

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN
KEPITING BAKAU (*Scylla Serrata*) DI DESA TANJUNG REJO
KABUPATEN DELI SERDANG**

SKRIPSI

**RYAN HERNANDA
NPM: 2104300093
PROGRAM STUDI: AGRIBISNIS**



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2025**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN
KEPITING BAKAU (*Scylla Serrata*) DI DESA TANJUNG REJO
KABUPATEN DELI SERDANG**

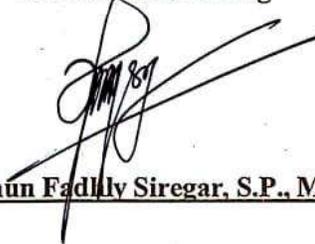
SKRIPSI

Oleh:

**RYAN HERNANDA
2104300093
Agribisnis**

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Strata Satu (S1) pada
Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Komisi Pembimbing



Aflahun Fadlly Siregar, S.P., M.P.

Disahkan Oleh :

Dekan



Assoc. Prof. Dr. Danni Mawar Tarigan, S.P., M.Si

Tanggal Lulus : 22 April 2025

PERNYATAAN

Dengan ini saya : Ryan Hernanda

NPM : 2104300093

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN KEPITING BAKAU (*SCYLA SERRATA*) DI DESA TANJUNG REJO KABUPATEN DELI SERDANG”, sepenuhnya berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, serta pemaparan orisinal dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber dengan jelas.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari ditemukan adanya penjiplakan (plagiarisme), maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang sudah saya peroleh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab, dalam keadaan sadar, tanpa adanya tekanan atau paksaan dari pihak manapun.

Medan, 23 Mei 2025



RINGKASAN

Kepiting bakau (*Scylla serrata*) adalah salah satu komoditas perikanan yang memiliki nilai ekonomis tinggi, khususnya di kawasan pesisir Indonesia. Tidak hanya memiliki nilai jual yang tinggi, kepiting bakau juga menjadi andalan bagi banyak masyarakat pesisir. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kepiting bakau. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk memahami dinamika permintaan dari perspektif pelaku di lapangan. Faktor-faktor yang diteliti meliputi harga, pendapatan masyarakat, selera konsumen, dan distribusi. Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen; fluktuasi harga dapat secara langsung mempengaruhi tingkat permintaan kepiting bakau di pasar. Konsumen juga menunjukkan preferensi yang kuat terhadap produk laut yang berkualitas dan memiliki nilai gizi tinggi, yang pada gilirannya membentuk pola permintaan. Selain itu, promosi melalui media sosial dan platform digital memainkan peran penting dalam memperkenalkan produk kepiting bakau kepada khalayak yang lebih luas dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dengan demikian, pemahaman yang komprehensif tentang dinamika faktor-faktor ini esensial bagi para pelaku usaha di Desa Tanjung Rejo untuk mengoptimalkan strategi produksi dan pemasaran mereka, serta untuk mendukung pengembangan sektor perikanan kepiting bakau secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Kepiting bakau (*Scylla serrata*), Pengaruh, Permintaan

SUMMARY

Mangrove crab (*Scylla serrata*) is one of the fishery commodities that has high economic value, especially in coastal areas of Indonesia. Not only does it have a high selling value, mangrove crab is also a mainstay for many coastal communities. This study aims to identify factors that influence the demand for mangrove crab. This study uses a descriptive qualitative method to understand the dynamics of demand from the perspective of actors in the field. The factors studied include price, community income, consumer tastes, and distribution. Price has a significant influence on consumer purchasing decisions; price fluctuations can directly affect the level of demand for mangrove crab in the market. Consumers also show a strong preference for quality seafood products that have high nutritional value, which in turn shapes demand patterns. In addition, promotions through social media and digital platforms play an important role in introducing mangrove crab products to a wider audience and influencing consumer purchasing decisions. Thus, a comprehensive understanding of the dynamics of these factors is essential for business actors in Tanjung Rejo Village to optimize their production and marketing strategies, as well as to support the development of the mangrove crab fishery sector in a sustainable manner.

Keywords: Mangrove crab (*Scylla serrata*), Influence, Demand

RIWAYAT HIDUP

Ryan Hernanda lahir di Desa Bandar Khalipah. 01 Juli 2003. Penulis merupakan anak ketiga dari empat bersaudara. Penulis merupakan anak dari pasangan Bapak Jaherli dan Ibu Lila Wati. Adapun pendidikan formal yang telah ditempuh penulis sebagai berikut:

1. Pada tahun 2009 – 2015, menjalani pendidikan di SD Negeri 107399 Bandar Khalipa, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang.
2. Pada tahun 2015 – 2018, menjalani pendidikan di Mts Jam'iyatul Al-Washliyah Tembung, Kecamatan Medan Tembung, Kota Medan.
3. Pada tahun 2018 – 2021, menjalani pendidikan di Madrasah Aliyah Negeri 1 Medan, Kecamatan Medan Tembung, Kota Medan.
4. Pada tahun 2021 – sekarang, menjalani pendidikan perguruan tinggi di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Fakultas Pertanian, Program Studi Agribisnis.

Adapun kegiatan yang pernah diikuti oleh penulis selama menjadi mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, antara lain:

1. Tahun 2021, mengikuti Perkenalan Kehidupan Kampus Mahasiswa/i Baru (PKKMB) Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Tahun 2021, mengikuti Masa Ta'aruf (MASTA) Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Tahun 2023, mengikuti Manajemen Kepemimpinan Dasar (MAKASAR) ke 7

Himpunan Mahasiswa Agribisnis (HIMAGRI) Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

4. Tahun 2023, menjadi Badan Pengurus Harian (BPH) sebagai Ketua Bidang Al-Islam Kemuhammadiyah Himpunan Mahasiswa Agribisnis (HIMAGRI) Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Tahun 2023, menjadi Ketua Panitia Kegiatan Santunan Anak Yatim Himpunan Mahasiswa Agribisnis (HIMAGRI) Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Tahun 2023, mengikuti program Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) di PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk. melalui Yayasan Edufarmers International di Humbang Hasundutan, Sumatera Utara.
7. Tahun 2024, menjadi penerima pendanaan pada Program Penguatan Kapasitas Organisasi Mahasiswa (PPK ORMAWA) Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi dalam Bidang Pengabdian Masyarakat dengan Judul “*Emporing Maritime potential Melalui Six Flagship Programs* dan pengembangan EkosistemMangrove Berkelanjutan Menuju Desa Mandiri di Desa Tanjung Rejo”.
8. Tahun 2024, Menjadi Ketua Penanggung Jawab di program kepiting bakau pada program Penguatan Kapasitas Organisasi Mahasiswa (PPK ORMAWA) Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi dalam Bidang Pengabdian Masyarakat dengan Judul “*Emporing Maritime potential Melalui Six Flagship Programs* dan pengembangan EkosistemMangrove Berkelanjutan Menuju Desa Mandiri di Desa Tanjung Rejo”.

9. Tahun 2024, menjadi penerima Abdidaya di Universitas Udayana Provinsi Bali pada Program Penguatan Kapasitas Organisasi Mahasiswa (PPK ORMAWA) Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi dalam Bidang Pengabdian Masyarakat dengan Judul “*Emporing Maritime potential Melalui Six Flagship Programs* dan pengembangan EkosistemManggrove Berkelanjutan Menuju Desa Mandiri di Desa Tanjung Rejo”.
10. Pelaksanaan penelitian skripsi dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Kepiting Bakau (*Scylla Serrata*) Didesa Tanjung Rejo Kabupaten Deli Serdang”

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Kepiting Bakau (*Scylla serrata*) di Desa Tanjung Rejo Kabupaten Deli Serdang**”. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada jenjang Strata 1 (S1) Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi permintaan kepiting bakau, serta mengukur pengaruh harga, pendapatan konsumen, harga barang substitusi, dan preferensi konsumen terhadap permintaan tersebut. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi berbagai pihak, baik sebagai acuan pengambilan keputusan dalam pengembangan usaha dan strategi pemasaran oleh pelaku usaha, sebagai bahan pertimbangan kebijakan oleh pemerintah daerah, maupun sebagai referensi ilmiah bagi kalangan akademisi dan peneliti selanjutnya. Penulis juga berharap penelitian ini dapat menjadi sarana pembelajaran dan pengalaman berharga dalam menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama masa studi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih dan rasa syukur kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu penulis dalam penyusunan Skripsi ini, diantaranya :

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Jaherli dan Ibu Lila Wati yang telah memberikan dukungan moral maupun materil.
2. Ibu Assoc. Prof. Dr. Dafni Mawar Tarigan, S.P., M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Ibu Prof. Dr. Ir. Wan Arfiani Barus, M.P., selaku Wakil Dekan I Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Akbar Habib, S.P., M.P., selaku Wakil Dekan III Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu Mailina Harahap, S.P., M.Si., selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Juita Rahmadani Manik, S.P., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Aflahun Fadhly Siregar, S.P., M.P., selaku Pembimbing Skripsi.
8. Ibu Khairunisa Rangkuti, S.P. M.Si, Selaku Dosen Pembimbing Akademik.
9. Seluruh Dosen Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
10. Biro Administrasi yang telah banyak membantu penulis dalam urusan administrasi.
11. Kepada saudara kandung penulis yang telah memberikan semangat dan motivasi

serta meluangkan waktunya untuk menjadi tempat dan pendengar terbaik penulis sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

12. Keluarga Besar Tim PPK ORMAWA yang telah memberikan bantuan moral dan moril kepada penulis.
13. Keluarga Besar Himpunan Mahasiswa Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
14. Teman-teman seperjuangan stambuk 2021 yang telah kebersamai penulis selama duduk di bangku perkuliahan.
15. Proses ini penuh tantangan, tapi aku bersyukur nggak harus lewatin semuanya sendirian. Terima kasih, Cici Triandini, S.I.Kom., karena selalu jadi energi baik, doa yang nggak terdengar, dan dukungan yang tulus setiap hari.
16. Ryan Hernanda, ya! Diri penulis sendiri. Terimakasih sudah selalu berjuang untuk menjadi lebih baik dan bertanggungjawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai.
17. Para petambak Kepiting Bakau di Desa Tanjung Rejo, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang yang telah bersedia membantu mendapatkan data pada saat penelitian.
18. Teman – teman Seperjuangan yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada penulis untuk selalu semangat dalam mengerjakan skripsi ini.

Akhir kata penulis mengharapkan saran dan masukan dari semua pihak demi kesempurnaan pengerjaan skripsi ini.

Medan, 23 Mei 2025

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
SUMMARY	ii
RIWAYAT HIDUP	iii
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
PENDAHULUAN.....	1
Latar Belakang.....	1
Rumusan Masalah.....	4
Tujuan Penelitian.....	4
Manfaat Penelitian.....	4
TINJAUN PUSTAKA.....	5
Kepiting Bakau	5
Landasan Teori	5
Permintaan	6
Faktor Permintaan.....	7
Analisis Usaha	8
Penelitian Terdahulu	9

Kerangka Berpikir	11
Hipotesis Penelitian	11
METODE PENELITIAN	12
Metode Penelitian	12
Metode Penentuan Daerah.....	12
Metode Pengambilan Sampel	12
Metode Pengumpulan Data.....	13
Sumber data	14
Metode Analisis Data	16
Deskripsi penelitian	18
Budidaya Kepiting Bakau.....	19
Harga.....	19
Selera Konsumen	19
Promosi	20
Defenisi dan Batasan Operasional	20
DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN.....	22
Letak Geografis dan Batas-Batas Wilayah	22
Kedaaan Iklim.....	22
Kedaaan Penduduk	22
Karakteristik Sampel	26
HASIL DAN PEMBAHASAN	29
Hasil Penelitian.....	29
Profil Informan	29

Hasil Wawancara dan Pembahasan Dengan Informan	30
Selera Konsumen (<i>Consumer Tastes</i>).....	32
Promosi (<i>Promotion</i>)	35
PENUTUP	38
Kesimpulan	38
Saran	38
DAFTAR PUSTAKA	40
LAMPIRAN	43

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Table 1.Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin	23
2.	Tabel 2. Penduduk di desa Tanjung Rejo berdasarkan pekerjaan	23
3.	Table 3.Sarana dan Prasarana di desa Tanjung Rejo.....	25
4.	Tabel 4. Distribusi Sampel Penelitian Berdasarkan jenjang Pendidikan	26
5.	Tabel 5. Distribusi Sampel Penelitian Berdasarkan Usia	27
6.	Tabel 6. Jumlah Luas Lahan Responden	28
7.	Tabel 7. Profil Informan.....	29

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran.....	11

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Lampiran Laporan Akhir.....	43
2.	Lampiran Poster.....	47
3.	Lampiran Sertifikat Abdidaya Ormawa 2024 & Peserta PPK ORMAWA 2024.....	48
4.	Lampiran Kegiatan Pelaksanaan Pembuatan Keramba Kepiting Bakau	49

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kepiting bakau (*Scylla serrata*) adalah salah satu komoditas perikanan yang memiliki nilai ekonomis tinggi, khususnya di kawasan pesisir Indonesia. Tidak hanya memiliki nilai jual yang tinggi, kepiting bakau juga menjadi andalan bagi banyak masyarakat pesisir, termasuk di Desa Tanjung Rejo, Kabupaten Deli Serdang. Di desa ini, budidaya dan penangkapan kepiting bakau telah berkembang pesat menjadi salah satu sektor ekonomi utama yang menopang kehidupan masyarakat setempat. Permintaan terhadap kepiting bakau di pasar domestik maupun internasional terus menunjukkan angka peningkatan yang signifikan. Peningkatan permintaan ini tentu tidak terlepas dari beberapa faktor yang mempengaruhi, seperti harga, pendapatan masyarakat, serta preferensi konsumen yang cenderung berubah-ubah tergantung pada musim dan ketersediaan produk.

Salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan kepiting bakau adalah harga. Penelitian yang dilakukan oleh Sari (2018) menunjukkan bahwa fluktuasi harga sangat mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk perikanan. Ketika harga kepiting bakau naik, permintaan dari konsumen cenderung menurun. Sebaliknya, harga yang lebih terjangkau akan menarik lebih banyak pembeli, baik dari konsumen lokal maupun pembeli luar daerah. Fluktuasi harga ini sangat dipengaruhi oleh banyak faktor, seperti biaya produksi, distribusi, dan ketersediaan stok kepiting bakau di pasar. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang

faktor harga menjadi sangat penting bagi para pelaku usaha di sektor ini untuk menyesuaikan strategi penjualan mereka.

Selain harga, pendapatan masyarakat juga memiliki pengaruh besar terhadap permintaan kepiting bakau. Seperti yang diungkapkan oleh Putri et al. (2020), peningkatan pendapatan berbanding lurus dengan konsumsi produk laut. Artinya, semakin tinggi pendapatan masyarakat, semakin besar pula kemungkinan mereka untuk membeli kepiting bakau. Di Desa Tanjung Rejo, sebagian besar masyarakat bergantung pada sektor pertanian dan perikanan sebagai sumber utama pendapatan. Oleh karena itu, musim panen dan momen-momen tertentu, seperti hari raya atau musim gaji, seringkali menjadi waktu-waktu puncak untuk permintaan kepiting. Pada periode-periode ini, masyarakat cenderung memiliki daya beli yang lebih tinggi, yang menyebabkan lonjakan permintaan terhadap komoditas perikanan, termasuk kepiting bakau.

Selera konsumen juga memainkan peran penting dalam menentukan permintaan terhadap kepiting bakau. Pratama dan Yuliani (2019) mengungkapkan bahwa pada musim liburan dan hari-hari besar, permintaan terhadap kepiting bakau seringkali mengalami lonjakan yang signifikan. Hal ini disebabkan oleh kebiasaan masyarakat yang mengonsumsi makanan laut, seperti kepiting, pada saat-saat spesial seperti acara keluarga, perayaan keagamaan, atau liburan. Selain itu, preferensi konsumen terhadap kualitas dan ukuran kepiting juga dapat memengaruhi permintaan. Nugroho dan Santoso (2022) menambahkan bahwa konsumen lebih cenderung memilih kepiting dengan kualitas yang lebih tinggi dan ukuran yang besar.

Oleh karena itu, para pelaku usaha perlu memahami preferensi pasar untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan mempertahankan permintaan yang stabil.

Distribusi juga memainkan peran yang sangat penting dalam menjaga kelancaran permintaan kepiting bakau, sebagaimana yang dijelaskan oleh Lestari (2021). Faktor distribusi ini mencakup ketersediaan sarana dan prasarana yang mendukung pengiriman kepiting bakau dari lokasi budidaya atau penangkapan ke pasar-pasar besar, baik di dalam maupun luar daerah. Tanpa adanya distribusi yang baik, permintaan kepiting bakau tidak akan bisa dipenuhi dengan optimal, terutama pada musim-musim puncak. Oleh karena itu, sistem distribusi yang efisien sangat penting untuk menjaga agar pasokan kepiting tetap tersedia dan dapat memenuhi permintaan yang tinggi dari konsumen. Keberadaan sarana distribusi yang baik ini juga menjadi faktor penentu dalam menjaga kualitas produk, terutama untuk menjaga kesegaran kepiting saat sampai di tangan konsumen.

Dengan demikian, permintaan kepiting bakau di Desa Tanjung Rejo, Kabupaten Deli Serdang dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling terkait, seperti harga, pendapatan, selera konsumen, serta faktor distribusi. Semua faktor ini perlu diperhatikan secara cermat oleh para pelaku usaha, baik nelayan, petani, pedagang, maupun pengepul kepiting bakau, agar dapat memenuhi permintaan pasar dengan cara yang efisien dan menguntungkan. Melalui pemahaman yang mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan, diharapkan sektor budidaya dan perikanan kepiting bakau di Desa Tanjung Rejo dapat terus berkembang dan memberikan dampak positif bagi perekonomian masyarakat setempat.

Rumusan Masalah

1. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kepiting bakau (*Scylla serrata*) di Desa Tanjung Rejo, Kabupaten Deli Serdang?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kepiting bakau di Desa Tanjung Rejo secara kualitatif.

Manfaat Penelitian

1. Memberikan informasi kepada nelayan dan pembudidaya tentang faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kepiting bakau.
2. Memberikan masukan kepada pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan pengembangan perikanan.
3. Menjadi referensi akademik bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan permintaan komoditas perikanan.

TINJAUAN PUSTAKA

Kepiting Bakau

Kepiting bakau (*Scylla serrata*) adalah salah satu jenis biota laut yang memiliki habitat utama di kawasan hutan mangrove. Kepiting ini memiliki nilai ekonomis tinggi karena permintaannya yang terus meningkat baik di pasar lokal maupun internasional. Menurut Fitriani (2019), permintaan pasar terhadap kepiting bakau menunjukkan tren positif, terutama dari sektor kuliner seperti restoran, hotel berbintang, dan pasar ekspor. Hal ini disebabkan oleh tingginya kandungan protein, tekstur daging yang lembut, serta rasanya yang khas dan lezat. Selain itu, kepiting bakau juga diyakini memiliki manfaat kesehatan, yang turut mendorong konsumsi masyarakat. Budidaya kepiting bakau menjadi alternatif usaha yang menjanjikan bagi masyarakat pesisir, termasuk di Desa Tanjung Rejo, Kabupaten Deli Serdang, yang memiliki potensi wilayah mangrove yang mendukung.

Landasan Teori

Permintaan merupakan sejumlah barang atau jasa yang dibeli konsumen pada berbagai tingkat harga dalam periode tertentu. Mankiw (2020) menyatakan bahwa permintaan sangat erat kaitannya dengan beberapa faktor utama, Harga, Selera Konsumen. Promosi. Ketika harga suatu produk menurun, maka permintaan terhadap produk tersebut cenderung meningkat, begitu pula sebaliknya. Selain itu, tingkat pendapatan juga memengaruhi daya beli konsumen; semakin tinggi pendapatan, semakin besar pula kemungkinan konsumen membeli produk seperti kepiting bakau yang tergolong barang konsumsi premium (Putri et al., 2020).

Selera atau preferensi yang dipengaruhi oleh budaya, tren kuliner, serta kesadaran akan gizi juga berperan dalam peningkatan permintaan. Ekspektasi terhadap kenaikan harga di masa depan bisa mendorong konsumen membeli dalam jumlah lebih besar di masa kini. Terakhir, jumlah konsumen juga mempengaruhi total permintaan di suatu wilayah. Semua faktor ini saling berinteraksi membentuk dinamika pasar permintaan terhadap kepiting bakau, khususnya di daerah pesisir seperti Tanjung Rejo (Sari, 2018).

Permintaan

Permintaan adalah jumlah barang dan jasa yang ingin dibeli konsumen pada berbagai tingkat harga dalam periode waktu tertentu (Sadono, 2020). Permintaan dalam konteks ekonomi merupakan salah satu elemen paling mendasar dalam kegiatan pasar, yang merefleksikan keinginan konsumen terhadap suatu produk dengan kemampuan daya beli yang dimilikinya. Dalam studi mikroekonomi, permintaan tidak hanya tergantung pada harga barang itu sendiri, tetapi juga pada faktor-faktor seperti pendapatan, preferensi konsumen, harga barang substitusi dan pelengkap, serta ekspektasi terhadap kondisi pasar di masa mendatang (Mankiw, 2016).

Menurut Harahap et al. (2019), permintaan terhadap produk perikanan seperti kepiting bakau juga sangat dipengaruhi oleh musim dan kondisi pasokan. Jika pasokan terbatas namun permintaan tetap tinggi, maka akan terjadi peningkatan harga yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa permintaan sangat erat kaitannya dengan dinamika pasar dan distribusi. Sementara itu, Tambunan (2017) menekankan bahwa selera konsumen yang terus berubah seiring dengan tren pasar turut

mempengaruhi permintaan, terutama pada komoditas yang bernilai ekonomi tinggi seperti kepiting bakau.

Dengan demikian, pemahaman terhadap konsep permintaan dan faktor-faktor yang memengaruhinya sangat penting dalam menyusun strategi pemasaran dan pengambilan keputusan usaha.

Faktor Permintaan

Faktor-faktor Permintaan Menurut Mankiw (2016), faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan meliputi: harga barang itu sendiri, Selera Konsumen, Promosi. Harga barang merupakan faktor utama yang paling langsung memengaruhi permintaan; semakin tinggi harga suatu barang, maka jumlah permintaan cenderung menurun, dan sebaliknya. Selain itu, harga barang substitusi juga berperan penting, karena jika harga barang substitusi turun, konsumen cenderung beralih, sehingga permintaan terhadap barang utama menurun (Sadono, 2020).

Pendapatan konsumen juga menjadi indikator penting dalam menentukan daya beli masyarakat. Ketika pendapatan meningkat, kemampuan konsumen untuk membeli barang juga meningkat, sehingga permintaan terhadap barang tersebut akan bertambah. Selera atau preferensi konsumen pun tidak kalah penting, karena tren, gaya hidup, dan budaya akan membentuk pola konsumsi masyarakat. Sebagaimana dijelaskan oleh Tambunan (2017), preferensi konsumen terhadap produk perikanan seperti kepiting bakau dapat dipengaruhi oleh peningkatan kesadaran gizi dan promosi produk.

Selanjutnya, ekspektasi konsumen terhadap kondisi masa depan seperti inflasi, ketersediaan barang, dan harga di masa depan juga dapat memengaruhi

keputusan pembelian saat ini (Harahap et al., 2019). Oleh karena itu, kelima faktor ini saling berinteraksi dalam membentuk kurva permintaan di pasar.

Analisis Usaha

Analisis usaha bertujuan untuk mengetahui kelayakan suatu usaha dari sisi ekonomi dan finansial (Sulistiyono, 2018). Dalam konteks usaha perikanan, analisis ini mencakup evaluasi terhadap biaya produksi, pendapatan, serta margin keuntungan yang diperoleh dari kegiatan usaha tersebut. Menurut Ramdhan (2021), analisis biaya dan keuntungan penting dilakukan untuk menilai potensi keberhasilan usaha perikanan, termasuk budidaya kepiting bakau yang kini menjadi salah satu komoditas andalan di wilayah pesisir.

Hasil kajian oleh Maulana (2022) menunjukkan bahwa margin keuntungan usaha kepiting bakau lebih tinggi dibandingkan dengan komoditas perikanan lain seperti bandeng atau udang windu. Hal ini disebabkan oleh harga jual yang relatif tinggi serta efisiensi produksi yang lebih baik, terutama jika dilakukan melalui sistem budidaya semi-intensif. Selain itu, Nurhidayat dan Lestari (2020) menambahkan bahwa tingginya permintaan pasar, baik domestik maupun ekspor, membuat usaha ini memiliki prospek jangka panjang yang menjanjikan.

Analisis usaha juga berfungsi sebagai alat pengambilan keputusan bagi pelaku usaha. Dengan melakukan perhitungan rasio antara biaya total dengan pendapatan yang dihasilkan, pelaku usaha dapat mengetahui apakah kegiatan yang dilakukan memberikan keuntungan atau justru menimbulkan kerugian. Siregar (2020) menekankan pentingnya efisiensi dalam penggunaan input produksi, seperti pakan dan tenaga kerja, untuk memaksimalkan profitabilitas. Oleh karena itu, analisis usaha

bukan hanya membantu mengukur kelayakan, tetapi juga memberikan arah dalam pengembangan strategi usaha yang lebih berkelanjutan dan kompetitif.

Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu memberikan wawasan penting terkait faktor-faktor yang memengaruhi permintaan terhadap produk perikanan, khususnya kepiting bakau. Dewi et al. (2020) dalam penelitiannya menemukan bahwa kualitas produk sangat memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli hasil laut. Semakin baik mutu produk yang ditawarkan, seperti kesegaran dan ukuran kepiting, semakin besar pula minat konsumen untuk membeli. Hal ini menjadi acuan penting bagi pelaku usaha dalam menjaga standar kualitas hasil tangkapan maupun budidaya.

Yulianto (2018) menyoroti peran distribusi yang efisien dalam memperluas jangkauan pasar produk perikanan. Distribusi yang tepat waktu dan meminimalisir kerusakan produk selama pengiriman menjadi aspek penting dalam mempertahankan daya saing produk laut, terutama yang memiliki nilai jual tinggi seperti kepiting bakau. Sistem logistik dan rantai dingin (cold chain) yang baik dinilai sangat mendukung peningkatan permintaan produk laut di pasar modern maupun tradisional.

Studi oleh Andini (2021) menambahkan bahwa promosi dan media sosial kini menjadi penentu penting dalam menarik minat konsumen terhadap produk laut. Platform digital seperti Instagram, Facebook, dan marketplace online telah menjadi media strategis dalam memperkenalkan produk-produk hasil perikanan kepada konsumen yang lebih luas. Strategi pemasaran digital ini memberikan keuntungan dalam membangun citra produk dan menjangkau konsumen potensial, khususnya generasi muda.

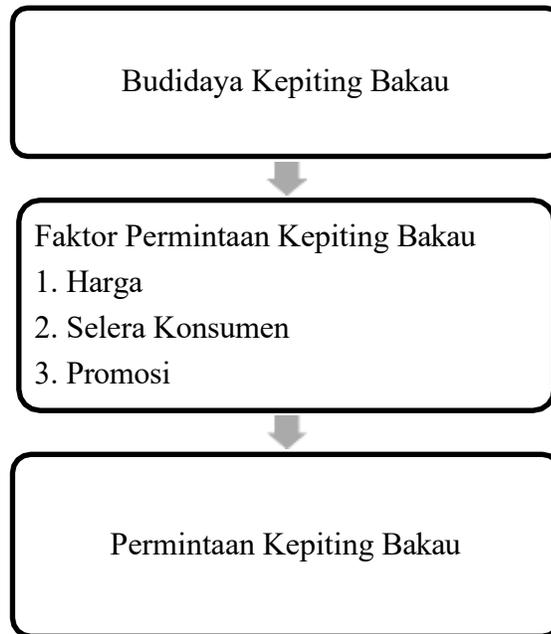
Selain itu, Wahyuni dan Sembiring (2021) dalam studi mereka menemukan bahwa preferensi konsumen terhadap kepiting bakau dipengaruhi oleh pengetahuan gizi dan kebiasaan konsumsi keluarga. Masyarakat yang memiliki kesadaran terhadap manfaat gizi lebih cenderung memilih produk laut berkualitas tinggi. Selanjutnya, Simanjuntak (2022) mencatat bahwa keberadaan infrastruktur penunjang seperti pasar ikan modern dan pelabuhan perikanan dapat meningkatkan efisiensi rantai pasok dan mendorong peningkatan permintaan.

Dengan demikian, temuan-temuan dari penelitian terdahulu menunjukkan bahwa permintaan kepiting bakau dipengaruhi oleh kombinasi faktor yang saling berkaitan, mulai dari kualitas produk, distribusi, promosi, preferensi konsumen, hingga infrastruktur pendukung. Hal ini menegaskan perlunya pendekatan terpadu dalam memahami dinamika permintaan dan menyusun strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing produk perikanan di pasar domestik maupun global.

Berdasarkan keterangan diatas secara sistematis kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:

Kerangka Berfikir:

Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran



Keterangan:

—————> = Menunjukkan pengaruh

Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran

Hipotesis Penelitian

Diduga bahwa harga, selera konsumen, dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat permintaan kepiting bakau (*Scylla serrata*) di Desa Tanjung Rejo, Kabupaten Deli Serdang.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Metode ini memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena sosial secara mendalam berdasarkan pandangan pelaku di lapangan. Pendekatan ini sangat relevan dalam menggali faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan produk perikanan. Menurut Moleong (2017), pendekatan kualitatif bertujuan untuk memahami makna, struktur, dan pola interaksi sosial yang terjadi secara alamiah.

Metode Penentuan Daerah Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Tanjung Rejo dipilih secara purposive karena dikenal sebagai salah satu sentra budidaya dan penangkapan kepiting bakau di Kabupaten Deli Serdang. Lokasi ini memiliki karakteristik geografis dan sosial yang mendukung kegiatan perikanan. Penelitian oleh Hasibuan (2021) mendukung bahwa daerah pesisir dengan ekosistem mangrove yang baik cenderung memiliki aktivitas budidaya kepiting yang lebih berkembang.

Metode Pengambilan Sampel

Sampel diambil dengan teknik purposive sampling, dengan mempertimbangkan pengalaman dan keterlibatan responden dalam aktivitas usaha kepiting bakau. Sampel terdiri dari nelayan, pembudidaya, pedagang, dan konsumen. Menurut Sugiyono (2021), purposive sampling efektif digunakan dalam penelitian kualitatif untuk memperoleh informasi dari informan kunci.

Metode Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Sumber data primer berasal dari responden, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen, jurnal, dan laporan instansi terkait (Sugiyono, 2021). Teknik triangulasi digunakan untuk memverifikasi keabsahan data (Creswell, 2016).

Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam dilakukan untuk menggali informasi langsung dari responden mengenai faktor-faktor yang memengaruhi permintaan kepiting bakau (*Scylla serrata*). Dalam wawancara ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan pertanyaan terbuka yang memungkinkan responden untuk memberikan jawaban yang lebih rinci dan mendalam. Tujuannya adalah untuk mendapatkan pandangan, pengalaman, serta persepsi dari pelaku usaha, konsumen, dan pihak lain yang terlibat dalam usaha perikanan kepiting bakau. Metode wawancara ini diharapkan dapat memberikan data yang lebih kaya dan mendalam mengenai faktor-faktor sosial, ekonomi, dan budaya yang mempengaruhi permintaan terhadap produk tersebut (Creswell, 2016).

Observasi Partisipatif

Observasi partisipatif digunakan untuk mengamati secara langsung kegiatan yang berlangsung di lapangan. Peneliti terlibat langsung dalam aktivitas yang dilakukan oleh pelaku usaha kepiting bakau, baik dalam proses penangkapan maupun budidaya. Observasi ini bertujuan untuk memahami kondisi nyata yang terjadi dalam usaha tersebut, termasuk interaksi antara pelaku usaha dan konsumen, serta faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan di pasar. Melalui pendekatan ini, peneliti

dapat memperoleh data yang bersifat deskriptif dan dapat memahami konteks lokal secara lebih mendalam. Metode observasi partisipatif memberikan kesempatan bagi peneliti untuk melihat secara langsung faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan produk perikanan di wilayah penelitian (Sugiyono, 2021).

Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengumpulkan berbagai jenis dokumen atau arsip yang relevan dengan penelitian. Dokumen ini bisa berupa catatan, foto, rekaman video, atau laporan yang mencerminkan kegiatan usaha kepiting bakau. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi informasi yang diperoleh melalui wawancara dan observasi, serta memberikan bukti tertulis atau visual yang dapat mendukung analisis data. Dengan menggunakan dokumentasi, peneliti dapat memperoleh informasi terkait dengan sejarah, kebijakan, serta peraturan yang mengatur industri perikanan, yang tidak dapat diungkapkan melalui wawancara atau observasi semata.

Sumber data

Data Primer: Responden Data primer diperoleh langsung dari responden yang terlibat dalam kegiatan usaha kepiting bakau, seperti pelaku usaha, konsumen, dan pihak-pihak terkait lainnya. Pemilihan responden dilakukan dengan teknik purposive sampling, yaitu memilih responden berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Responden diharapkan dapat memberikan informasi yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kepiting bakau, seperti harga, pendapatan, selera, dan preferensi konsumen. Data yang

diperoleh dari responden berupa wawancara dan informasi langsung mengenai kondisi pasar di Desa Tanjung Rejo, Kabupaten Deli Serdang.

Data Sekunder: Dokumen Data sekunder diperoleh dari berbagai dokumen yang berkaitan dengan usaha kepiting bakau dan industri perikanan secara umum. Dokumen ini bisa berupa laporan tahunan usaha, statistik perdagangan perikanan, atau catatan administratif dari pemerintah setempat yang memberikan informasi mengenai perkembangan dan kebijakan yang memengaruhi pasar kepiting bakau. Dokumen ini memberikan gambaran lebih luas mengenai kondisi pasar dan kebijakan yang ada di wilayah penelitian.

Data Sekunder: Jurnal Jurnal ilmiah yang membahas tentang permintaan pasar, ekonomi perikanan, dan komoditas perikanan lainnya juga digunakan sebagai sumber data sekunder. Jurnal ini memberikan landasan teori yang diperlukan untuk memahami dinamika permintaan di pasar perikanan. Artikel-artikel dalam jurnal tersebut juga memberikan wawasan empiris yang bisa digunakan untuk membandingkan hasil penelitian ini dengan studi-studi sebelumnya yang relevan dengan topik permintaan kepiting bakau.

Data Sekunder: Laporan Instansi Terkait Laporan dari instansi pemerintah atau lembaga terkait, seperti Dinas Perikanan Kabupaten Deli Serdang atau Badan Pusat Statistik (BPS), menjadi sumber penting dalam penelitian ini. Laporan-laporan ini berisi data resmi mengenai kebijakan, statistik

perdagangan, serta perkembangan pasar perikanan yang dapat membantu dalam memahami konteks lebih luas yang mempengaruhi permintaan kepiting bakau di wilayah tersebut. Laporan instansi ini memberikan informasi yang sah dan dapat diandalkan dalam mendukung analisis yang lebih mendalam.

Metode Analisis Data

Metode Analisis Data Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis tematik yang merupakan pendekatan dalam metode kualitatif untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan melaporkan pola (tema) dalam data. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk menggali makna mendalam dari data yang dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Tahapan analisis tematik dalam penelitian ini meliputi:

Reduksi Data

Pada tahap ini, peneliti menyaring dan merangkum data mentah yang diperoleh dari wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Proses ini bertujuan untuk mengeliminasi informasi yang tidak relevan dan memfokuskan hanya pada data yang memiliki keterkaitan langsung dengan tujuan dan rumusan masalah penelitian. Reduksi data melibatkan kegiatan membaca ulang transkrip wawancara, mencatat hal-hal penting, serta menandai tema atau pola yang berulang yang muncul dalam narasi informan.

Selain itu, peneliti mengelompokkan data berdasarkan kategori seperti faktor harga, pendapatan, selera, promosi, dan ketersediaan produk. Pengkodean dilakukan untuk menandai setiap bagian data yang relevan, baik secara manual maupun

menggunakan bantuan perangkat lunak kualitatif jika diperlukan. Dalam proses ini, penting bagi peneliti untuk bersikap objektif dan terbuka terhadap berbagai kemungkinan interpretasi, karena data kualitatif bersifat dinamis dan kontekstual.

Reduksi data juga mencakup proses refleksi kritis oleh peneliti terhadap makna yang terkandung dalam ucapan responden serta konteks sosial yang menyertainya. Hasil dari tahap ini menjadi dasar penting dalam menyusun penyajian data yang sistematis dan mendalam. Dengan demikian, reduksi data bukan hanya proses teknis, tetapi juga proses konseptual yang membantu membentuk arah analisis berikutnya.

Penyajian Data

Data yang telah direduksi kemudian disusun dan diorganisasi dalam bentuk narasi deskriptif, matriks kategori, serta tabel tematik guna memberikan gambaran yang sistematis dan komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kepiting bakau. Penyajian ini mencakup penjabaran temuan dari tiap kategori yang telah ditentukan, seperti faktor harga, pendapatan, selera, promosi, dan ketersediaan.

Dalam bentuk narasi, data disusun berdasarkan kutipan langsung dari informan yang mencerminkan pola-pola umum atau temuan penting yang muncul selama proses penelitian. Penyajian narasi ini juga dilengkapi dengan interpretasi peneliti untuk memberikan konteks terhadap ucapan responden. Matriks digunakan untuk menyajikan perbandingan temuan antar informan, sehingga memudahkan identifikasi konsistensi atau perbedaan pandangan.

Sementara itu, tabel tematik berfungsi sebagai alat bantu visual yang merangkum kategori utama dan sub-kategori data secara ringkas namun padat. Penyajian yang terstruktur ini bertujuan untuk memudahkan pembaca dalam memahami hasil penelitian serta membantu peneliti dalam proses penarikan kesimpulan. Dengan demikian, penyajian data menjadi tahapan penting dalam transformasi data mentah menjadi informasi bermakna.

Penarikan Kesimpulan

Pada tahap ini, peneliti menarik kesimpulan dari data yang telah dianalisis dan disajikan dalam bentuk tema-tema utama. Kesimpulan didasarkan pada pola-pola yang konsisten serta hubungan antara kategori yang ditemukan selama proses analisis. Peneliti mengidentifikasi makna yang terkandung dalam setiap tema dan mengaitkannya dengan tujuan serta rumusan masalah penelitian. Proses penarikan kesimpulan dilakukan secara hati-hati dan bertahap agar tidak terjadi kesalahan interpretasi.

Dekripsi Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kepiting bakau (*Scylla serrata*) di Desa Tanjung Rejo, Kabupaten Deli Serdang. Kepiting bakau merupakan salah satu komoditas unggulan perikanan yang bernilai ekonomis tinggi dan memiliki pasar yang luas, baik secara lokal maupun ekspor. Oleh karena itu, pemahaman mengenai dinamika permintaan sangat penting bagi pelaku usaha agar dapat menyesuaikan strategi produksi dan pemasaran secara optimal.

budidaya kepiting bakau

Yang merupakan kegiatan andalan sebagian besar masyarakat di desa tersebut. Budidaya ini melibatkan proses pemeliharaan di tambak, pemilihan bibit berkualitas, serta perawatan lingkungan hidup seperti kawasan mangrove yang menjadi habitat alami kepiting. Keberhasilan budidaya turut memengaruhi stabilitas pasokan dan berpotensi memengaruhi permintaan pasar.

Harga

Harga merupakan salah satu faktor penting yang sangat memengaruhi perilaku konsumen dalam membeli produk kepiting bakau. Ketika harga mengalami kenaikan, konsumen cenderung mengurangi jumlah pembelian, sedangkan harga yang kompetitif dapat mendorong peningkatan permintaan. Sebagaimana dijelaskan oleh Pratama dan Yuliani (2019), fluktuasi harga produk laut yang dipengaruhi musim dan ketersediaan stok memberikan dampak langsung terhadap kestabilan pasar. Oleh karena itu, stabilitas harga menjadi perhatian utama dalam mendukung kelancaran distribusi dan pertumbuhan usaha kepiting bakau. Keseimbangan antara harga dan kualitas produk menjadi strategi penting dalam menjaga loyalitas konsumen.

Selera Konsumen

Selera konsumen juga menjadi variabel penting dalam membentuk permintaan pasar. Konsumen yang memiliki preferensi terhadap makanan laut cenderung lebih memilih produk yang berkualitas, segar, dan memiliki nilai gizi tinggi. Menurut Dewi et al. (2020), peningkatan pengetahuan masyarakat tentang manfaat gizi makanan laut turut mengubah pola konsumsi, sehingga preferensi terhadap kepiting bakau meningkat. Selera ini juga dipengaruhi oleh promosi kuliner, tren gaya hidup sehat,

serta rekomendasi dari media sosial yang memperluas jangkauan konsumen potensial. Oleh karena itu, memahami perilaku dan karakteristik konsumen menjadi kunci dalam menyusun strategi pemasaran yang efektif.

Promosi

Promosi memegang peran sentral dalam memperkenalkan dan membentuk citra produk kepiting bakau di benak konsumen. Media sosial, platform digital, dan kegiatan promosi lokal seperti festival makanan laut atau branding produk UMKM merupakan sarana efektif untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Andini (2021) menyebutkan bahwa strategi promosi berbasis media sosial dapat meningkatkan visibilitas produk perikanan secara signifikan. Melalui promosi yang tepat, konsumen tidak hanya tertarik membeli, tetapi juga memperoleh edukasi mengenai kualitas, keamanan, dan keberlanjutan produk kepiting bakau. Dengan demikian, promosi yang terencana menjadi faktor penting dalam memengaruhi permintaan dan daya saing produk lokal. Upaya promosi yang kreatif dan berkelanjutan akan membantu pelaku usaha menciptakan hubungan emosional dengan konsumen serta memperluas penetrasi pasar.

Defenisi dan Batasan Operasional

Adapun defenisi dalam penelitian ini ditentukan sebagai berikut:

1. **Permintaan** dalam konteks penelitian ini diartikan sebagai keinginan dan kemampuan konsumen untuk membeli kepiting bakau dalam jumlah dan harga tertentu di Desa Tanjung Rejo dalam kurun waktu tertentu, berdasarkan persepsi dan pengalaman para pelaku usaha lokal.

2. **Harga** merujuk pada nilai jual kepiting bakau yang ditetapkan oleh pelaku usaha (pedagang, pengepul) yang dapat berubah tergantung pada musim, ukuran, dan kondisi pasar lokal maupun luar daerah.
3. **Promosi** dalam penelitian ini terbatas pada aktivitas penyebaran informasi produk oleh pelaku usaha melalui media sosial, komunikasi dari mulut ke mulut, atau strategi lain yang digunakan untuk menarik pembeli, baik dari dalam maupun luar desa.

Adapun batasan dari penelitian ini adalah:

1. Penelitian dilakukan di Desa Tanjung Rejo
2. Penelitian ini mengkaji tentang faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kepiting bakau

DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN

Letak Geografis dan Batas-batas Wilayah

Tanjung Rejo berjarak 15 km dari lokasi Ibu kota Kecamatan Percut Sei Tuan dan 42,3 Km dari Ibu kota Kabupaten Deli Serdang. Letak Geografis Desa Tanjung Rejo yaitu 3°69 lintang utara dan 98°74 bujur timur. Desa Tanjung Rejo berada diantara 0 sampai 7 mdpl dengan luas wilayah 19 km². Desa Tanjung Rejo terbagi dalam 13 dusun. Berikut batas-batas wilayah dari desa Tanjung Rejo. (Dapat dilihat pada Lampiran 1) adalah sebagai berikut:

1. Sebelah Utara Berbatasan dengan Selat Malaka
2. Sebelah Selatan Berbatasan dengan Desa Saentis
3. Sebelah Timur Berbatasan dengan Desa Percut
4. Sebelah Barat Berbatasan dengan Desa Tanjung Selamat

Keadaan Iklim

Iklim di Desa Tanjung Rejo merupakan iklim tropis dengan dua musim yaitu musim Kemarau dan musim penghujan, di Desa Tanjung Rejo tingginya curah hujan 2,431 mm/ tahun. iklim merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap perkembangan dan produksi budidaya perikanan.

Keadaan Penduduk

Penduduk adalah semua orang yang berdomisili diwilayah tertentu selama 6 bulan atau lebih atau mereka yang berdomisili kurang dari 6 bulan dengan tujuan menetap diwilayah tersebut.

Penduduk berdasarkan jenis kelamin

Keadaan jumlah penduduk dilihat dari jenis kelamin digunakan untuk mengelompokan jumlah dari penduduk laki-laki dan jumlah dari penduduk perempuan disuatu wilayah. berikut ini keadaan jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin di Desa Tanjung Rejo adalah sebagai berikut:

Table 1. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin.

No	Jenis kelamin	Jumlah (jiwa)
1.	Laki laki	5.776
2.	Perempuan	5.450
	Total	11.226

Sumber: BPS Kecamatan Percut Sei Tuan 2019.

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah penduduk di Desa Tanjung Rejo terbesar adalah jumlah penduduk dengan jenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 5.776 jiwa sementara untuk jenis kelamin perempuan sebanyak 5.450 jiwa.

Penduduk Berdasarkan Pekerjaan

Penduduk di Desa Tanjung Rejo memiliki pekerjaan yang beragam, Berikut jumlah penduduk menurut pekerjaan di Desa Tanjung Rejo, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang 2019.

Tabel 2. Penduduk di desa Tanjung Rejo berdasarkan pekerjaan

Jenis pekerjaan	Jumlah orang
PNS/TNI/POLRI	46
Pertanian	2.333
Perdagangan	168
Angkutan	23
Industri rumah tangga	26
Jasa masyarakat	98
Total	2.694

Sumber: BPS Kecamatan Percut Sei Tuan 2019

Keadaan Sarana dan Prasarana

Kondisi jalan di Desa Tanjung Rejo, hanya jalan poros yang sudah diaspal dan sebagian lagi belum diaspal. Kondisi jalan menuju lokasi penelitian tidak begitu baik dikarenakan banyak lubang dan genangan air. Jalan yang belum diaspal akan sulit dilalui apalagi disaat musim penghujan tiba, jalan didaerah dalam Desa akan licin serta berlumpur, bahkan tergenang dengan air. Di desa Tanjung Rejo tidak ada angkutan umum yang keluar maupun masuk sehingga akan menyulitkan warga yang tidak mempunyai kendaraan.

Table 3. Sarana dan Prasarana di desa Tanjung Rejo

No	Jenis Sarana dan Prasarana	Jumlah/unit
1.	Sarana rumah ibadah	
	Masjid	6
	Musholla	14
	Gereja	2
2.	Sarana pendidikan	
	Paud	1
	Tk	2
	Sd	3
	Sm	1
	p	-
	Sma	
3.	Sarana kesehatan	
	Puskesmas	1
	Posyandu	6
4.	Sarana olah raga	
	Lapangan bola	1
Total :		35

Sumber: BPS Kecamatan Percut Sei Tuan 2019.

Seluruh sarana dan prasarana yang dibangun pemerintah bertujuan untuk memenuhi kebutuhan tidak hanya petani tetapi untuk semua penduduk di Desa Tanjung Rejo. Sarana dan prasarana juga menunjang segala kegiatan yang ada dimasyarakat sehingga masyarakat setempat memanfaatkan fasilitas tersebut untuk meningkatkan kualitas dalam dirinya.

Karakteristik Sampel

Sampel merupakan komponen yang paling penting dalam sebuah penelitian. Karakteristik sampel harus sesuai dengan tujuan penulisan sebuah penelitian. Sesuai dengan judul maka yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah para pengusaha pembesaran kepiting bakau yang berjumlah 19 orang. Dari keseluruhan sampel yang berjumlah 19 orang ditentukan secara sensus.

Berdasarkan wawancara penulis dapat diketahui bahwa luas tambak pengusaha pembesaran kepiting bakau dari keseluruhan sampel adalah 23.5Ha dengan rata-rata luas usaha sebesar 1.23 Ha.

Karakteristik sampel penelitian dibedakan berdasarkan jenjang pendidikan, usia, Luas Lahan. Penulis akan menjabarkan keseluruhan karakteristik sampel penelitian tersebut satu persatu.

1. Jenjang pendidikan

Karakteristik sampel penelitian berdasarkan jenjang pendidikan dibedakan menjadi 3. Untuk lebih jelasnya datanya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4. Distribusi Sampel Penelitian Berdasarkan jenjang Pendidikan

No	Jenjang Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	SD	2	10,52
2	SMP	4	21,40
3	SMA	13	68,08
Total		19	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui jenjang pendidikan sampel penelitian

yang paling banyak yaitu jenjang pendidikan SMA sebanyak 13 orang. Sementara untuk jenjang pendidikan SD sebanyak 2 orang atau 10,52% dari total keseluruhan sampel. Dari data tersebut dapat di artikan bahwa rata-rata pendidikan petambak kepiting bakau di daerah penelitian adalah tingkat SMA.

2. Usia

Karakteristik sampel penelitian berdasarkan rentang usia dapat dibedakan seperti yang terdapat pada tabel berikut ini.

Tabel 5. Distribusi Sampel Penelitian Berdasarkan Usia

No	Rentang Usia (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	30-40	6	31,57
2	41-51	6	31,57
3	> 52	7	36,86
Jumlah		19	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan data yang ada pada Tabel 5 dapat diketahui bahwa jumlah sampel penelitian yang terbanyak berada pada rentang usia >52 tahun, yakni 7 orang atau 36,86% dari keseluruhan jumlah sampel. Rata-rata usia sampel dalam penelitian ini adalah selama 47 tahun, hal ini mengindikasikan bahwa para petambak kepiting bakau di daerah penelitian masih tergolong kepada usia produktif.

3. Luas Lahan

Karakteristik sampel berdasarkan Luas tambak yang dimiliki dapat dibedakan seperti yang terdapat pada tabel berikut.

Tabel 6. Jumlah Luas Lahan Responden

No	Luas Lahan (Ha)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	0,5-1,5	17	89,47
2	1,6-2,5	2	10,52
	Jumlah	19	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan data yang ada pada Tabel 6 dapat diketahui bahwa jumlah sampel penelitian yang terbanyak memiliki Luas lahan 0,5-1,5 Ha, yakni 17 orang atau 89,47 % dari keseluruhan jumlah sampel. Rata-rata penguasaan luas tambak untuk budidaya pembesaran kepiting bakau di daerah penelitian adalah seluas 1,23 Ha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui wawancara dan dokumentasi langsung di lapangan untuk menemukan hasil dari penelitian. Peneliti melakukan wawancara dengan narasumber mengenai “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Kepiting Bakau (*Scylla Serrata*) Di Desa Tanjung Rejo Kabupaten Deli Serdang”. Data yang dihasilkan oleh peneliti berdasarkan hasil wawancara langsung atau pertemuan tatap muka dengan informan. Peneliti melakukan wawancara dan memberikan pertanyaan sebanyak 10 pertanyaan ke 3 orang informan. Selain menggunakan metode wawancara, peneliti juga lebih dahulu melakukan observasi lapangan serta dokumentasi data yang diperoleh oleh peneliti lebih efektif.

Profil Informan

Tabel 7. Profil Informan

No	Nama Informan	Usia	Kategori
1	Bapak Sukiran	53 Tahun	Penjual
2	Ibu Sumastri	40 Tahun	Penjual
3	Abang dwi	28 Tahun	Penjual

Sumber: Hasil Penelitian 2025

Hasil Wawancara dan Pembahasan Dengan Informan

Harga (*Price*)

Harga merupakan salah satu faktor paling dominan yang mempengaruhi permintaan kepiting bakau di Desa Tanjung Rejo. Dari hasil wawancara dengan para informan, terlihat bahwa fluktuasi harga sangat memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli, baik untuk konsumsi rumah tangga maupun untuk usaha kuliner dan penjualan ulang. Sejalan dengan temuan Suprpto dan Hidayat (2020) dalam *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, yang menyatakan bahwa perubahan harga komoditas perikanan berdampak langsung terhadap kuantitas permintaan, terutama di daerah dengan pendapatan menengah ke bawah.

Narasumber pertama, Bapak Sukiran, seorang pengepul kepiting bakau yang telah berpengalaman lebih dari satu dekade, menjelaskan bahwa harga kepiting sangat bergantung pada musim. Pada musim panen, ketika tangkapan nelayan melimpah, harga kepiting hidup berkisar antara Rp 80.000 hingga Rp 100.000 per kilogram. Namun, saat musim paceklik, di mana pasokan menurun, harga bisa melonjak hingga Rp 130.000 per kilogram “*Kalau lagi banyak tangkapan, saya bisa jual di harga Rp 90 ribu per kilo. Tapi kalau lagi susah dapat, harganya bisa naik sampai Rp 130 ribu. Pembeli biasanya langsung sepi kalau harga segitu*” (Bapak Sukiran, 10 April 2025)

Kondisi ini menunjukkan bahwa saat harga naik tajam, permintaan menurun secara signifikan karena daya beli konsumen tidak mampu mengimbangi. Penelitian Rachmawati dan Budi (2019) dalam *Jurnal Agribisnis Pesisir* juga memperkuat bahwa harga komoditas laut bersifat elastis terhadap permintaan, artinya kenaikan

harga sedikit saja bisa menurunkan volume permintaan secara tajam, terutama pada sektor non-industri.

Narasumber kedua, Ibu Sumastri, pemilik rumah makan yang menyajikan menu kepiting bakau, mengungkapkan bahwa fluktuasi harga sangat berpengaruh terhadap strategi bisnisnya. Ia biasanya membeli kepiting dalam jumlah terbatas dengan harga rata-rata Rp 85.000 – Rp 95.000 per kilogram. Namun saat harga naik di atas Rp 100.000, ia harus menyesuaikan porsi sajian agar tetap mendapatkan keuntungan tanpa kehilangan pelanggan.

“Kalau harga lagi tinggi, saya akalin porsinya. Kadang dikurangi sedikit, tapi tetap saya jaga rasa. Soalnya pelanggan nggak mau kalau harga naik terlalu jauh” (Ibu Sumastri, 11 April 2025).

Strategi adaptif seperti ini mencerminkan bahwa pelaku usaha kuliner harus cermat membaca situasi pasar. Menurut Herlina dan Setyawati (2021) dalam *Jurnal Bisnis Kuliner dan Inovasi*, pelaku usaha kuliner dihadapkan pada dilema antara mempertahankan margin keuntungan dan menjaga kepuasan pelanggan, terutama saat harga bahan baku utama mengalami lonjakan.

Narasumber ketiga, Abang Dwi, seorang penjual kepiting secara online, juga merasakan dampak langsung dari perubahan harga. Ia biasa menjual kepiting hidup ukuran sedang seharga Rp 85.000 per kilogram, dan ukuran besar di kisaran Rp 100.000 – Rp 120.000 per kilogram. Untuk menyiasati penurunan permintaan saat harga tinggi, ia sering menawarkan promosi seperti diskon pembelian kedua, atau gratis ongkir untuk pelanggan tertentu *“Kalau harga mahal, saya kasih promo atau*

diskon. Konsumen online sensitif banget soal harga. Jadi harus pintar menarik perhatian mereka” (Abang Dwi, 12 April 2025)

Dalam konteks penjualan daring, fleksibilitas harga dan promosi merupakan taktik utama dalam mempertahankan volume penjualan. Hal ini sejalan dengan kajian Putri & Nugroho (2020) dalam *Jurnal E-Commerce Nusantara*, yang menyatakan bahwa konsumen digital sangat responsif terhadap perubahan harga dan insentif promosi, terutama pada produk segar seperti hasil laut.

Dari ketiga informan tersebut, dapat disimpulkan bahwa harga sangat menentukan permintaan. Konsumen cenderung akan mengurangi pembelian atau menunda transaksi saat harga naik. Oleh karena itu, strategi harga, fleksibilitas dalam penjualan, dan pemahaman terhadap daya beli pasar menjadi kunci dalam mempertahankan permintaan kepiting bakau, baik secara offline maupun online. Kesimpulan ini diperkuat oleh Teori Permintaan Marshallian, yang menyatakan bahwa ketika harga naik, kuantitas permintaan cenderung menurun, dengan tingkat elastisitas tergantung pada substitusi dan preferensi konsumen.

Selera Konsumen (*Consumer Tastes*)

Selera konsumen merupakan aspek penting yang berperan besar dalam menentukan tingkat permintaan terhadap kepiting bakau di Desa Tanjung Rejo. Preferensi ini bersifat subjektif, namun memiliki dampak yang sangat nyata dalam praktik pembelian. Selera mencakup berbagai elemen, mulai dari kualitas dan ukuran kepiting, jenis kelamin (jantan atau betina), rasa dan gaya pengolahan masakan, hingga tampilan visual produk, terutama dalam transaksi daring. Keberhasilan pelaku usaha dalam memahami dan memenuhi selera konsumen menjadi salah satu kunci

dalam mempertahankan dan meningkatkan permintaan. Hal ini sejalan dengan pendapat Kotler & Keller (2016) dalam *Marketing Management*, bahwa pemahaman terhadap keinginan konsumen secara mendalam adalah fondasi utama dalam menciptakan keunggulan kompetitif.

Hasil wawancara Narasumber pertama dengan Bapak Sukiran, seorang pengepul kepiting yang telah lama beroperasi di kawasan Tanjung Rejo, menunjukkan bahwa konsumen saat ini semakin kritis dan memiliki tuntutan kualitas yang tinggi. Ia menyebut bahwa tren pembeli mulai bergeser dari yang sebelumnya hanya mempertimbangkan ukuran, kini lebih fokus pada kesegaran dan jenis kelamin kepiting “*Mereka sekarang lebih pilih kepiting betina, soalnya ada telurnya. Terus yang penting dagingnya padat dan masih hidup, itu yang paling dicari*” (bapak sukiran, 10 April 2025).

Permintaan terhadap kepiting betina semakin tinggi karena adanya persepsi bahwa kepiting betina memiliki cita rasa yang lebih gurih serta kandungan telur yang memperkaya nilai gizi. Selain itu, kesegaran dan kepadatan daging menjadi indikator utama kualitas, terutama untuk konsumsi langsung. Hal ini diperkuat oleh temuan Sari et al. (2022) dalam *Jurnal Ilmu Perikanan dan Kelautan Tropis*, yang menyatakan bahwa karakteristik biologis dan kesegaran hasil laut sangat memengaruhi keputusan pembelian konsumen di pasar lokal.

Berbeda dengan pengepul Narasumber kedua, Ibu Sumastri, seorang pemilik rumah makan lokal, lebih menyoroti pentingnya selera masyarakat terhadap olahan kepiting. Ia menyatakan bahwa pelanggan lebih menyukai kepiting dengan rasa yang kuat dan khas, seperti saus Padang dan lada hitam “*Pelanggan saya suka yang pedas*

dan gurih, jadi saya sering pakai bumbu saus Padang atau lada hitam. Mereka datang lagi kalau cocok di lidah.” (Ibu Sumastri, 11 April 2025)

Rasa yang sesuai dengan lidah lokal dianggap sebagai faktor penentu loyalitas pelanggan. Dalam konteks ini, kualitas pengolahan memegang peranan sama pentingnya dengan kualitas bahan baku. Menurut Fauziah dan Astuti (2020) dalam *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, adaptasi cita rasa lokal merupakan strategi efektif dalam memperkuat posisi produk makanan di pasar tradisional maupun modern.

Sementara itu Narasumber ketiga, Abang Dwi, seorang pelaku usaha penjualan online, menekankan pentingnya penampilan visual produk dalam memengaruhi persepsi selera konsumen. Dalam praktik pemasaran digital, kesan pertama menjadi sangat penting, dan foto produk yang menarik dapat membentuk persepsi awal yang positif. *“Saya fotokan kepingnya yang besar dan segar. Kalau tampilannya meyakinkan, orang langsung pesan. Apalagi kalau ada review bagus(Abang dwi, 12 April 2025)*

Menurutnya, elemen visual seperti warna cangkang, ukuran keping, dan ulasan pelanggan sebelumnya menjadi daya tarik utama, bahkan sebelum calon pembeli mencicipinya secara langsung. Hal ini sesuai dengan penelitian Rahmawati & Ananda (2021) dalam *Jurnal E-Bisnis*, yang menunjukkan bahwa tampilan visual produk di media sosial berperan besar dalam memengaruhi keputusan pembelian, terutama di sektor makanan dan minuman.

Dari ketiga narasumber dapat disimpulkan bahwa selera konsumen memiliki pengaruh signifikan terhadap permintaan keping bakau di Desa Tanjung Rejo. Selera ini bersifat kompleks dan multidimensi, mencakup aspek fisik produk, metode

pengolahan, serta persepsi visual dan emosional terhadap kualitas. Oleh karena itu, pelaku usaha diharapkan mampu memahami karakteristik pasar dan secara fleksibel menyesuaikan strategi penawaran dengan perubahan preferensi konsumen yang dinamis.

Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan elemen penting dalam pemasaran yang berfungsi sebagai jembatan komunikasi antara produsen dan konsumen. Tujuan utama dari promosi adalah untuk menyampaikan informasi, mempengaruhi sikap, dan mendorong tindakan pembelian dari konsumen. di Desa Tanjung Rejo, strategi promosi dalam pemasaran kepiting bakau masih bersifat sederhana dan konvensional. Namun demikian, potensinya terhadap peningkatan permintaan cukup besar, terlebih dengan keterlibatan generasi muda yang mulai mengadopsi pendekatan digital.

Narasumber pertama Bapak Sukiran, sebagai pelaku usaha tradisional, masih mengandalkan sistem promosi dari mulut ke mulut. Ia menjual kepiting bakau kepada pelanggan tetap yang kemudian menyebarkan informasi secara informal ke keluarga, teman, dan tetangga. *"Saya biasanya mengandalkan pembeli tetap. Mereka kasih tahu ke keluarga atau tetangga. Jadi lebih ke promosi mulut ke mulut."* (Wawancara, 10 April 2025)

Promosi jenis ini memang terbukti efektif dalam komunitas kecil yang memiliki hubungan sosial erat. Menurut Kotler & Keller (2016) dalam jurnal *Principles of Marketing*, word-of-mouth atau promosi dari mulut ke mulut merupakan salah satu bentuk promosi paling berpengaruh karena didasarkan pada kepercayaan personal yang tinggi antarkonsumen.

Sementara itu Narasumber kedua, Ibu Sumastri, pemilik warung makan, telah memulai langkah sederhana dalam memanfaatkan media sosial, meskipun masih terbatas pada lingkup pribadi. Ia sesekali mengunggah foto menu olahan kepiting ke status WhatsApp untuk menarik perhatian pelanggan. "*Kadang saya pasang foto makanan di status WA. Kalau ada yang tanya, baru saya jawab. Belum pernah promosi besar-besaran.*" (Wawancara, 11 April 2025)

Strategi ini masuk dalam kategori promosi pasif, di mana produsen hanya menunggu respons dari konsumen. Menurut penelitian oleh Rohmah & Rahayu (2021) dalam jurnal *JMM (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan)*, penggunaan media sosial meskipun terbatas, dapat meningkatkan visibilitas usaha mikro dan memperluas jangkauan pemasaran dengan biaya yang rendah.

Berbeda dari dua pelaku sebelumnya, Narasumber ketiga, Abang Dwi mewakili pelaku usaha generasi muda yang secara aktif menerapkan strategi promosi digital melalui berbagai platform media sosial. Ia menggunakan Facebook, Instagram, hingga grup jual beli online untuk memasarkan produk kepiting bakau secara visual dan interaktif. "*Saya promosi lewat Facebook, Instagram, dan grup jual beli. Saya buat konten, kasih testimoni pelanggan, terus sering adain promo mingguan. Itu bikin pelanggan makin banyak.*" (Wawancara, 12 April 2025)

Strategi yang diterapkan oleh Abang Dwi sejalan dengan hasil penelitian Putri & Ramadhani (2020) dalam *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, yang menyatakan bahwa promosi digital dapat memperluas pasar dan meningkatkan minat beli konsumen, terutama bila dikombinasikan dengan testimoni dan diskon berkala.

Promosi digital terbukti mampu memberikan dampak signifikan terhadap pertumbuhan permintaan, karena mampu menjangkau konsumen dalam skala yang lebih luas dan efisien. Informasi mengenai produk, harga, kualitas, dan layanan dapat disampaikan secara cepat, tepat, dan menarik. Media sosial juga memungkinkan terjadinya interaksi dua arah, sehingga produsen bisa memahami kebutuhan pasar secara lebih mendalam.

Dari ketiga informan dapat disimpulkan bahwa bentuk dan intensitas promosi sangat mempengaruhi daya tarik produk di mata konsumen. Pelaku usaha yang mampu memanfaatkan media promosi secara strategis, terutama promosi digital, cenderung memiliki potensi permintaan yang lebih tinggi. Peningkatan kapasitas promosi, baik dari sisi pengetahuan digital maupun kreativitas konten, menjadi salah satu kunci untuk memajukan industri kepiting bakau di Desa Tanjung Rejo.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dengan mempertimbangkan hasil wawancara dengan informan yang telah dilakukan, kesimpulan yang bisa ditarik dari penelitian ini adalah sebagai berikut: Penelitian ini mengidentifikasi beberapa faktor utama yang mempengaruhi permintaan kepiting bakau di Desa Tanjung Rejo, Kabupaten Deli Serdang. Faktor-faktor tersebut meliputi harga, selera konsumen, dan promosi. Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen; fluktuasi harga dapat secara langsung mempengaruhi tingkat permintaan kepiting bakau di pasar. Konsumen juga menunjukkan preferensi yang kuat terhadap produk laut yang berkualitas dan memiliki nilai gizi tinggi, yang pada gilirannya membentuk pola permintaan.

Selain itu, promosi melalui media sosial dan platform digital memainkan peran penting dalam memperkenalkan produk kepiting bakau kepada khalayak yang lebih luas dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dengan demikian, pemahaman yang komprehensif tentang dinamika faktor-faktor ini esensial bagi para pelaku usaha di Desa Tanjung Rejo untuk mengoptimalkan strategi produksi dan pemasaran mereka, serta untuk mendukung pengembangan sektor perikanan kepiting bakau secara berkelanjutan.

Saran

Dengan mempertimbangkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian yang telah disampaikan, saran berikut dapat diberikan kepada pihak terkait dalam

penelitian ini, yaitu:

Penelitian ini menyarankan agar pelaku usaha perikanan kepiting bakau memperhatikan faktor-faktor seperti harga yang kompetitif, kualitas produk, preferensi konsumen, dan strategi promosi yang efektif. Pemerintah daerah diharapkan dapat merumuskan kebijakan yang mendukung pengembangan perikanan kepiting bakau, termasuk stabilitas harga dan perbaikan infrastruktur distribusi. Penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan faktor yang diteliti atau membandingkan dengan komoditas perikanan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Andini, R. (2021). *Pengaruh Promosi Digital terhadap Minat Beli Produk Perikanan*. *Jurnal Ekonomi Digital*, 5(2), 34–45.
- Andini, R. (2021). Strategi Pemasaran Produk Perikanan melalui Media Sosial. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 6(2), 123–135.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran* (Edisi ke-4). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dewi, A. N., Susanti, L., & Ramli, H. (2020). *Kualitas Produk dan Keputusan Konsumen dalam Pembelian Produk Laut di Pasar Tradisional*. *Jurnal Agribisnis Kelautan*, 8(3), 112–121.
- Dewi, N., Wulandari, S., & Prasetyo, R. (2020). Preferensi Konsumen Terhadap Produk Laut di Wilayah Pesisir. *Jurnal Perikanan dan Kelautan Tropis*, 8(1), 45–53
- Fitriani, M. (2019). *Tren Permintaan Kepiting Bakau di Pasar Lokal dan Internasional*. *Jurnal Perikanan Tropis*, 7(1), 21–30.
- Harahap, R., Sembiring, T., & Yusuf, A. (2019). *Analisis Musiman dalam Permintaan Produk Perikanan*. *Jurnal Ekonomi Perikanan*, 11(1), 77–89.
- Hasibuan, R. (2021). *Pengaruh Ekosistem Mangrove terhadap Pengembangan Budidaya Kepiting Bakau di Wilayah Pesisir*. *Jurnal Ilmu Perikanan dan Kelautan*, 13(2), 145–153.
- Lestari, R. (2021). *Distribusi Hasil Perikanan dan Dampaknya terhadap Stabilitas Pasokan di Wilayah Pesisir*. *Jurnal Sosial Maritim*, 9(1), 55–67.

- Mankiw, N. G. (2016). *Principles of Economics* (7th ed.). Cengage Learning.
- Mankiw, N. G. (2020). *Pengantar Ekonomi Mikro* (Edisi Terjemahan). Jakarta: Salemba Empat.
- Maulana, F. (2022). *Analisis Kelayakan Usaha Budidaya Kepiting Bakau Sistem Semi-Intensif*. *Jurnal Bisnis Perikanan*, 6(2), 94–105.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nugroho, A., & Santoso, F. (2022). *Preferensi Konsumen terhadap Ukuran dan Kualitas Kepiting Bakau di Pasar Tradisional dan Modern*. *Jurnal Agribisnis Pesisir*, 14(3), 144–158.
- Nurhidayat, S. & Lestari, D. (2020). *Prospek Ekspor Komoditas Kepiting Bakau di Wilayah Pesisir Indonesia*. *Jurnal Maritim dan Perdagangan*, 9(2), 56–67.
- Pratama, R., & Yuliani, D. (2019). *Pola Konsumsi Produk Laut pada Musim Liburan dan Hari Besar*. *Jurnal Ekonomi Maritim Indonesia*, 7(2), 89–97.
- Putri, A., Siregar, D., & Hasanah, M. (2020). *Hubungan Pendapatan Masyarakat dengan Tingkat Konsumsi Produk Laut di Sumatera Utara*. *Jurnal Perikanan Tropis*, 12(1), 23–30.
- Ramadhan, M. (2021). *Evaluasi Ekonomi Usaha Perikanan: Studi Kasus Budidaya Kepiting Bakau*. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, 15(2), 66–74.
- Sadono, S. (2020). *Dasar-Dasar Ilmu Ekonomi Mikro*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sari, N. (2018). *Analisis Pengaruh Harga terhadap Permintaan Komoditas Perikanan di Pasar Tradisional*. *Jurnal Ekonomi Perikanan*, 6(2), 101–110.

- Simanjuntak, H. (2022). *Peran Infrastruktur Perikanan dalam Rantai Pasok Produk Laut di Sumatera Utara*. *Jurnal Riset Maritim*, 10(1), 48–57.
- Siregar, Y. (2020). *Efisiensi Input Produksi dalam Budidaya Kepiting Bakau*. *Jurnal Manajemen Usaha Perikanan*, 4(1), 25–33.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyono, B. (2018). *Analisis Kelayakan Usaha Mikro di Sektor Perikanan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Tambunan, T. (2017). *Perkembangan Permintaan Komoditas Perikanan dan Dinamika Selera Konsumen*. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 18(3), 201–210.
- Wahyuni, S. & Sembiring, D. (2021). *Faktor Sosial dalam Preferensi Konsumen terhadap Produk Perikanan*. *Jurnal Sosiologi Maritim*, 5(2), 83–91.
- Yulianto, R. (2018). *Efisiensi Distribusi Produk Perikanan dalam Rantai Pasok Lokal*. *Jurnal Logistik dan Agribisnis*, 6(1), 39–50.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Laporan Akhir

**SUB LAPORAN AKHIR
PROGRAM Penguatan Kapasitas Organisasi
KEMAHASIWAAN (PPK ORMAWA)**

*Empowering Maritime Potential Melalui Six Flagship Programs dan
Pengembangan Ekosistem Mangrove Berkelanjutan Menuju Desa Mandiri di
Desa Tanjung Rejo*



Oleh:

Mhd. Dicky Pranata	(2104300064) – 2021)
Muhammad Alfin Purba	(2104300072) – 2021)
Rafli Gunawan	(2104300084) – 2021)
T. Murefqi Al-Hikmah	(2104300085) – 2021)
Ryan Hernanda	(2104300093) – 2021)
Tegardo	(2104300103) – 2021)
Mhd. Taufiq Nasution	(2104300023) – 2021)
Mhd. Akbar Prasetyo	(2204300017) – 2022)
Mhd. Irfan	(2204300046) – 2022)
Panji Agung Utomo	(2204300064) – 2022)
Nazwa Azzahra	(2104300005) – 2021)
Sri Dewi Wahyuni	(2104300010) – 2021)
Putri Holiza	(2104300052) – 2021)
Mutiara Nan Tasya	(2104300029) – 2021)
Nurul Apni	(2204300055) – 2022)

Dosen Pendamping :
Aflahun Fadhly Siregar, S.P., M.P
(0105109203)

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2024**

ENGESAHAN LAPORAN AKHIR

- | | |
|---|--|
| 1. Judul | <i>Empowering Maritime Potential Melalui Six Flagship</i> |
| | Iv•rkckotjukin Wniuju •a fi/laziräri di DQa Täojwtg |
| 2. Topk | 0- hJariim |
| 3. Bentuk Kegiatan | Rätli an (han) |
| 4. Nama Organisasi Kemahasiswaan | I filrgtug;se Matms}Swa Agfihisnis (lfj}VIAQiRl} |
| 5. Ketua Peneusul | |
| | Program Studi
Perguruan Tinggi
No. Telepon/LLP
E-mail |
| | Agribisnis
Universitas Muhamadiyah Sumatera Utara
082214119865
rizkykisan02@gmail.com |
| 6. Dosen Pendamping | |
| Nz Te UP | 081375989766 |
| 7. Lokasi EYJut>a'Vitm
EclumhamYe•wanoan
KabupwfiUota
Pmvinsi
Status Desa | Tanjung Rejo/Percut Sei Tuan
Deli Serdang
Berkembang
21 Km
42 Menit |
| 8. jtaak Kampus kc• I.t kai U.<t tl«rj1 | |
| 9. Waktu tempuh dari Kampus ke Desa | |
| 11. Bentuk Pelaksanaan | Tinggal di desa selama program |
| 12. Biaya Total (Rp) | Rp. 36.500.000 |
| Direktorat Belmawa (Rp) | Rp. 33.500.000 |
| Sumber lain (Rp) | Rp. 3.000.000 (P.T) |
| Bentuk Dukungan PT | In Kind |

.5ko) otujui.
PirTj+jaan et - - i Kerrobaistrztai

Medan, 25 Agustus 2024
Pengusul,
Ketua Tim


Mhd. Dicky Pranata,
2104300064



Alfin Parbu
2104300072
Wakil Rektor III

Assoc. Prof. I
NIP: 197
S.Sos., M.Si
2012005011001

LAMPIRAN

1. Iuran Wajib

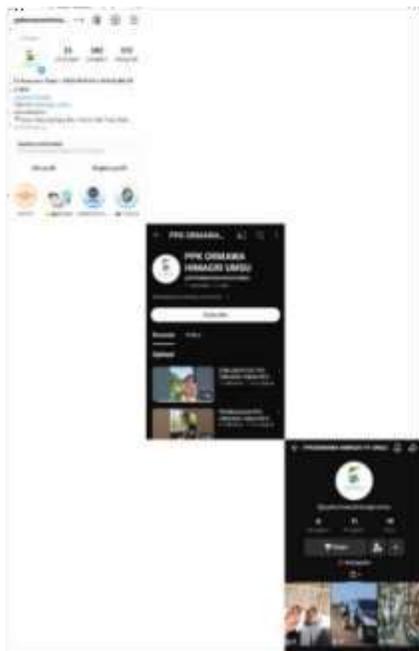
1. Buku Refleksi
"ORMAWA dalam Pemberdayaan
Desa"



2. Ringkasan Eksekutif



3. Media Publikasi Elektronik



4. Poster Hasil Pelaksanaan Program



Lampiran 2. Poster

SIX FLAGSHIP PROGRAMS

Desa Mandiri

Empowering Maritime Potential melalui Six Flagship Programs dan Pengembangan Ekosistem Mangrove Berkelanjutan Menuju Desa Mandiri di Desa Tanjung Rajo

LOKASI PROGRAM

4124 Ha | LUKUWALUKU
1000 Ha | LUKUBALUKU
2124 Ha | LUKUMALUKU
1-7 Desa | LUKUWALUKU
600 Ha | LUKUMALUKU

Desa Tanjung Rajo berlokasi di Kecamatan Pantai Sari, Kabupaten Gayo Serang, Provinsi Sumatera Utara.

Batas-batas Wilayah Desa Tanjung Rajo:
Sebelah Utara: Selat Malacca
Sebelah Selatan: Desa Siberti
Sebelah Timur: Desa Pantai
Sebelah Barat: Desa Tanjung Selawat

LATAR BELAKANG

- Desa Tanjung Rajo memiliki potensi dalam sektor perikanan dan pertanian yang sangat baik, tetapi belum dimanfaatkan secara maksimal.
- Kurangnya pemanfaatan dan tata kelola hutan mangrove beresiko (potensi) Budidaya Kepiting Bakau dan Labah Mangrove.
- Kurangnya peningkatan dan dukungan kepada Masyarakat dan Penggiat UMKM Desa Tanjung Rajo.

TEKNOLOGI & INOVASI

INOVASI TEKNOLOGI
INOVASI SOSIAL
INOVASI PRODUK

METODE

Waktu Pelaksanaan: **JULI - OKTOBER 2024**

Menggunakan Indikator & Matriks
Peningkatan Resiliensi Kegiatan
Monev/UKM Kabupaten Mangrove
Pembinaan Subparalel
Mentor Aspiring Dukungan
Pembinaan Laporan & Laporan
Monitoring & Evaluasi Program
Pembinaan Program

IDENTITAS TIM PELAKSANA

Tim Pelaksana PPK Ormawa HIMAGRI FP UMSU dengan dukungan yang terbagi. Asri menjadi salah satu bagi permasalahan mangrove pada isu SDG's ke-14, untuk Menjaga Ekosistem Laut, Life Below Water, dengan mengkonversi dan memanfaatkan secara berkelanjutan sumberdaya laut, samudra, dan maritim di Desa Tanjung Rajo.

PENINGKATAN DI MASYARAKAT

Jumlah Pengunjung Wisata
Pembinaan & Peningkatan Pemuda Desa
Pembinaan & Peningkatan Ibu-Ibu Masyarakat Desa
Pembinaan Wanita

TAHAP PELAKSANAAN

- PENYEMBAHAN BIKTI MANGROVE
- BUMAH BERSALINSEPTINDO BAKAU
- BUMI ASMAHA LUBAH MANGROVE
- BELAKAR CERIA
- PENGOLOSAN LIMBAH KAU MENJADI PAPER KOMPOS
- PENYEMBAHAN UNM

POTENSI KEBERLANJUTAN

Dukungan Program
Kolaborasi & Pengembangan Rantai Pasok Perikanan
Kolaborasi Fasilitas & Pengembangan Produk
Program Berkembang & Berkelanjutan untuk Masyarakat

KELOMPOK SASARAN

37 BUMDes Tanjung Rajo
28 Kelompok Nelayan Mangrove Lestari
12 Kelompok Wanita Budidaya Labah Mangrove
26 Nelayan Tangkap & Nelayan Budidaya
17 Kelompok Wanita Tani Mekar Jaya
15 Kelompok UMKM Ibu Rumah Tangga Desa Tanjung Rajo

Desa Koordinator: Affiches Featdy, Siregar, S.P., M.P.

PPK ORMAWA HIMAGRI FP UMSU
Simp Beraineri dengan Keluarga Baru Sepuluh Reki
Berkour, Malibur dan Mengabur Ego Diri
Untuk Pengabdian yang Panah Arti
DARIDESAMENDUINDONESIAEMAS

@ppkormawahimagriumsu

Lampiran 3. Sertifikat Abdidaya Ormawa 2024 & Peserta PPK ORMAWA 2024



Lampiran 4. Kegiatan Pelaksanaan Pembuatan Keramba Kepiting Bakau



