap rentang salinitas yang luas. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan terbukti bahwa ikan nila mampu hidup pada konsentrasi salinitas 10-15 ppt dengan cara melakukan osmoregulasi. Habitat asli dari ikan nila adalah air tawar, untuk bertahan hidup dari lingkungan dengan salinitas 10-15 ppt ikan nila akan melakukan osmoregulasi yang berbeda untuk menyesuaikan diri atau beradaptasi dengan lingkungan yang baru. Tekanan osmosis lingkungan lebih tinggi dari cairan tubuh ikan nila, sehingga air dalam tubuh ikan nila akan mengalir ke lingkungan dengan cara osmosis dan garam-garam atau ion-ion dari lingkungan akan masuk kedalam tubuh ikan nila dengan cara difusi. Untuk mempertahankan atau menyeimbangkan konsentrasi garam dan air dalam tubuh ikan nila, maka ikan nila akan memperbanyak minum air untuk melakukan proses osmoregulasi. Dengan memperbanyak minum maka kehilangan air dalam tubuh ikan nila akan tergantikan dan garam-garam harus segera dikeluarkan. Organ-organ yang terlibat dalam proses osmoregulasi ikan nila adalah insang dan ginjal. Ikan nila pada lingkungan salinitas 10-15 ppt memiliki konsentrasi air dalam tubuh lebih rendah dari lingkungannya sehingga menyebabkan ikan nila kekurangan cairan tubuh dan kelebihan garam. Untuk menjaga cairan tubuh tetap normal maka hanya sedikit plasma yang disaring oleh ginjal sehingga menyebabkan produksi urine sedikit. Karena ikan nila bersifat *euryhaline*, maka perbedaan konsentrasi cairan tubuh dan lingkungannya lebih kecil sehingga energi metabolisme yang dibutuhkan untuk melakukan osmoregulasi dalam upaya adaptasi lebih sedikit (Cholik, 2005).

B. Proses Produksi

Memahami produksi setidaknya dapat dirujuk dari dua sudut pandang, antara lain dari aspek proses produksi dan faktor penentu produksi. Dari aspek proses, produksi adalah aktivitas untuk meningkatkan nilai tambah (value added) bahan baku menjadi barang setengah jadi dan barang jadi.

Dari aspek faktor penentu produksi yang meliputi faktor produksi alam, sumber daya manusia, modal dan teknologi memberikan kontribusi terhadap proses produksi. Dengan demikian produksi dapat juga dipahami sebagai pengaturan sumber daya ekonomi antara lain berupa sumber daya alam, sumber daya manusia, sumber data modal dan sumber daya teknologi agar berkontribusi maksimal terhadap proses produksi. Perusahaan dapat memanfaatkan tanah, air, dan angin yang bersumber dari alam untuk aktivitas produksi. Sementara itu sumber daya manusia yang meliputi

tenaga manusia itu sendiri, pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*) dan sikap yang baik (*attitude*) menjadi perhatian besar perusahaan untuk meningkatkan produksi. Demikian juga dengan modal baik yang bersumber dari pemegang saham, modal hutang maupun laba ditahan (*retain earning*) dicari dan ditata oleh perusahaan untuk meningkatkan kapasitas produksi. Sedangkan teknologi berperan secara koheren dengan sumber daya manusia dan sumber daya modal, karena teknologi itu berupa metode untuk menciptakan efisiensi yang bisa melekat pada sumber daya manusia maupun sumber daya modal (Rasul, dkk, 2013).

Adapun Proses Budidaya ikan nila sebagai berikut (Salsabila & Suprpto, 2019):

1. Persiapan Kolam Pembesaran

Persiapan kolam pembesaran terdiri dari pengeringan tanah, pembalikan tanah, pengapuran tanah, dan pengisian air yang dilaksanakan selama kurang lebih 2 minggu. Peralatan dan bahan yang digunakan antara lain kolam tanah, cangkul, pompa air, dan 100 kg kapur dolomit.

2. Penebaran Benih

Benih ikan nila yang akan ditebar di kolam pembesaran diaklimatisasi terlebih dahulu untuk menyesuaikan suhu di lingkungan baru. Peralatan dan bahan yang digunakan antara lain plastik, air, dan oksigen.

3. Pemberian Pakan Ikan

Ikan diberikan pakan berupa pelet. Jumlah pakan yang diberikan sebanyak 3% berat ikan dengan frekuensi pemberian pakan 2 kali sehari.

4. Pengelolaan Kualitas Air

Kualitas air diukur setiap harinya dengan parameter oksigen terlarut, suhu, kecerahan, dan pH. Peralatan yang digunakan antara lain DO meter, pH meter, dan secchi disk.

5. Pemanenan Ikan

Ikan dipanen setelah 3 bulan masa pemeliharaan atau setelah mencapai ukuran konsumsi. Ikan dipanen secara diseser dengan menggunakan jaring dan pellet untuk mengumpukan ikan.

C. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok-kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan saling mempertukarkan produk dan jasa serta nilai antara seseorang dengan yang lainnya. Peranan pemasaran saat ini tidak hanya menyampaikan produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan secara

berkelanjutan, sehingga keuntungan perusahaan dapat diperoleh dengan terjadinya pembelian yang berulang.

Tujuan dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menciptakan suatu produk yang sesuai dengan keinginan konsumen, menjanjikan nilai superior, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan. Dasar pemikiran pemasaran dimulai dengan adanya kebutuhan (needs), keinginan (wants), dan permintaan (demands) ; produk (barang, jasa, gagasan ; nilai, biaya dan kepuasan ; pertukaran dan transaksi ; hubungan dan jaringan ; pasar ; pemasar dan calon pembeli (Putri, 2017).

Proses pemasaran produk perikanan terdapat pelaku-pelaku ekonomi yang terlibat secara langsung ataupun tidak langsung dengan cara melaksanakan fungsi-fungsi pemasaran. Komoditi-komoditi yang dipasarkan juga bervariasi kualitas dengan harga yang beragam pula. Lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen ke konsumen akhir, serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lainnya. Lembaga pemasaran muncul karena adanya keinginan konsumen untuk memperoleh komoditi yang sesuai dengan waktu (time utility), tempat (place utility), dan bentuk (form utility). Lembaga pemasaran bertugas untuk menjalankan fungsi-fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin. Imbalan yang diterima lembaga pemasaran dari pelaksanaan fungsi-fungsi pemasaran adalah margin pemasaran (yang terdiri dari biaya pemasaran dan keuntungan).

Saluran pemasaran merupakan badan-badan atau lembaga yang menyelenggarakan kegiatan atau fungsi pemasaran dengan cara menggerakkan aliran barang dari produsen ke konsumen, tanpa melihat apakah mereka memiliki barang tersebut atau hanya bertindak sebagai agen dari pemilik barang. Urutan dari badan ini membentuk suatu rangkaian yang disebut dengan rantai pemasaran.

Saluran pemasaran dapat diartikan pula sebagai suatu kegiatan pemindahan barang dari sektor produksi ke sektor konsumsi melalui beberapa tahapan atau saluran. Saluran pemasaran komoditi hasil perikanan pada umumnya memerlukan model yang relatif pendek, sesuai dengan sifat-sifatnya yang tidak tahan lama serta mudah rusak. Namun bila dalam penanganan komoditinya diproses atau diolah lebih lanjut, maka saluran pemasaran yang panjang pun dapat ditempuh.

Pada dasarnya ada beberapa saluran pemasaran hasil perikanan yang digunakan, yaitu :

- a. Penyaluran langsung dari produsen ke konsumen
Produsen → Konsumen
- b. Penyaluran semi langsung. Dalam hal ini ada satu perantara.
Produsen → Pedagang Eceran → Konsumen
- c. Penyaluran tidak langsung, melalui lebih dari satu perantara.
Produsen → Pedagang Besar → Pedagang Eceran → Konsumen

Lancar tidaknya arus barang dari produsen ke konsumen akan memengaruhi harga dari produksi yang dihasilkan. Dengan sistem pemasaran yang berbeda akan menyebabkan harga ditingkat konsumen juga mengalami perbedaan, hal ini terjadi karena masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat akan mengambil keuntungan dengan melakukan berbagai fungsi pemasaran. Namun demikian dalam prakteknya bisa saja terjadi bahwa dengan saluran pemasaran yang pendek, justru harga yang diterima petani ikan menjadi rendah. Pedagang perantara atau perusahaan mungkin saja akan memasarkan barang dan atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir.

Saluran pemasaran dapat berbentuk secara sederhana dan dapat pula rumit sekali. Hal ini tergantung dari macam komoditi lembaga pemasaran dan sistem pasar. Sistem pasar monopoli mempunyai saluran pemasaran yang relatif sederhana dibandingkan dengan sistem pasar yang lain. Komoditi pertanian yang lebih cepat ketangan konsumen dan yang tidak mempunyai nilai ekonomi yang tinggi, biasanya mempunyai saluran pemasaran yang relatif sederhana (Hidayat, dkk, 2009).

Panjang pendeknya saluran pemasaran hasil perikanan tergantung dari beberapa faktor, diantaranya (Hidayat, dkk, 2009) :

1. Jarak antara produsen dan konsumen.
Semakin jauh jarak antara produsen dan konsumen biasaya makin panjang saluran yang ditempuh oleh produk.
2. Cepat tidaknya produk rusak.
Produk yang cepat rusak harus segera diterima oleh konsumen, dengan demikian dalam pemasarannya harus cepat.
3. Skala Produksi.
Bila produksinya berlangsung dalam ukuran-ukuran kecil maka jumlah produk yang dihasilkan berukuran kecil pula. Hal ini tidak menguntungkan jika produsen langsung menjualnya ke pasar.
4. Posisi keuangan pengusaha.
Produsen yang posisi keuangannya kuat cenderung untuk memperpendek saluran tataniaga

Perkembangan teknologi informasi pada saat ini membantu produsen dalam menentukan harga jual ikan. Produsen memiliki posisi tawar dalam menentukan harga jual ikan karena sebelumnya mereka telah mengumpulkan informasi harga dari pasar-pasar lokal atau sesama pembudidaya. Baik pembudidaya maupun pedagang menyatakan bahwa harga ikan di tingkat produsen ditetapkan secara tawar-menawar.

Pemasaran produk oleh pembudidaya dilakukan secara langsung kepada pedagang pengumpul tanpa melalui pedagang perantara. Pedagang pengumpul menjual ikan langsung kepada pengecer di pasar lokal dan selanjutnya ikan dijual kepada konsumen akhir.

Dalam proses penjualan ikan, pedagang menyediakan tempat penampungan ikan, peralatan panen dan tenaga kerja sedangkan pembudidaya hanya membantu. Ongkos panen dan biaya transportasi ditanggung sepenuhnya oleh pedagang. Menurut pedagang, panen dilakukan sendiri untuk memastikan agar ikan yang dipanen dalam kondisi baik, tidak luka, tidak stres dan tidak kekurangan oksigen. Dengan penanganan yang baik diharapkan tidak ada ikan yang mati selama pengangkutan karena ikan yang mati dapat menurunkan harga jual (Hidayat, dkk, 2009).

D. Teori Permintaan

Permintaan dapat diartikan sebagai jumlah suatu barang yang akan dibeli oleh konsumen pada kondisi, waktu dan harga tertentu. Dengan kata lain bahwa permintaan menunjukkan berapa banyak suatu barang yang akan dibeli oleh individu atau sejumlah individu pada berbagai harga, dengan mengasumsikan bahwa ada keterkaitan antara jumlah yang diminta dengan harga. Ini berarti, jika harga lebih tinggi maka jumlah barang yang dibeli akan lebih.

Hukum permintaan berbunyi "semakin rendah harga suatu barang, maka akan semakin banyak permintaan akan barang tersebut". Sebaliknya, "semakin tinggi harga suatu barang, semakin sedikit permintaan terhadap barang tersebut". Permintaan dan harga saling berkaitan erat, hal ini disebabkan karena kenaikan harga menyebabkan pembeli mencari barang lain yang dapat digunakan sebagai pengganti barang (substitusi) yang mengalami kenaikan harga. Apabila harga turun, pembeli mengurangi pembelian terhadap barang lain dan akan menambah pembelian barang yang mengalami penurunan harga. Kenaikan harga juga menyebabkan pendapatan sebenarnya para pembeli berkurang. Pendapatan yang berkurang tersebut memaksa pembeli untuk mengurangi pembeliannya terhadap berbagai jenis barang terutama pembelian barang-barang yang mengalami kenaikan harga (Harahap dan Deni, 2020).

Sedangkan permintaan dapat dibedakan menjadi beberapa kelompok, yaitu sebagai berikut (Harahap dan Deni, 2020) :

1. Permintaan Menurut Daya Beli

Berdasarkan daya belinya, permintaan dibagi menjadi tiga macam, yaitu permintaan efektif, permintaan potensial, dan permintaan absolut. Permintaan efektif adalah permintaan masyarakat terhadap suatu barang atau jasa yang disertai dengan daya beli atau kemampuan membayar. Pada permintaan jenis ini, seorang konsumen memang membutuhkan barang itu dan ia mampu membayarnya. Permintaan potensial adalah permintaan masyarakat terhadap suatu barang dan jasa yang sebenarnya memiliki kemampuan untuk membeli, tetapi belum melaksanakan pembelian barang atau jasa tersebut. Permintaan absolut adalah permintaan konsumen terhadap suatu barang atau jasa yang tidak disertai dengan daya beli. Pada permintaan absolut konsumen tidak mempunyai kemampuan (uang) untuk membeli barang yang diinginkan.

2. Permintaan Menurut Jumlah Subjek Pendukungnya

Berdasarkan jumlah subjek pendukungnya, permintaan terdiri atas permintaan individu dan permintaan kolektif. Permintaan individu adalah permintaan yang dilakukan oleh seseorang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Permintaan kolektif adalah kumpulan dari permintaan-permintaan perorangan atau permintaan secara keseluruhan para konsumen di pasar.

E. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Permintaan

Permintaan seseorang atau masyarakat kepada suatu barang ditentukan oleh banyak faktor. Di antara faktor-faktor tersebut adalah seperti yang dinyatakan berikut ini (Harahap dan Deni, 2020) :

1. Harga barang itu sendiri

Dalam hukum permintaan dijelaskan sifat hubungan antara permintaan suatu barang dengan tingkat harganya. Harga merupakan salah satu variabel yang perlu diperhatikan oleh bagian pemasaran, karena harga langsung memengaruhi besarnya volume penjualan. Kebijakan perencanaan produksi, penyaluran barang dan penggunaan media promosi yang baik tidak dapat menghasilkan sesuatu bila kebijakan tentang harga tidak di ikutsertakan. Jika harga semakin tinggi maka permintaan semakin rendah dan begitu sebaliknya jika harga barang rendah maka permintaan akan barang tersebut akan makin tinggi.

2. Pendapatan masyarakat

Pendapatan konsumen adalah jumlah uang yang diterima oleh seseorang dari aktivitasnya. Pendapatan sangat berpengaruh bagi kelangsungan hidup keluarga,

semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar kemampuan keluarga untuk membiayai segala pengeluaran dan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan pada suatu rumah tangga. Makin tinggi pendapatan seseorang maka semakin besar daya beli yang ia miliki, sehingga permintaan akan barang dan jasa pun meningkat, dan begitu juga sebaliknya jika orang berpenghasilan rendah maka permintaan akan barang dan jasa pun akan menurun. Berdasarkan sifat perubahan permintaan yang akan berlaku apabila pendapatan konsumen berubah, berbagai jenis barang dapat dibedakan menjadi empat golongan yaitu: barang inferior, barang esensial, barang normal, dan barang mewah.

3. Selera masyarakat

Jika selera masyarakat meningkat maka permintaan pun meningkat pula, dan begitu pula sebaliknya. Selera masyarakat sering disebut model atau tren

4. Harga barang lain yang berkaitan

Berdasarkan hubungan antara sesuatu barang dengan berbagai jenis barang lainnya dapat jenis barang dapat dibedakan dalam tiga golongan yaitu: barang pengganti (substitusi), barang penggenap/pelengkap (komplementer), dan barang yang tidak mempunyai kaitan sama sekali (barang netral)

5. Waktu

Waktu dapat memengaruhi permintaan karena pada waktu-waktu tertentu permintaan terhadap barang atau jasa dapat meningkat dari pada hari-hari biasa, seperti pada saat lebaran atau hari-hari besar/ istimewa yang lain.

6. Jumlah penduduk

Jumlah penduduk dapat memengaruhi permintaan kerana semakin besar jumlah penduduk maka makin besar pula permintaan terhadap barang atau jasa, dan sebaliknya semakin kecil jumlah penduduk maka semakin kecil pula permintaan terhadap barang atau jasa.

F. Fungsi Permintaan

Permintaan konsumen terhadap suatu barang tidak hanya dipengaruhi oleh harga dari barang itu sendiri, melainkan juga sangat dipengaruhi oleh pendapatan konsumen, harga barang lain, selera, dan lain sebagainya. Secara sistematis hal itu dapat dirumuskan dalam formula sebagai berikut :

$$DX = f (PX, Y, PY, T, u)$$

Dimana:

DX = Jumlah barang yang diminta

PX = Harga barang tersebut

Y = Pendapatan konsumen

PY = Harga barang lain

T = Selera

u = Faktor-faktor lainnya

Apabila terjadi perubahan faktor yang mempengaruhi permintaan selain harga, maka akan terjadi perubahan permintaan. Perubahan permintaan akan digambarkan dengan pergeseran permintaan ke atas atau ke bawah. Estimasi Fungsi Permintaan dalam banyak studi empiris atau penelitian tentang permintaan biasanya digunakan bentuk fungsi permintaan yang mempunyai elastisitas konstan. Metode ini mendasarkan diri atas anggapan bahwa elastisitas permintaan terhadap perubahan variabel yang menjadi determinannya selalu tetap. Bentuk fungsinya adalah fungsi ke pangkatan dengan menggunakan beberapa variabel sebagai determinan, yang dirumuskan sebagai berikut (Joerson dan Fathorrazi, 2012):

$$Q_d = b_0 \cdot X_1^{b_1} \cdot X_2^{b_2} \cdot X_3^{b_3} \cdot X_4^{b_4} \dots X_n^{b_n} \cdot e$$

Keterangan:

Qd = Jumlah permintaan

Bo = Konstanta

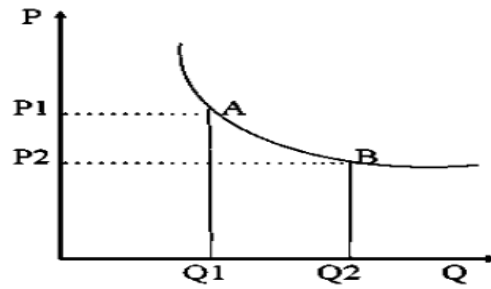
X1-Xn = Faktor-faktor yang memengaruhi permintaan

b1-bn = koefisien regresi

e = *error*

G. Kurva Permintaan

Permintaan atas suatu barang dapat dilihat dari dua sudut, yaitu permintaan yang dilakukan oleh seseorang/individu tertentu, dan permintaan yang dilakukan oleh semua orang di dalam pasar. Oleh karenanya di dalam analisis perlu dibedakan di antara kurva permintaan perseorangan dan kurva permintaan pasar. Untuk memperoleh kurva permintaan pasar haruslah kurva permintaan berbagai individu dalam pasar dijumlahkan. Hukum permintaan merupakan suatu hipotesis yang menyatakan makin rendah harga suatu barang maka semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya semakin tinggi harga suatu barang, maka semakin sedikit permintaan terhadap suatu barang tersebut. Adapun bentuk kurva permintaan adalah sebagai berikut (Sukirno, 2012) :



Gambar 2. Kurva Permintaan

Dimana :

P : Harga

Q : Jumlah barang yang diminta

D : Permintaan

A : Merupakan permintaan yang terbentuk dari pertemuan P1 dan Q1

B : Merupakan permintaan yang terbentuk dari pertemuan P2 dan Q2

Kurva permintaan bergerak turun dari kiri atas ke kanan bawah menurut kebiasaan internasional, harga diukur pada sumbu tegak P dan jumlah diukur pada sumbu horizontal Q. Kurva permintaan pasar diperoleh dari penjumlahan berbagai jumlah barang yang mau dibeli oleh sekian banyak konsumen pada masyarakat dengan harga tertentu (Sukirno, 2012) :

H. Penelitian Terdahulu

Tabel 4. Penelitian Terdahulu

No	Judul	Isi & Metode	Hasil	Nama	Tahun
1	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Ikan Mas Di Pasar Tradisional (Studi Kasus : Pasar Penampungan Jalan Bulan, Kecamatan Medan Kota)	Metode penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Metode penarikan sampel dilakukan dengan metode <i>Incidental Sampling</i> . Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda. Variabel yang digunakan adalah harga ikan mas, jumlah tanggungan dan pendapatan	Hasil penelitian menunjukkan secara simultan harga ikan, pendapatan, dan jumlah tanggungan berpengaruh terhadap permintaan ikan mas pada kepercayaan 95%. Secara parsial pendapatan dan jumlah tanggungan berpengaruh nyata terhadap permintaan ikan mas pada kepercayaan 95%. Secara parsial ikan mas tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan ikan pada kepercayaan 95%	Dwi Rahmatika	2014
2	Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Ikan Di Kota Surakarta	Metode penelitian yang digunakan adalah metode <i>survey</i> . Data yang bersumber dari data primer dan sekunder. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah <i>accidental sampling</i>	Hasil penelitian menunjukkan secara simultan variabel harga ikan, harga telur, harga tahu/tempe, dan pendapatan secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan sebesar 74,3% terhadap besarnya permintaan ikan	Kusdiyanto	2014

3	Analisis Permintaan Ikan (Studi kasus di Desa Semparuk Kecamatan Semparuk)	Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan total sampling untuk sampel pedagang dan <i>accidental sampling</i> untuk konsumen yang membeli ikan di pasar. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Variabel yang diukur adalah harga ikan, pendapatan masyarakat, dan selera.	Dari hasil penelitian berdasarkan uji F menunjukkan bahwa permintaan ikan di Desa Semparuk secara serempak dipengaruhi oleh harga ikan, pendapatan masyarakat, dan selera konsumen. nilai <i>adjusted r Square</i> sebesar 0,824 artinya variabel harga, selera konsumen, dan pendapatan mempengaruhi permintaan ikan sebesar 82,4% dan sisanya 17,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak menjadi variabel dalam penelitian ini.	Muslimin, Harmoko, dan Muslimah	2021
5	Analisis Sistem Pemasaran Ikan Nila Di Desa Lantang Kecamatan Polongbangkeng	Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode deskriptif. Metode pengambilan	Dari hasil penelitian ini terdapat tiga saluran pemasaran pertama petani-konsumen, kedua petani-pedagang besar-konsumen, dan yang	Alfitra Resky Febrianto	2020

Selatan Kabupaten Takalar	sampel dengan metode <i>purposive sampling</i> dan metode <i>snowball sampling</i> . Teknik pengambilan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi dan Kuisisioner. Analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif, analisis pemasaran dan analisis biaya	ketiga petani- industri rumah makan-konsumen. Semua saluran pemasaran yang didapatkan sudah efisien		
---------------------------------	---	---	--	--

I. Kerangka Pikir

Produksi ikan nila di Kabupaten Enrekang dari tahun 2017-2020 mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Dari data BPS 2021 dapat dilihat bahwa produksi ikan nila pada tahun 2017 mencapai 436,70 ton, tahun 2018 mencapai 532,10 ton, tahun 2019 mencapai 662,77 ton, serta tahun 2020 mencapai 672,4 ton. Dari data diatas dapat diketahui bahwa setiap tahun, produksi ikan nila di Kabupaten Enrekang selalu mengalami peningkatan, sehingga sangat berpotensi untuk dikembangkan.

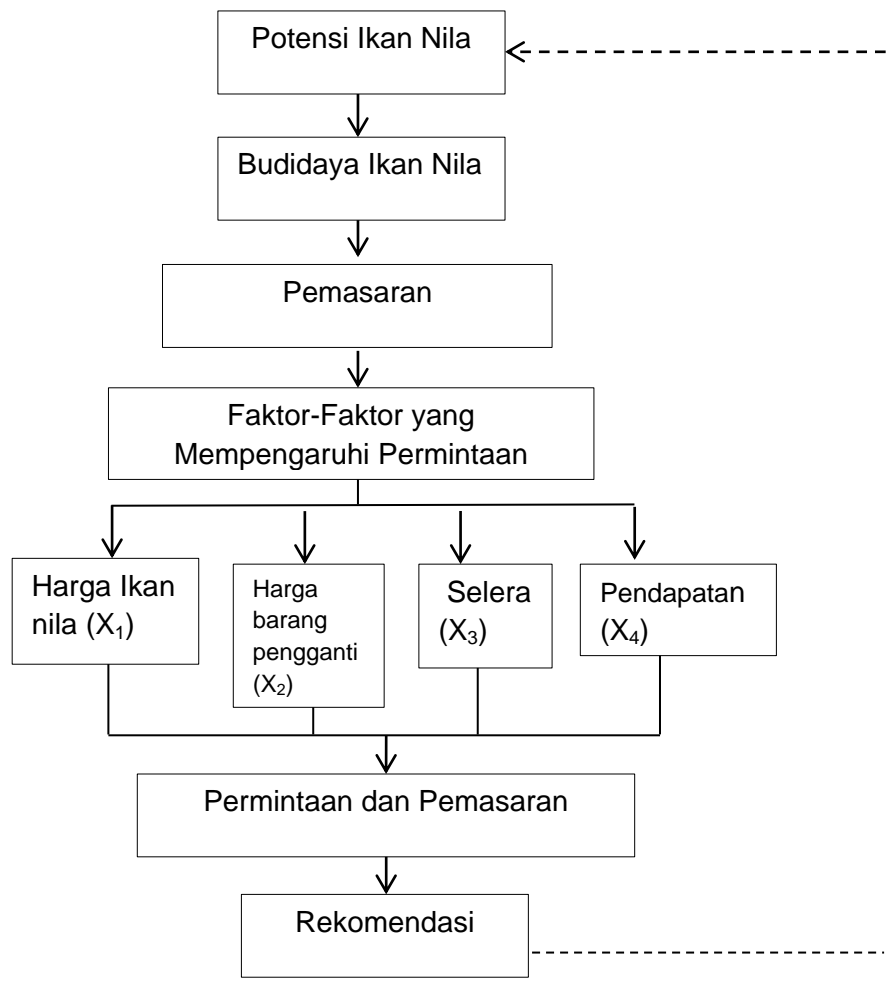
Ikan nila (*Oreochromis niloticus*) merupakan salah satu ikan air tawar yang sangat digemari oleh masyarakat, sehingga dijadikan peluang bagi pembudidaya ikan untuk meningkatkan produktivitas kolamnya. Ikan Nila di Kecamatan Alla dan Kecamatan Masalle, Kabupaten Enrekang, dibudidayakan dengan menggunakan kolam tanah. Proses budidaya dimulai dari persiapan kolam, penebaran benih ikan nila, pemberian pakan, pemeliharaan, sampai dengan panen. Proses panen dilakukan saat ikan nila sudah berumur 4-5 bulan masa pemeliharaan.

Pada proses pemasaran ikan nila, pembudidaya membutuhkan bantuan pihak lain untuk memasarkan hasil produksinya. Sehingga, diperlukan peranan lembaga pemasaran untuk menyalurkan hasil produksi kepada konsumen akhir yang disebut dengan saluran pemasaran. Bentuk saluran pemasaran dalam satu jenis komoditi bisa beranekaragam.

Jumlah permintaan ikan nila sendiri dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti harga ikan nila, harga barang pengganti, selera serta pendapatan para konsumen. Harga

adalah satu poin yang paling utama untuk konsumen menentukan pilihan, karena jika harga dari ikan nila murah maka akan menarik minat masyarakat untuk membeli ikan nila. Dimana permintaan dengan harga saling berkaitan satu sama lain dan saling memengaruhi. Harga-harga barang pengganti (substitusi) juga memengaruhi permintaan ikan nila, dimana jika harga ikan nila naik, maka konsumen akan beralih ke barang pengganti yang fungsinya sama dengan barang tersebut. Selain itu selera juga dapat memengaruhi permintaan dari ikan nila, dimana jika selera masyarakat meningkat maka permintaan pun akan meningkat, dan begitu pula sebaliknya. Disisi lain, pendapatan para pembeli juga merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan permintaan terhadap ikan nila. Dimana jika pendapatan seseorang makin tinggi maka semakin besar daya beli yang ia miliki, sehingga permintaan akan ikan nila pun ikut meningkat dan begitu juga sebaliknya jika konsumen berpenghasilan rendah maka permintaan akan ikan nila juga dapat menurun.

Dari penjelasan diatas dapat digambarkan alur berpikir pemecahan masalah dalam penelitian sebagai berikut :



Gambar 3. Kerangka Pikir Analisis Permintaan dan Pemasaran Ikan Nila Di Kabupaten Enrekang