

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERMINTAAN BUAH SEMANGKA DI PASAR INPRES MANONDA KOTA PALU

Factors that Influence The Demand for Watermelon in The Manonda Inpres Market Palu City

Sindi¹⁾, Arifuddin Lamusa²⁾, Siti Yulianty Chansa Arafah²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Tadulako. Palu

²⁾ Dosen Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Tadulako. Palu.

E-mail : sindyaularahma334@gmail.com. E-mail : Lamusa.arif@yahoo.com. E-mail : Ulliechansa@gmail.com

DOI <https://doi.org/10.22487/agrotekbis.v13i2.2557>

Submit 14 Mei 2025, Review 4 Juni 2025, Publish 13 Juni 2025

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the factors that influence the demand for watermelons in the Manonda Inpres Market, Palu City, including the influence of the prices of the watermelons themselves, pineapples, consumer income, number of family dependents. This research was conducted in December 2021-January 2022 at the Manonda Inpres market in determining Accidental Sampling. The data analysis used is Multiple Linear Regression Analysis. The results of the analysis show that the value of R^2 is 0.949 or 96%, the results of the F test show that the significant value is $(0.776) > \alpha (0.05)$ or F-count $(117.299) > F$ -table (2.74) , meaning that literally together the price of watermelon (X1), the price of pineapple (X2), consumer income (X3), and the number of family dependents (X4) have a significant real influence on the demand for watermelon in the Manonda Inpres market, Palu City. The results of the t test show that individually the price of watermelon (X1), the price of pineapple (X2), and consumer income (X3) have a significant effect on watermelon, while the number of family dependents (X4) has no significant effect on demand. Watermelon at the Manonda Inpres Market, Palu City.

Keywords : Consumer Demand, Price, Watermelon.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi permintaan buah Semangka di Pasar Inpres Manonda Kota Palu di antaranya pengaruh dari harga buah Semangka itu sendiri, buah Nanas, pendapatan konsumen, jumlah tanggungan keluarga. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2021-Januari 2022 pada Pasar Inpres Manonda di penentuan sampel Sampling Aksidental. Analisis data yang digunakan yakni Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai R^2 adalah 0,949 atau 96%, hasil uji F menunjukkan bahwa nilai signifikan $(0,776) > \alpha (0,05)$ atau F- hitung $(117,299) > F$ -tabel $(2,74)$, artinya secara bersama-sama harga buah Semangka (X1), harga buah Nanas (X2), pendapatan konsumen (X3), dan jumlah tanggungan keluarga (X4) memberikan pengaruh yang nyata secara signifikan terhadap permintaan buah Semangka di Pasar Inpres Manonda Kota Palu. Hasil uji t, menunjukkan secara individual variabel harga buah Semangka (X1), harga buah Nanas (X2), dan pendapatan konsumen (X3) berpengaruh nyata secara signifikan terhadap buah Semangka, sedangkan jumlah tanggungan keluarga (X4) tidak berpengaruh nyata secara signifikan terhadap permintaan buah Semangka di Pasar Inpres Manonda Kota Palu.

Kata Kunci : Buah Semangka, Harga, Permintaan Konsumen.

PENDAHULUAN

Salah satu komoditi buah-buahan yang berkembang di Indonesia adalah Semangka. Tanaman Semangka dikonsumsi segar buahnya atau dibuat produk olahan untuk memenuhi kebutuhan pangan. Buah Semangka hingga saat ini hanya disajikan secara segar sebagai buah meja. Buah Semangka mudah diperoleh di pasar-pasar besar, supermarket, dan pasar kios. Semangka menjadi salah satu komoditi buah-buahan unggulan yang punya pasar di luar negeri selain Manggis, Mangga, dan Nanas. Survei sosial ekonomi Tahun 2014 triulawan 3 menunjukkan konsumsi buah semangka dalam rumah tangga secara rasional perkapita perminggu mengalami peningkatan dari Tahun 2008 sampai 2014 yaitu dari 0,016 kg/kapita/minggu menjadi 0,025 kg/kapita/minggu (BPS, 2015).

Trisanti Wahyuni (2016) Buah Semangka (*Citrullus lanatus*) merupakan buah yang berasal dari daerah setengah gurun di Afrika bagian Selatan. Tanaman ini masih sekerabat dengan Labu-labuan, Nanas dan Ketimun. Semangka biasa dipanen buahnya untuk dimakan segar atau dibuat jus. Sebagai anggota suku ketimun-ketimun lainnya, habitat tanaman ini merambat namun ia tidak dapat memanjat.

Permintaan suatu komoditi dipengaruhi oleh harga komoditi itu sendiri dengan asumsi bahwa faktor-faktor lain tidak mengalami perubahan atau *ceteris paribus*. Secara umum bila harga suatu komoditi tinggi, hanya sedikit orang yang mampu membelinya akibatnya jumlah komoditi yang dibelinya hanya sedikit. Sebab akan terjadinya perubahan harga pada suatu barang akan berpengaruh terhadap permintaan barang lain. keadaan ini terjadi jika kedua barang tersebut mempunyai hubungan yang saling menggantikan (*substitusi*).

Barang substitusi merupakan barang pemuas kebutuhan manusia yang saling menggantikan fungsinya dengan sempurna, dengan kata lain apabila tidak ada barang yang satu maka dapat digantikan dengan barang lainnya. Seperti halnya buah Semangka

yang bisa digantikan buah Nanas karena kedua buah ini merupakan hidangan pencuci mulut yang banyak digemari semua kalangan (Daniel, 2002).

Faktor-faktor atau variabel yang diidentifikasi yaitu harga buah Semangka, Harga buah Nanas, pendapatan konsumen dan jumlah tanggungan keluarga yang menjadi faktor untuk permintaan buah Semangka. Analisis statistik yang digunakan untuk mengukur ada atau tidaknya hubungan antar variabel tersebut adalah analisis regresi linear berganda.

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga buah Semangka (X1), harga buah Nanas (barang substitusi) (X2), pendapatan konsumen (X3), tanggungan keluarga (X4) terhadap permintaan buah Semangka di Pasar Inpres Manonda Kota Palu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Inpres Manonda yang tepatnya di Jl. Kunduri. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive*), dengan pertimbangan bahwa pasar tersebut merupakan pasar terbesar yang ada di Kota Palu dilihat dari jumlah pedagang dan pembeli yang ada. Waktu pelaksanaan penelitian ini, dilaksanakan pada bulan Desember 2021 sampai bulan Januari 2022.

Penentuan responden dalam penelitian ini menggunakan *Teknik Sampling Aksidental*. Sugiyono (2010), menyatakan bahwa *Sampling Aksidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Sesuai dengan teori Bailey (2011) yang menyatakan untuk meneliti yang menggunakan analisis statistik ukuran responden minimal 30. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 30 responden dan responden yang diambil dalam penelitian ini berasal dari Pasar

Inpres Manonda dengan pertimbangan konsumen buah Semangka yang ada pada pasar tradisional tersebut dapat memberikan informasi, sehingga diharapkan dapat memperoleh hasil yang akurat sesuai dengan tujuan yang diharapkan dalam penelitian ini.

Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang bersumber dari hasil observasi dan wawancara langsung kepada responden dengan menggunakan panduan pertanyaan (questionnaire). Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari instansi-instansi terkait, kepustakaan serta berbagai literatur yang menunjang penelitian ini dan relevan dengan tujuan peneliti.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yakni analisis regresi linear berganda dengan program IBM SPSS 24 (Statistical Package for the Sosial Sciences). Analisis selanjutnya yakni dengan melakukan interpretasi faktor-faktor yang memengaruhi permintaan buah Semangka di Pasar Inpres Manonda Kota Palu.

Analisis Data. Digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Analisis regresi tersebut digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi permintaan buah Semangka di Pasar Inpres Manonda Kota Palu. Hal ini sejalan dengan pendapat Ghazali (2006), mengatakan bahwa menguji suatu hipotesis alat analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda (Multiple Regression). Variabel yang digunakan dalam mengukur variasi permintaan buah Semangka di Pasar Inpres Manonda Kota Palu yakni harga buah Semangka, harga buah Nanas (barang substitusi), pendapatan, tanggungan keluarga, dan selera. Persamaan dari regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

- Y : Permintaan Konsumen (Buah)
- b₀ : Intersep
- b₁-b₄ : Nilai Koefisien Regresi
- X₁ : Harga Semangka (Rp)
- X₂ : Harga Nanas (Barang Substitusi) (Rp)

- X₃ : Pendapatan Konsumen (Rp/bulan)
- X₄ : Jumlah Tanggungan Keluarga (Jiwa)
- e : *Error Term* (Kesalahan Pengganggu).

Uji Koefisien Determinasi (R²). Menurut Ghazali (2018) Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel independen (X₁, X₂,.....X_n) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar presentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi-variabel dependen R² sama dengan 0, maka tidak ada sedikitpun presentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen. Sebaliknya R² sama dengan 1, maka presentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel dependen.

Uji Simultan (Uji F). Jonathan, dkk. (2008), mengatakan bahwa Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh input produksi (X) terhadap produksi (Y) secara simultan (bersama-sama). Uji F yaitu pengujian terhadap variabel independen secara bersama (simultan) yang ditujukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama dapat berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh variabel X₁, X₂, X₃, dan X₄ secara keseluruhan terhadap variabel Y. Adapun hipotesis yang diajukan adalah :

H₀ : b_i = 0 artinya tidak ada pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

H₁ = Minimal salah satu b_i tidak sama dengan 0 artinya ada

pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan cara melihat F_{hitung} dengan melihat output (Tabel anova) dan membandingkan dengan F_{tabel} dengan level of significance yang digunakan sebesar 5% atau $(\alpha) = 0,05$, yaitu dengan kriteria :

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak ; H_a diterima
2. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 diterima ; H_a ditolak.

Uji Parsial (Uji t). Jonathan (2008), mengatakan bahwa uji statistik t pada dasarnya untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel independen (X) secara individual dapat menjelaskan variasi variabel dependen (Y). Uji t pada dasarnya digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan koefisien regresi. Jika suatu koefisien regresi signifikan menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen (explanatory) secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Adapun hipotesis yang diajukan adalah :

$H_0 : b_i = 0$ Artinya tidak ada pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

$H_1 = b_i$ Tidak sama dengan 0 artinya ada pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

Pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan cara melihat t_{hitung} dan membandingkan dengan t_{tabel} dengan level of significance yang digunakan sebesar 5% atau $(\alpha) = 0,05$, yaitu dengan kriteria :

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak ; H_a diterima
2. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 diterima ; H_a ditolak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden. Objek pada penelitian ini merupakan masyarakat pada daerah Kota Palu yang membeli buah Semangka pada Pasar Inpres Manonda,

dimana pasar tersebut menyediakan buah Semangka di Pasar Inpres Manonda Kota Palu. Mayoritas responden yang mengkonsumsi buah Semangka adalah ibu rumah tangga, dimana responden diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan pendapatan.

Jenis Kelamin. Konsumen yang lebih dominan dalam melakukan kegiatan pembelian buah Semangka adalah perempuan, untuk lebih jelasnya responden buah Semangka berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat dari karakteristik responden konsumen buah Semangka berdasarkan jenis kelamin dengan menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin laki-laki hanya memiliki jumlah jiwa 8 orang dengan persentase sebesar 26,67% sedangkan responden berjenis kelamin perempuan memiliki jumlah jiwa 22 orang dengan persentase sebesar 73,33% dalam mengkonsumsi buah Semangka, dapat disimpulkan bahwa responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak mengkonsumsi buah Semangka daripada responden berjenis kelamin laki-laki hal ini dikarenakan responden yang lebih dominan ditemui dilokasi penelitian yaitu berjenis kelamin perempuan.

Umur Responden. Umur merupakan sejumlah waktu yang dihabiskan seseorang untuk menjalani hidup. Dimana, tingkat umur seseorang memengaruhi kedewasaan seseorang dalam berfikir dan bertindak. Dalam hal ini terkait keputusan pentingnya mengkonsumsi buah Semangka untuk memenuhi kebutuhan gizi serta untuk menjaga kesehatan. Menurut Prijono (2015), struktur umur penduduk dibedakan menjadi tiga kelompok, yaitu (a) kelompok umur muda, di bawah 15 tahun; (b) kelompok umur produktif, usia 15-64 tahun; (c) kelompok umur tua, usia 65 tahun keatas. Struktur umur penduduk dikatakan muda apabila proporsi penduduk umur muda sebanyak 40% atau lebih sementara kelompok umur tua kurang atau sama dengan 5%.

Hasil penelitian menunjukkan umur responden pada penelitian adalah berkisar

29 tahun hingga 60 tahun. Hal tersebut menunjukkan keadaan responden yang mengkonsumsi buah Semangka masih aktif dalam mempertimbangkan pembelian buah Semangka yang akan dikonsumsi oleh semua golongan.

Tingkat Pendidikan. Tingkat pendidikan menentukan seseorang dalam menerima pengetahuan dan informasi. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka pengetahuan serta informasi yang dimiliki orang tersebut semakin besar. Konsumen yang memiliki pendidikan yang tinggi akan lebih baik dan sangat responsif terhadap informasi dan selektif dalam memilih produk. Selain itu pendidikan juga berperan dalam meningkatkan pengetahuan akan gizi suatu produk. Data tingkat pendidikan responden buah Semangka, terlihat pada Tabel 2.

Tabel 2 menunjukkan bahwa responden buah Semangka memiliki tingkat pendidikan yang cukup tinggi yaitu tingkat pendidikan SMA merupakan konsumen terbanyak dalam melakukan pembelian buah Semangka dengan persentase sebesar 53,33%, sedangkan yang melakukan permintaan paling sedikit yaitu yang memiliki pendidikan SD dengan persentase sebanyak 10%. Hal ini disebabkan minimnya tingkat pengetahuan yang didapati oleh masyarakat mengenai pentingnya mengonsumsi buah sehingga permintaan terhadap buah Semangka belum maksimal.

Jumlah Tanggungan Keluarga. Jumlah anggota keluarga ini diambil dari besar tanggungan yang dibebankan kepada kepala keluarga, seperti istri, anak-anak, orang tua dan anggota keluarga lainnya termasuk kepala keluarga. Jumlah anggota keluarga yang menjadi tanggungan kepala keluarga dapat memberikan motivasi untuk menghasilkan produk seoptimal mungkin supaya mendapat hasil yang dapat memenuhi kebutuhan keluarga (Harahap, 2018).

Keluarga adalah lingkungan yang paling dekat oleh konsumen, anggota keluarga akan memengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian

buah Semangka. Data jumlah tanggungan keluarga responden buah Semangka, terlihat pada Tabel 3.

Tabel 3 menunjukkan bahwa sebagian besar responden buah Semangka memiliki jumlah tanggungan 2 dengan persentase nilai sebesar 56,67%, besarnya jumlah tanggungan keluarga merupakan faktor-faktor yang memengaruhi kemauan untuk melakukan pekerjaan. Anggota keluarga dalam hal ini memiliki pengaruh terhadap jumlah barang yang diminta, artinya semakin banyak jumlah tanggungan keluarga dalam satu rumah tangga maka semakin besar pula kebutuhan gizi keluarga yang berdampak pada besar kecilnya permintaan buah Semangka.

Tabel 2. Karakteristik Responden Konsumen Buah Semangka Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Status Pendidikan	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	SD	3	10,00
2	SMP	7	23,33
3	SMA	16	53,33
4	S1	4	13,34
Jumlah		30	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2022.

Tabel 3. Karakteristik Responden Konsumen Buah Semangka Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga

No	Jumlah Tanggungan Keluarga (Orang)	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	1	3	10,00
2	2	17	56,67
3	3	9	30,00
4	4	1	3,33
Jumlah		30	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2022.

Pendapatan Konsumen. Jumlah pendapatan akan memengaruhi besar kecilnya daya beli dari seorang konsumen semakin besar pendapatan seseorang, maka semakin besar pula kemampuan seseorang dalam membeli beranekaragaman kebutuhannya dan semakin sedikit pendapatan seseorang, maka semakin

sedikit pula kemampuan seseorang dalam membeli beranekaragaman kebutuhannya. Data responden buah Semangka berdasarkan pendapatannya, terlihat pada Tabel 4.

Tabel 4 menunjukkan tingkat pendapatan responden buah Semangka dimana konsumen terbanyak (12 responden) yang melakukan permintaan terhadap buah Semangka memiliki pendapatan antara Rp 2.500.000 dengan nilai persentasi terbesar yaitu 40,00%, sedangkan konsumen terendah (1 responden) yang melakukan pembelian buah Semangka memiliki kisaran pendapatan Rp 2.000.000 Berdasarkan Tabel 4, besarnya pendapatan konsumen akan menjadi pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan pembelian dan pola konsumen, sehingga memengaruhi daya beli konsumen (Paradiba, dkk., 2017).

Tabel 4. Karakteristik Responden Konsumen Buah Semangka Berdasarkan Pendapatan

No	Pendapatan konsumen	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	1.000.000	2	6,67
2	1.500.000	12	40,00
3	2.000.000	1	3,34
4	2.500.000	12	40,00
5	3.200.000	3	10,00
Jumlah		30	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2022.

Faktor-faktor yang Memengaruhi Permintaan Buah Semangka Di Pasar Inpres Manonda. Faktor-faktor yang memengaruhi permintaan buah Semangka di Pasar Inpres Manonda Kota Palu dianalisis dengan menggunakan regresi linear berganda dengan pengolahan data menggunakan Software SPSS26. Analisis dilakukan bertahap untuk mendapatkan persamaan yang baik sesuai dengan variabel terikat (dependent variabel) adalah permintaan buah semangka (Y) dan variabel bebas (independent variabel) terdiri dari harga Semangka (X1), harga Nanas (barang substitusi) (X2), pendapatan konsumen (X3) dan jumlah tanggungan keluarga (X4).

Uji F (Simultan). Berdasarkan hasil uji F pada Tabel ANOVA, menunjukkan bahwa

nilai $F_{hitung} (117,299) > F_{tabel} (2,74)$ signifikansi $(0,776) > (\alpha 5\% = 0,05)$ maka dapat disimpulkan bahwa model regresi linier berganda yang di estimasi layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh harga Semangka (X1), harga Nanas (X2) (barang substitusi), pendapatan konsumen (X3) dan jumlah tanggungan keluarga (X4) terhadap permintaan buah Semangka di Pasar Inpres Manonda Kota Palu. Berdasarkan hasil pengujian tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 diterima. Hal ini berarti variabel harga buah Semangka (X1), harga Nanas (barang substitusi) (X2), pendapatan (X3) dan jumlah tanggungan keluarga (X4) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan buah Semangka di Pasar Inpres Manonda Kota Palu.

Uji simultan dibantu perkuat oleh asumsi multikolonieritas, dimana pada penjelasan asumsi multikolonieritas didapatkan tidak terjadi multikolonieritas atau memenuhi asumsi multikolonieritas. Dimana dari variabel yang digunakan yaitu harga buah Semangka (X1), harga buah Nanas (X2), pendapatan konsumen (X3) dan jumlah tanggungan keluarga (X4) tidak memiliki korelasi yang asosiatif (hubungan yang erat). Sehingga dari semua variabel yang digunakan dapat mempengaruhi permintaan buah Semangka di Pasar Inpres Manonda Kota Palu secara bersama-sama.

Uji Parsial (Uji t). Berdasarkan hasil Uji t pada Tabel Coefficient dengan ini diperoleh persamaan regresi yang dapat mencerminkan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = 0,049 - 3,315 X_1 - 7,553 X_2 + 3,488 X_3 + 0,065 X_4$$

Keterangan :

Y = Permintaan Konsumen Buah Nanas (Buah)

a = Intersep

X₁ = Harga Buah Nanas (Rp)

X₂ = Harga Buah Pisang (barang substitusi) (Rp)

X₃ = Pendapatan Konsumen (Rp/bulan)

X_4 = Jumlah Tanggungan Keluarga (jiwa).

Hasil menggunakan SPSS26 untuk parameter individual, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -2,88 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 2,060 pada tingkat kepercayaan sebesar 95% atau tingkat kesalahan 5% ($\alpha = 0,05$). Hasil analisis ini selanjutnya menunjukkan terdapat variabel yang berpengaruh nyata (signifikan) terhadap permintaan buah Semangka di Pasar Inpres Manonda Kota Palu. Hasil regresi menunjukkan variabel yang berpengaruh nyata terhadap permintaan buah Semangka adalah Harga Semangka (X_1), Harga Nanas (barang substitusi) (X_2) dan Pendapatan (X_3) berdasarkan perbandingan nilai signifikansi dengan tingkat kesalahan sebesar 5% dimana variabel tersebut bernilai yang artinya variabel tersebut memberikan pengaruh nyata terhadap variabel terikat. Variabel yang berpengaruh tidak nyata terhadap permintaan buah Semangka adalah jumlah tanggungan keluarga (X_4) dimana nilai signifikannya lebih besar dari 5%.

Secara lengkap uraian mengenai pengaruh masing-masing faktor yang memengaruhi permintaan buah Semangka di Kota Palu diuraikan sebagai berikut:

1. Pengaruh Harga Semangka (X_1)

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel harga buah Semangka (X_1) berpengaruh nyata, dimana t_{hitung} 3,370 > t_{tabel} 2,060 dan nilai signifikan yang diperoleh (0,002) < (0,05) $\alpha = 5\%$, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,314 yang berarti bahwa setiap peningkatan harga sebesar 1 rupiah akan meningkatkan jumlah permintaan buah Semangka sebesar 0,314 kg dengan asumsi ceteris paribus. Kesimpulannya H_0 ditolak H_a diterima, yang artinya variabel buah Semangka secara parsial berpengaruh nyata terhadap jumlah permintaan buah Semangka di Pasar Inpres Manonda Kota Palu. Permintaan terhadap buah Semangka dipengaruhi oleh harga buah Semangka dari komoditi itu sendiri, melihat kebutuhan masyarakat yang dominan mengkonsumsi buah Semangka maka permintaan buah Semangka

akan tetap terus ada meskipun harga buah Semangka mengalami peningkatan yang cukup tinggi. Harga Semangka secara parsial berpengaruh secara nyata terhadap jumlah permintaan buah Semangka di Pasar Inpres Manonda Kota Palu. Hal tersebut dipengaruhi oleh selera dari masyarakat itu sendiri yang menyebabkan permintaan tetap meningkat meskipun harga dari buah Semangka cenderung meningkat. Hasil ini membuktikan bahwa harga buah Semangka berpengaruh terhadap permintaan buah Semangka. Hasil ini relevan dengan penelitian terdahulu Ratag dkk. (2018), mengatakan bahwa harga berpengaruh nyata terhadap permintaan.

2. Pengaruh Harga Nanas (barang substitusi) (X_2)

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel harga Nanas (barang substitusi) (X_2) berpengaruh nyata, dimana t_{hitung} 3,637 > t_{tabel} 2,060 dan nilai signifikan yang diperoleh (0,001) kurang dari taraf signifikan yang ditentukan (0,05). Nilai koefisien regresi sebesar 0,370 yang berarti bahwa setiap peningkatan harga buah Semangka sebesar 1 rupiah akan meningkatkan permintaan buah Semangka sebesar 0,370 kg dengan asumsi ceteris paribus. Kesimpulannya H_0 ditolak H_a diterima yang artinya variabel harga buah nanas berpengaruh nyata secara parsial terhadap permintaan buah Semangka di Pasar Inpres Manonda Kota Palu. Hasil ini sesuai dengan pendapat Lawal, (2013) mengatakan bahwa dengan dimensi strategi harga yaitu "harga merupakan determinan utama dalam suatu permintaan", berdasarkan hukum permintaan (*the law of demand*), besar kecilnya harga memengaruhi kualitas produk yang dibeli konsumen. Hasil ini membuktikan bahwa harga buah Nanas berpengaruh terhadap permintaan buah Semangka. Hasil ini sesuai dengan pendapat Daniel (2002), mengatakan bahwa terjadinya perubahan harga pada suatu barang akan berpengaruh

terhadap permintaan lain. Keadaan ini terjadi jika kedua barang tersebut mempunyai hubungan yang saling menggantikan (substitusi) dan saling melengkapi (complementer), bila dia tidak berhubungan (neutral/indepemdet), maka tidak akan ada saling berpengaruh. Barang yang saling menggantikan dimaksud adalah sifat dua barang yang jika salah satunya meningkat, kualitas barang lainnya yang diminta akan meningkat.

3. Pengaruh Pendapatan Konsumen (X3)

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel pendapatan konsumen (X3) berpengaruh nyata, dimana $t_{hitung} 3,416 > t_{tabel} 2,060$ dan nilai signifikan yang diperoleh (0,002) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,336 yang berarti bahwa setiap peningkatan pendapatan sebesar 1 rupiah akan meningkatkan permintaan buah Semangka sebesar 0,336 kg dengan asumsi ceteris paribus. Kesimpulannya H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel pendapatan secara parsial berpengaruh nyata terhadap permintaan buah Semangka di Pasar Inpres Manonda Kota Palu. Hasil ini relevan dengan penelitian Alfauzan, dkk. (2014), yang menunjukkan variabel pendapatan (X3) berpengaruh nyata secara parsial.

Pendapatan konsumen buah Semangka di Pasar Inpres Manonda Kota Palu cukup tinggi sehingga daya beli buah Semangka cukup tinggi. Pendapatan konsumen selalu mengalami perubahan, maka akan diikuti perubahan permintaan buah Semangka. Perubahan permintaan tersebut mengarah kepada hal yang positif, yaitu konsumen buah Semangka di Pasar Inpres Manonda akan meningkatkan konsumsinya ketika pendapatan mereka meningkat akan mengurangi konsumsi ketika pendapatan mereka menurun. Penelitian ini ditunjang oleh penelitian terdahulu, seperti Firdaus (2008), menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh nyata terhadap permintaan.

4. Pengaruh Jumlah Tanggungan Keluarga (X4)

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel jumlah tanggungan keluarga (X4) berpengaruh tidak nyata secara parsial dimana nilai $t_{hitung} -1,354 < t_{tabel} 2,060$ dan nilai signifikan yang diperoleh (1,88) lebih besar dari taraf signifikan yang ditentukan (0,05) dengan nilai koefisien regresi sebesar -0,65 yang berarti bahwa setiap peningkatan jumlah tanggungan keluarga sebesar 1 jiwa akan mengurangi permintaan buah Semangka sebesar -0,65 kg dengan asumsi ceteris paribus. Kesimpulannya bahwa H_0 diterima H_a ditolak yang artinya jumlah tanggungan keluarga secara parsial berpengaruh tidak nyata terhadap jumlah permintaan Semangka di Pasar Inpres Manonda Kota Palu.

Jumlah tanggungan keluarga dalam hal ini bukan merupakan variabel utama yang memengaruhi permintaan buah Semangka di Kota Palu, dikarenakan buah Semangka bukan merupakan kebutuhan makanan pokok untuk setiap masyarakat. Sehingga semakin banyaknya jumlah tanggungan keluarga tidak berpengaruh terhadap peningkatan buah Semangka, hal ini dikarenakan konsumen mengkonsumsi buah Semangka berdasarkan kebutuhan untuk kesehatan dan untuk memenuhi asupan vitamin dalam tubuh. Hasil ini membuktikan bahwa jumlah tanggungan keluarga tidak berpengaruh terhadap permintaan buah Semangka. Hasil ini sesuai dengan pendapat Raharjo dan Manurung (2001) mengatakan bahwa jumlah tanggungan keluarga tidak memengaruhi keputusan konsumen saat pembelian, semakin banyak jumlah anggota keluarga konsumen berpengaruh besar terhadap keputusan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dikemukakan, adapun kesimpulan yang dapat ditarik pada penelitian ini mengenai “Faktor-faktor yang memengaruhi

permintaan buah Semangka di Pasar Inpres Manonda Kota Palu adalah secara simultan uji F semua variabel secara bersama-sama yaitu harga Semangka (X_1), harga Nanas (barang substitusi) (X_2), pendapatan (X_3) dan jumlah tanggungan keluarga (X_4) memberikan pengaruh nyata secara signifikan terhadap permintaan buah Semangka di Pasar Inpres Manonda Kota Palu dengan nilai R^2 sebesar 0,949 atau 96.0%. Secara persial uji t variabel harga buah Semangka (X_1), harga buah Nanas (X_2), dan pendapatan konsumen (X_3) berpengaruh nyata secara signifikan terhadap buah Semangka, sedangkan jumlah tanggungan keluarga (X_4) tidak berpengaruh nyata secara signifikan terhadap permintaan buah Semangka di Pasar Inpres Manonda Kota Palu.

Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan serta kesimpulan yang diperoleh dari faktor-faktor yang memengaruhi permintaan Semangka di Kota Palu, diharapkan penjual atau pedagang buah Semangka untuk memperhatikan apa yang menjadi pertimbangan utama konsumen dalam meminta atau membeli buah Semangka agar tidak mengalami kerugian. Kepada pihak konsumen disarankan untuk mengkonsumsi buah-buahan untuk membentuk pola hidup yang sehat dan untuk meningkatkan jumlah permintaan terhadap buah-buahan khususnya buah semangka yang ada dipasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfauzan, Fery, Enda Subekti, Shofia Nur Awami. 2014. *Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Permintaan Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Buah Impor Di Pasar Johar Kota Semarang (Studi Kasus Buah Apel Fuji dan Jeruk Mandarin)*. J. Mediagro. 11 (1): 35-46.
- Baley, 2011. *Methods of Social Research*. Sumber: http://repository.upi.edu/11380/6/T-ADP_1202111_Chapter3. Pdf. Diakses pada Tanggal 14 April 2019.
- BPS. 2015. *Susenas 2014*. Badan Pusat Statistika. Jakarta.
- Daniel, M. 2002. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Edisi Ke 4). Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Firdaus, 2018. *Permintaan Pisang, Pepaya dan Jeruk Di Pulau Jawa*. Soca J.. Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis. 8 (3): 273-278. 2008. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Diponegoro. Semarang.
- Harahap J, 2018. *Faktor-faktor yang Mepengaruhi Pengambilan Keputusan Petani Salak dalam Memilih Saluran Pemasaran*. J. Agriseip. 17 (1): 95-106. Edisi Maret 2018.
- Jonathan, Giddens, Anthony, Turner. 2008. *Social Theory Today ; Panduan Sistematis Tradisi dan Tren Terdepan Teori Sosial*. Diterjemahkan oleh Yudi Santoso. Pustaka Pelajar. Jogjakarta.
- Lawal, D. 2013. *Medicinal, Pharmacological, and Phytochemical Potentials of Ananas comosus Peel- a Review*, *Bayero Journal of Pure and Applied Science*. 6 (1): 101-104.
- Paradiba, Dela. Marhawati M. Arifudin L. 2017. *Faktor-faktor yang Memengaruhi Permintaan Sayur Organik Di Kota Palu*. Palu : J. Agrotekbis. 5 (5): 564-571. ISSN : 2338-3011.
- Prijono, 2015. *Seluk Beluk Registrasi Penduduk dan Perannya dalam Perencanaan Pembangunan Kependudukan*. Forum Geografi. 6 (10): 33-45.
- Raharjo Manurung. 2001. *Tingkat Pendapatan Keluarga dan Aneka Kebutuhan*. Sumber <http://ww2.kompas.com/kompas.html>. Diakses pada tanggal 10 Januari 2018.
- Ratag, Y. Paulus, A.P. dan Lorraine W.Th.S. 2018. *Faktor-faktor yang Memengaruhi Permintaan Cabai Rawit Di Kota Tomohon*. J. Agri-Sosial Ekonomi Usrat. 14 (2): 309-318.
- Sugiyono. 2010. *Belajar Analisis Data Sampel*. Alfabeta. Bandung.
- Wahyuni, T. 2016. *Intesif Bertanam Semangka Tanpa Biji*. LITERINDO Yogyakarta.

