

Analisis Prospek Usaha Isi Ulang Air Mineral Di Kota Palangka Raya

Analysis of Prospects of Refilling Mineral Water Business in The City Palangka Raya

Febri Humisar Ompusunggu¹, Andrie Elie², Sabirin³

¹Student of the Master of Economics in Palangka Raya University

^{2&3}Department of Economics, Economics and Business Faculty, University of Palangka Raya

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis: 1) Faktor – faktor yang memengaruhi permintaan konsumen air minum isi ulang di Kota Palangka Raya; 2) Pengaruh pendapatan perkapita, harga rata-rata dan jumlah penduduk terhadap permintaan air di Kota Palangka Raya; dan 3) Pertumbuhan permintaan air minum isi ulang di Kota Palangka Raya. Metode penelitian dalam skripsi ini adalah analisis statistik deskriptif, regresi linier berganda, dan analisis trend linier. Variabel independen pada penelitian ini adalah pendapatan keluarga, harga air, dan jumlah anggota keluarga; sedangkan variabel dependennya adalah prospek usaha isi ulang air mineral. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah rumah tangga yang mengkonsumsi air dari depot isi ulang air mineral di Kota Palangka Raya. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 40 responden di Kota Palangka Raya dengan dasar teori pengambilan sampel dan ukuran sampel oleh Uma Sekaran dalam penelitian multivariate. Jenis data yang dipakai adalah data primer dan data sekunder. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Faktor yang memengaruhi permintaan terhadap air mineral berdasarkan data primer adalah pendapatan konsumen, harga air, dan jumlah anggota keluarga; 2) Secara bersama-sama (simultan) terdapat hubungan yang signifikan antara pendapatan konsumen, harga rata-rata air, dan jumlah anggota keluarga terhadap permintaan air mineral di Kota Palangka Raya; dan 3) Terdapat pertumbuhan permintaan air mineral berdasarkan pendapatan perkapita, harga rata-rata air bermerek, dan jumlah penduduk di Kota Palangka Raya.

Kata kunci: *pendapatan keluarga, harga air, jumlah anggota keluarga, dan prospek isi ulang usaha air mineral*

ABSTRAK

This study aims to determine and analyze: 1) The factors that influence consumer demand for refill drinking water in Palangka Raya City; 2) The effect of per capita income, average price and population on the demand for water in Palangka Raya City; and 3) Growing demand for refill drinking water in the City of Palangka Raya. The research methods in this thesis are descriptive statistical analysis, multiple linear regression, and linear trend analysis. The independent variables in this study are family income, water prices, and the number of family members while the dependent variable is the business prospects of mineral water refill. The population in this study is the number of households that consume water from mineral water refill depots in the City of Palangka Raya. The sample in this study were 40 respondents in the City of Palangka Raya based on the theory of sampling and sample size by Uma Sekaran in multivariate research. The type of data used is primary data and secondary data. The results of this study indicate that: 1) Factors affecting the demand for mineral water based on primary data are consumer income, water prices, and the number of family members; 2) Simultaneously (simultaneously) there is a

significant relationship between consumer income, the average price of water, and the number of family members to the demand for mineral water in Palangka Raya City; and 3) There is a growth in demand for mineral water based on per capita income, the average price of branded water, and the number of residents in the City of Palangka Raya.

Keywords: *family income, water prices, number of family members, and prospects for refilling mineral water business.*

1. PENDAHULUAN

Air minum adalah air yang melalui proses pengolahan atau tanpa proses pengolahan yang memenuhi syarat kesehatan dan dapat langsung diminum. Air minum aman bagi kesehatan apabila memenuhi persyaratan fisik, mikrobiologis, kimiawi. Dan radio aktif yang dimuat dalam parameter tambahan.

Kota Palangka Raya yang memiliki jumlah penduduk 259,865 jiwa pada tahun 2015 serta tingginya aktivitas masyarakat Kota Palangka Raya di bidang perkonomian, sosial, pendidikan, transportasi, dan lain sebagainya sangatlah membutuhkan akan adanya sarana air bersih dan air minum. Semakin tinggi taraf kehidupan semakin meningkat pula kebutuhan manusia terhadap air. Untuk lebih jelasnya dapat di perhatikan standart kebutuhan air sebagai berikut.

Tabel 1.1
Standar Kebutuhan Air Bersih

Kategori Kota	Jlh Penduduk (jiwa)	Standar (liter/orang/hari)
Kota Metropolitan	>1.000.000	170-190 L/org/hari
Kota Besar	500.000 s/d <1.000.000	150-170 L/org/hari
Kota Sedang	100.000 s/d < 500.000	130-150 L/org/hari
Kota Kecil	20.000 s/d <100.000	100-130 L/org/hari
Kota Kecamatan	3.000 s/d <20.000	90-100 L/org/hari

Sumber: Ditjen Cipta Karya Departemen Pekerja Umum

Dari tabel 1.1 diatas, maka Kota Palangka Raya dengan jumlah penduduk tahun 2015 sebanyak 259,865 jiwa membutuhkan air bersih sebesar 33.782,45 liter/ hari. Jumlah ini didapatkan dari jumlah penduduk dikalikan jumlah kebutuhan dasar penduduk untuk klasifikasi kota sedang (259,865 x 130 liter/orang/hari). Jika dibandingkan dengan segi kepadatan jumlah penduduk Kota Palangka Raya pada tahun 2015 Kota Palangka Raya dengan luas 1,752,721 km² memiliki jumlah penduduk sebanyak 259,865 dengan tingkat kepadatan penduduk sebanyak 1,163,27 penduduk km² (259,865: 1,752,721). Artinya setiap luas km²di kota Palangka Raya memerlukan 6.744,737 liter/hari.

Besar kecilnya permintaan efektif (total) sangat tergantung pada keputusan para konsumen (rumah tangga) mengenai besar pengeluaran konsumsinya dan keputusan para produsen mengenai besarnya investasi yang mereka ingin laksanakan dalam periode tersebut.

Perkembangan dunia saat ini berjalan dengan pesat, yang menciptakan suatu persaingan yang semakin ketat. Hal ini yang menuntut produsen untuk lebih peka, kritis dan reaktif terhadap perubahan yang ada, baik politik, sosial budaya, dan ekonomi. Perusahaan harus bekerja keras membuat kebijakan-kebijakan strategis baru dalam menjual produk dan jasa mereka dalam kaitannya menghadapi persaingan yang ketat dengan competitor yang dapat memberikan value yang lebih besar kepada customer. Hal ini pun berlaku pula di dalam persaingan industri air minum isi ulang. Inovasi, kualitas, promosi, saluran distribusi, tingkat harga produk harus benar-benar diperhatikan oleh para produsen air minum isi ulang agar tidak kalah dengan para pesaingnya.

Banyak pertimbangan yang dilakukan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk misalnya, pendapatan konsumen, harga air, dan jumlah anggota keluarga. Banyak faktor yang memengaruhi

perilaku konsumen dalam keputusan pembelian barang dan jasa.

Pendapatan perkapita Palangka Raya pada tahun 2005 sebesar Rp 10.166.162 kemudian meningkat menjadi Rp43.400.000 pada tahun 2015. Kemudian harga rata-rata air pada awalnya sebesar Rp 16.266 meningkat menjadi Rp 23.333. Jumlah penduduk di Kota Palangka Raya pada tahun 2005 sebesar 171,46 jiwa naik menjadi 259.865 jiwa pada tahun 2015. Ini semua menjadi pertimbangan untuk mengetahui prospek permintaan terhadap air mineral di Kota Palangka Raya.

Air minum isi ulang di Kota Palangka Raya dibutuhkan oleh masyarakat dengan jumlah disesuaikan dengan daya beli atau pendapatan keluarga, kemudian tergantung kepada jumlah pemakai sesuai dengan jumlah anggota keluarga serta harga air mineral itu sendiri.

Uraian di atas menarik perhatian penulis untuk lebih mengamati untuk mencoba untuk menganalisis prospek usaha isi ulang air mineral bagi pengusaha ataupun bagi calon pengusaha. Hal inilah yang melatar belakangi penulis memilih judul **“Analisis Prospek Usaha Isi Ulang Air Mineral Di Kota Palangka Raya”**.

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1. Teori Konsumsi

Konsumsi berasal dari bahasa Inggris “*Consumption*”. Konsumsi adalah pembelanjaan atas barang-barang dan jasa-jasa yang dilakukan oleh rumah tangga dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dari orang yang melakukan pembelanjaan tersebut. Fungsi konsumsi adalah suatu kurva yang menggambarkan sifat hubungan di antara tingkat konsumsi rumah tangga dalam perekonomian dengan pendapatan nasional (pendapatan/*disposabel*) perekonomian tersebut.

Teori-Teori Konsumsi

1) Teori Konsumsi Jhon Maynard Keynes

Dalam teorinya Keynes mengandalkan analisis statistic dan membuat dugaan-dugaan tentang konsumsi berdasarkan instropeksi dan observasi casual. Pertama dan terpenting keynes menduga bahwa kecenderungan mengkonsumsi marginal (*marginal propensity to consume*) jumlah yang dikonsumsi dalam setiap tambahan pendapatan adalah antara nol dan satu. Kecenderungan marginal adalah penting bagi rekomendasi kebijakan Keynes untuk menurunkan pengangguran yang kian meluas.

2) Teori Konsumsi Milton Friedman

Teori dengan hipotesis pendapatan permanen dikemukakan oleh Milton Friedman. Menurut teori ini pendapatan masyarakat dapat digolongkan menjadi dua yaitu pendapatan permanen (*permanen income*) seperti pendapatan dari gaji atau upah; dan pendapatan sementara (*transitory income*) yaitu pendapatan yang tidak bisa diperkirakan sebelumnya.

2.2. Teori Permintaan

Permintaan suatu barang di pasar akan terjadi apabila konsumen mempunyai keinginan (*willing*) dan kemampuan (*ability*) untuk membeli. Pada tahap konsumen hanya memiliki keinginan atau kemampuan saja, maka permintaan suatu barang belum terjadi. Kedua syarat *willing* dan *ability* harus ada untuk terjadinya permintaan (Turner, 1971) dalam (Salma, 2004). Teori permintaan menerangkan tentang sifat permintaan para pembeli terhadap suatu barang. Teori permintaan menerangkan tentang ciri-ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Menurut Sadono Sukirno (2005) permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga tertentu selama periode waktu tertentu.

1) **Hukum Permintaan (*The Law of Demand*)**

Hukum permintaan menjelaskan sifat keterikatan diantara permintaan sesuatu barang dengan harganya. Hukum permintaan pada hakikatnya merupakan suatu hipotesa yang menyatakan semakin rendah harga suatu barang, makin banyak barang yang diminta (Sukirno, 2005). Pada hakikatnya makin rendah harga suatu barang, maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya makin tinggi harga suatu barang, maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut.

2) **Elastisitas Permintaan**

Elastisitas permintaan merupakan suatu ukuran kuantitatif yang menunjukkan besarnya pengaruh perubahan harga atau faktor-faktor lainnya terhadap perubahan permintaan suatu komoditas. Secara umum elastisitas permintaan dapat dibedakan menjadi elastisitas permintaan terhadap harga (*price elasticity of demand*), elastisitas permintaan terhadap pendapatan (*income elasticity of demand*), dan elastisitas permintaan silang (*cross price elasticity of demand*).

2.3. **Teori Pendapatan**

Teori pendapatan disebut juga dengan ekonomi makro yakni teori yang mempelajari hal-hal besar seperti perilaku jutaan rupiah pengeluaran konsumen, investasi dunia usaha, dan pembelian-pembelian yang dilakukan oleh pemerintah.

Menurut pelopor ilmu ekonomi klasik Adam Smith dan David Ricardo menyatakan distribusi pendapatan digolongkan kedalam tiga kelas sosial yang utama yaitu pekerja, pemilik modal, dan tuan tanah. Ketiganya menentukan 3 faktor produksi yaitu tenaga kerja, modal, dan tanah. Smith dan Ricardo meneliti faktor-faktor apa saja yang menentukan pendapatan masing-masing kelompok relatif terhadap pendapatan nasional. Teori mereka meramalkan bahwa begitu masyarakat makin maju, para tuan tanah akan relatif lebih baik keadaannya dan para kapitalis (pemilik modal) relatif lebih buruk keadaannya (Lipsey, 1987:126).

2.4. **Penawaran**

Penawaran adalah banyaknya barang yang ditawarkan oleh penjual pada suatu pasar tertentu.

1) **Hukum Penawaran**

Hukum penawaran pada dasarnya mengatakan bahwa “Semakin tinggiharga suatu barang, semakin banyak jumlah barang tersebut

akanditawarkan oleh para penjual. Sebaliknya, semakin rendah harga suatu barang tersebut yang ditawarkan”.

2) Teori Penawaran

Teori Penawaran merupakan teori yang menerangkan sifat penjual dalam menawarkan barang yang akan dijual.

2.5. Faktor-faktor yang Memengaruhi Permintaan Terhadap Air Isi Ulang

Beberapa faktor memengaruhi permintaan isi ulang air mineral yaitu sebagai berikut:

1) Pendapatan Konsumen

Pendapatan konsumen merupakan jumlah penghasilan riil dari seluruh anggota rumah tangga yang disumbangkan untuk memenuhi kebutuhan bersama maupun perorangan dalam rumah tangga.

2) Harga

Harga menurut Kotler dan Armstrong (2008) adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa.

3) Jumlah Anggota Keluarga

Menurut Mantra (2003) yang termasuk jumlah anggota keluarga adalah seluruh jumlah anggota keluarga rumah tangga yang tinggal dan makan dari satu dapur dengan kelompok penduduk yang sudah termasuk dalam kelompok tenaga kerja.

2.6. Air Minum

1) Pengertian Air Minum

Air minum adalah air yang melalui proses pengolahan atau tanpa proses pengolahan yang memenuhi syarat kesehatan dan dapat langsung diminum. Sedangkan yang dimaksud dengan air bersih adalah air yang digunakan untuk keperluan sehari-hari yang kualitasnya memenuhi syarat kesehatan dan dapat diminum apabila telah dimasak. Dalam peraturan perundang-undangan nomor 16 tahun 2005 tentang pengolahan air minum, dijelaskan bahwa istilah air bersih tidak digunakan lagi dan digantikan dengan istilah air minum.

2) Persyaratan Kualitas Air minum

Air yang memenuhi persyaratan kualitas air minum menurut Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 907/Menkes/SK/VII/2002 secara garis besar dapat digolongkan dengan empat syarat:

- a. Syarat Fisik. Air minum yang dikonsumsi sebaiknya tidak berasa, tidak berbau, tidak berwarna, (Maksimal 15 TCU), tidak keruh (maksimal 5 NTU), dan suhu maksimal ± 30 C dari udara sekitar.
- b. Syarat Kimia. Air minum yang dikonsumsi tidak mengandung zat-zat organik dan anorganik melebihi standar yang ditetapkan, pH pada batas maksimum dan minimum (6,5 – 8,5) dan tidak mengandung zat kimia beracun sehingga menimbulkan gangguan kesehatan.
- c. Syarat Bakteriologis. Air minum yang aman harus terhindar dari kemungkinan kontaminasi *Escheria Coli* atau koliform tinja dengan standart 0 dalam 100 ml air minum. Keberadaan *E. Coli* dalam air minum merupakan indikasi telah terjadinya kontaminasi tinja manusia.
- d. Syarat Kontaminasi. Air minum yang akan dikonsumsi hendaknya terhindar dari kemungkinan terkontaminasi radiasi radioaktif melebihi batas maksimal yang diperkenankan.

3) Jenis Air

Pada dasarnya jenis air dibagi dalam dua kategori (Mahani, 2012) yaitu:

- a. Air pentagonal/segi lima (molekulnya tidak stabil dan tak beraturan) merupakan air biasa (air minum kemasan bukan RO) dan air ber-Oxygen (di pasaran sering disebut air RO) adalah dua jenis air yang termasuk dalam kelompok air pentagonal. Pada air biasa dan air yang ber-oxygen hanya lima molekul H₂O yang berkelompok membentuk formasi pentagonal.
- b. Air heksagonal/segi enam (molekul atomnya stabil dan beraturan) seperti halnya air biasa, terbentuknya atas susunan H₂O yang membedakan air ini dengan air biasa atau air yang ber-Oxygen adalah formasi molekul H₂O nya. Pada air heksagonal, enam molekul H₂O berkelompok membentuk formasi heksagonal (segi enam).

4) Depot Isi Ulang Air Mineral

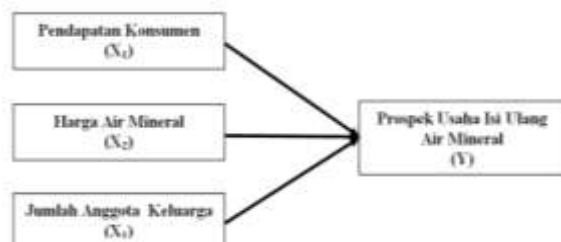
Depot isi ulang adalah usaha industri yang melakukan proses pengolahan air baku menjadi air minum dan menjual langsung kepada konsumen (Deperindak, 2004). Proses pengolahan air pada depot air mineral isi ulang terdiri atas penyaringan (filtrasi) dan desinfeksi.

2.7. Hasil Penelitian Terdahulu

Ragyl Arieyanto (2013) dengan judul skripsi “Analisa permintaan air minum isi ulang Reverse Osmosis (RO) di Kota Medan”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan hasil regresi diperoleh nilai produk bertanda positif sebesar 0,382, nilai harga bertanda positif sebesar 0,206, nilai tempat bertanda positif sebesar 0,356 dan nilai promosi bertanda positif sebesar 0,056 yang artinya bahwa faktor yang paling dominan memengaruhi konsumen dalam membeli airminum isi ulang khususnya air RO adalah faktor produk. Sehingga untuk meningkatkan penjualan pengusaha air minum harus selalu menjaga produk air yang dihasilkan dan juga lebih melakukan promosi lagi.

2.8. Kerangka Konseptual Penelitian

Adapun kerangka konseptual penelitian adalah:



2.9. Hipotesis

Adapun hipotesis penelitian ini adalah:

- 1) Pendapatan konsumen, harga air mineral, dan jumlah anggota keluarga berpengaruh signifikan dan positif,

terhadap permintaan isi ulang air mineral di Kota Palangka Raya.

- 2) Pendapatan perkapita, harga rata-rata, jumlah anggota keluarga berpengaruh signifikan terhadap permintaan air isi ulang di Kota Palangka Raya.
- 3) Pertumbuhan permintaan setiap tahun berdasarkan pendapatan perkapita, harga rata-rata air bermerek dan jumlah penduduk adalah positif.

3. METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian dan Tempat Penelitian

Penelitian yang dilakukan adalah penelitian survei bersifat analitik. Penelitian ini dilakukan di Kota Palangka Raya yakni kecamatan Bukit Batu, Kecamatan Jekan Raya, Kecamatan Pahandut, Kecamatan Rakumpit, dan Kecamatan Sebangau.

3.2. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif-kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder.

3.3. Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer digunakan variabel pendapatan konsumen, harga air mineral, jumlah anggota keluarga, dan juga variabel permintaan isi ulang air mineral. Sedangkan untuk data sekunder digunakan

variabel pendapatan perkapita, harga rata-rata, jumlah penduduk, dan variabel permintaan isi ulang air mineral.

Berikut merupakan penjelasan variabel penelitian dalam data sekunder.

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Data Primer

Variabel	Definisi	Indikator
Faktor Pendapatan konsumen (X ₁)	Pendapatan adalah jumlah uang yang diterima oleh perusahaan dari aktivitasnya dan kebanyakan dari penjualan produk/jasa kepada pelanggan.	1. Penjualan produk 2. Penjualan jasa
Faktor Harga Air Mineral (X ₂)	Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa dinikmati dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan di tempat tertentu.	1. Nilai jual produk/jasa 2. Nilai beli produk/jasa
Faktor Jumlah Anggota Keluarga (X ₃)	Jumlah anggota keluarga adalah unit terkecil dari masyarakat yang terdiri atas kepala keluarga dan beberapa orang yang terkumpul dan tinggal di suatu tempat dibawah suatu atap dalam keadaan saling ketergantungan.	1. Fungsi Pendidikan 2. Fungsi Sosialisasi 3. Fungsi Perlindungan 4. Fungsi Ekonomi
Faktor Permintaan (Y)	Permintaan adalah sejumlah barang yang dibeli atau diminta pada suatu harga dan waktu tertentu	1. Harga barang substitusi 2. Jumlah pendapatan 3. Harga barang Komplementer (pelengkap) 4. Kebiasaan konsumen

Berikut merupakan penjelasan variabel penelitian dalam data sekunder.

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel Data Sekunder

Variabel	Definisi
Pendapatan Perkapita (X ₁)	Besarnya pendapatan rata-rata penduduk di suatu negara atau suatu kota
Harga Rata-rata (X ₂)	Merupakan nilai yang akan mewakili sekumpulan data harga
Jumlah Penduduk (X ₃)	Banyaknya orang yang menempati suatu wilayah tertentu
Faktor Permintaan (Y)	

3.4. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1) Metode Analisis Deskriptif

Metode analisis deskriptif dilakukan untuk menganalisis data penelitian dengan mengumpulkan,

mengklasifikasikan, menganalisa, dan menginterpretasikan data sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai masalah yang dihadapi (Sugiono 2006: 142).

2) Metode Analisis Statistik

Sesuai dengan tujuan penelitian yakni mencari faktor-faktor yang memengaruhi permintaan isi ulang air mineral, maka digunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan perangkat lunak SPSS berdasarkan data primer dengan rumus:

$$Y_1 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + c \dots\dots\dots \text{persamaan 1}$$

dimana:

- Y₁ = permintaan konsumen terhadap isi ulang air mineral
- X₁ = pendapatan konsumen
- X₂ = harga air mineral
- X₃ = jumlah anggota keluarga

Kemudian untuk mencapai tujuan ke dua dalam rangka untuk mengetahui faktor yang memengaruhi permintaan isi ulang air mineral di Kota Palangka Raya juga digunakan analisis regresi linear berganda berdasarkan data sekunder dengan rumus:

$$Y_2 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + c \dots\dots\dots \text{persamaan 2}$$

dimana:

- Y₂ = permintaan terhadap isi ulang air Mineral
- X₁ = pendapatan perkapita

X₂ = harga rata-rata
 X₃ = jumlah penduduk

3) Perkiraan atau Ramalan Permintaan Air Mineral

Meramalkan permintaan setiap tahun digunakan analisa trend dengan persamaan garis lurus dengan rumus:

$$Y = a + bX$$

dimana :

Y = data permintaan terhadap air

X = waktu

a,b = bilangan konstan

3.5. Analisis Trend Linier

Secara umum persamaan garis linier dari analisis time series adalah:

$$\hat{Y} = \hat{a} + \hat{b}X.$$

dimana:

\hat{Y} = variabel dependen (nilai yang diprediksi)

X = variabel waktu (tahun)

Untuk mencari nilai konstanta ($\hat{\beta}_1$) dan ($\hat{\beta}_2$) adalah $\hat{\beta}_1 = \frac{\sum Y}{N}$ dan $\hat{\beta}_2 = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Lokasi dan Keadaan Geografis

Kota Palangka Raya secara geografis terletak pada 113⁰30' -114⁰07'Bujur Timur dan 1⁰35' - 2⁰24' Lintang Selatan, dengan luaswilayah 1,752,721 dengan topografi terdiri dari tanah datar dan berbukitan kemiringan kurang dari 40%. Secara

administrasi Kota Palangka Raya berbatasan dengan:

- Sebelah Utara: Kabupaten Gunung Mas
- Sebelah Selatan: Kabupaten Pulang Pisau
- Sebelah Barat: Kabupaten Katingan
- Sebelah Timur: Kabupaten Pulang Pisau

4.2. Uji Instrumen Data Primer

1) Uji Multikolinearitas

Tabel 4.1
Correlations

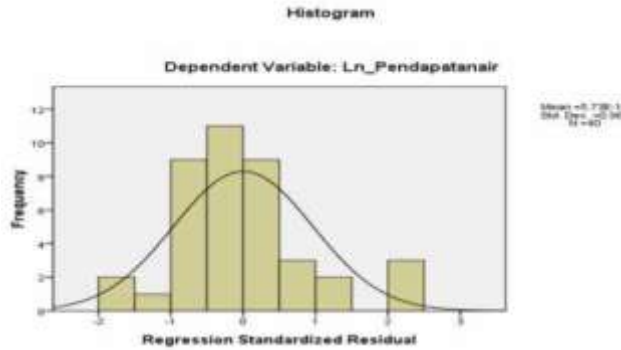
			Ln_Pen.Konsumen	Ln_Harga	Ln_Jumlahpendu
Ln_Pemilihan	Ln_Pen.Konsumen	Correlation	1.000	.112	.270
		Significance (2-tailed)		.498	.097
		N	37	37	37
Ln_Harga	Ln_Pen.Konsumen	Correlation	.112	1.000	.284
		Significance (2-tailed)	.498		.091
		N	37	37	37
Ln_Jumlahpendu	Ln_Pen.Konsumen	Correlation	.270	.284	1.000
		Significance (2-tailed)	.097	.091	
		N	37	37	37

Sumber: Data Olahan SPSS, 2017

Berdasarkan Tabel 4.1 terlihat koefisien korelasi antara harga rata-rata dan jumlah penduduk sebesar 0,112 dan korelasi antara variabel harga rata-rata dengan pendapatan perkapita sebesar 0,270 serta jumlah penduduk dengan pendapatan perkapita <0,90 sehingga dapat disimpulkan bahwa antar variabel bebas tidak terjadi Multikolinearitas.

2) Uji Normalitas

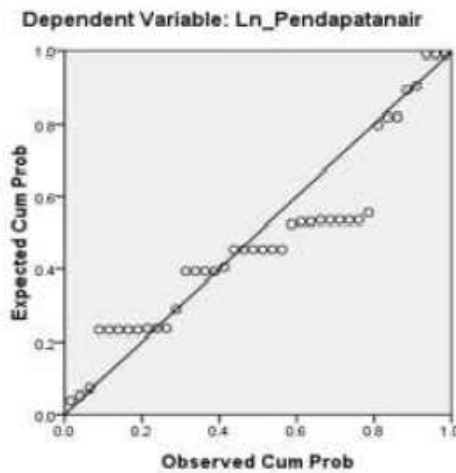
Gambar 4.1



Sumber: Data Olahan SPSS, 2017

Gambar 4.2

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

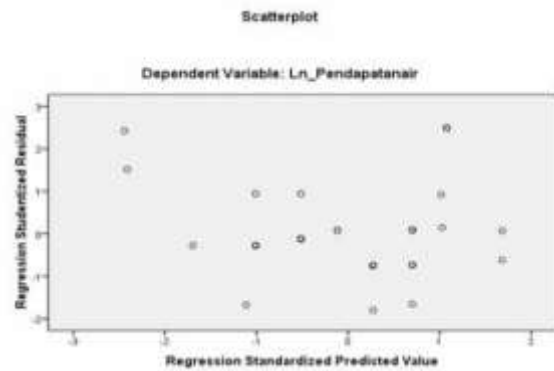


Sumber: Data Olahan SPSS, 2017

Berdasarkan gambar 4.1 yaitu grafik histogram didapatkan garis kurva normal, berarti data yang diteliti diatas berdistribusi normal. Demikian juga dari Gambar 4.2 yaitu normal probability plots menunjukkan berdistribusi normal probability plots menunjukkan berdistribusi normal, karena garis (titik-titik) mengikuti garis diagonal.

3) Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.3



Sumber: Data Olahan SPSS, 2017

Berdasarkan gambar 4.3 menunjukkan titik-titik menyebar diatas dan dibawah sumbu Y dan tidak mempunyai pola yang teratur. Kesimpulannya pendapatan konsumen, harga air, dan jumlah anggota keluarga diatas tidak terjadi heteroskedastisitas atau bersifat homoskedastisitas.

4) Uji Autokorelasi

Tabel 4.3

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.908 ^b	.824	.810	13035	2.192

a. Predictors: (Constant), Ln_jhanggotakeluarga, Ln_Pen_konsumen, Ln_Hargaair

b. Dependent Variable: Ln_Pendapatanair

Sumber: Data Olahan SPSS, 2017

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan nilai Durbin-watson (DW) sebesar 2,192 berarti $2,192 \leq DW \leq 2$ artinya tidak terjadi autokorelasi antar variabel bebas. Berdasarkan analisa pelanggaran asumsi klasik dapat disimpulkan berdistribusi normal tidak terjadi multikolinearitas dan

heteroskedasitas serta tidak terjadi autokorelasi, maka persamaan tersebut bisa dilanjutkan untuk pemakaian persamaan regresi linear berganda.

5) Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4.2
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

VARIABEL	REGRESSION COEFFICIENT	STD.ERROR	t-statistic (DF= 36)
Constanta	-1,061	0,266	-3,988
Pendapatan Konsumen (LnX ₁)	0,869	0,113	7,690
Harga Air (LnX ₂)	0,473	0,164	2,885
Jumlah Anggota Keluarga (LnX ₃)	0,486	0,160	3,049
F-hitung = 56,179			
STD. ERROR OF EST. = 0,13935			
R SQUARE = 0,510			
N = 40			
T-tabel = 1,688			

Sumber: Data Olahan SPSS, 2017

Berdasarkan tabel 4.2 diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$LnY = -1,061 + 0,869 LnX_1 + 0,473 LnX_2 + 0,486 LnX_3$$

Berdasarkan tabel 4.2 juga, diketahui nilai konstanta β_0 sebesar -1,061 artinya jika pendapatan konsumen, harga air mineral dan jumlah anggota keluarga konstan maka permintaan terhadap air mineral sebesar -1,061.

Nilai koefisien regresi pendapatan konsumen sebesar 0,869 berarti setiap kenaikan pendapatan konsumen 1% maka permintaan akan air mineral akan mengalami peningkatan sebesar 0,869%.

Nilai koefisien regresi harga air mineral sebesar 0,473 berarti jika harga air mengalami peningkatan 1% maka

permintaan akan air mineral akan mengalami peningkatan sebesar 0,473%.

Nilai koefisien regresi jumlah anggota keluarga sebesar 0,486 berarti jika setiap kenaikan pendapatan konsumen 1% maka permintaan akan air mineral akan mengalami peningkatan sebesar 0,487%.

4.3. Uji Instrumen Data Sekunder

1) Uji Multikolinearitas

Tabel 4.4
Correlations

Control Variables			Pendapatarkonsu men	Hargarataratar dik	Jumlahpendu dik
Permintaan	Pendapatarkonsumen	Correlation	1,000	,779	,878
		Significance (2-tailed)		,001	,000
		DF	0	0	0
Hargaair	Pendapatarkonsumen	Correlation	,779	1,000	,788
		Significance (2-tailed)	,001		,007
		DF	0	0	0
Jumlahpenduduk	Pendapatarkonsumen	Correlation	,878	,788	1,000
		Significance (2-tailed)	,000	,007	
		DF	0	0	0

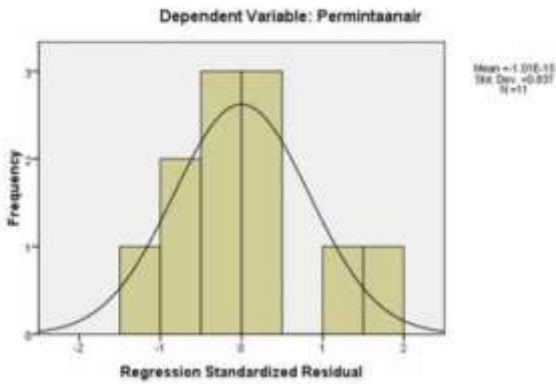
Sumber: Data Olahan SPSS, 2017

Berdasarkan Tabel 4.4 menunjukkan koefisien korelasi antara harga rata-rata dan jumlah penduduk sebesar 0,779 dan korelasi antara variabel harga rata-rata dengan pendapatan perkapita sebesar 0,878, serta jumlah penduduk dengan pendapatan perkapita < 0,90 sehingga dapat disimpulkan bahwa antar variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas.

2) Uji Normalitas

Gambar 4.4

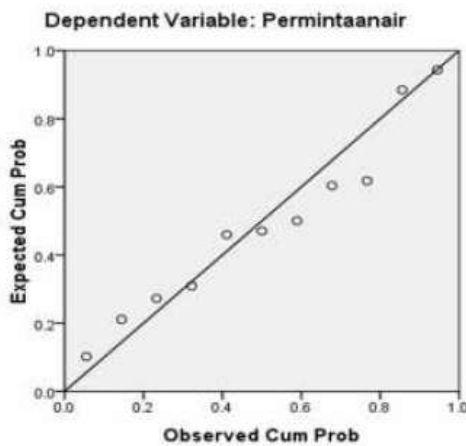
Histogram



Sumber: Data Olahan SPSS, 2017

Gambar 4.5

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



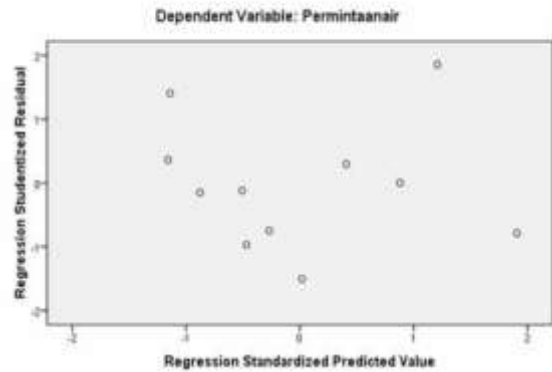
Sumber: Data Olahan SPSS, 2017

Berdasarkan gambar 4.4 yaitu grafik histogram didapatkan garis kurva normal, berarti data yang diteliti diatas terdistribusi normal. Demikian juga gambar 4.5 yaitu normal probability plots menunjukkan berdistribusi normal, karena garis (titik-titik) mengikuti garis diagonal.

3) Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.6

Scatterplot



Sumber: Data Olahan SPSS, 2017

Berdasarkan gambar 4.6 menunjukkan titik-titik menyebar di bawah sumbu Y dan tidak mempunyai pola yang teratur. Kesimpulannya variabel bebas pendapatan perkapita, harga rata-rata air, dan jumlah penduduk diatas tidak terjadi heteroskedastisitas atau bersifat homoskedastisitas.

4) Uji Autokorelasi

Tabel 4.5

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.976 ^a	.952	.931	24609.40321	2.342

a. Predictors: (Constant), Jumlahpenduduk, Hargaair, Pendapatankonsumen

b. Dependent Variable: Permintaanair

Sumber: Data Olahan SPSS, 2017

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan nilai Durbin-Watson sebesar 2.342 berarti $2.342 \leq DW \leq 2$ artinya tidak terjadi autokorelasi antar variabel bebas. Berdasarkan analisa pelanggaran asumsi klasik dapat disimpulkan berdistribusi

normal tidak terjadi multikolinearitas dan heteroskedasitas serta tidak terjadi autokorelasi, maka persamaan tersebut di lanjutkan untuk pemakaian persamaan regresi linier berganda.

4.4. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4.6
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	364334,480	438225,392		.831	.433
Pendapatankonsumen	1,498	,547	1,910	2,738	,085
Hargaair	9,429	3,191	,688	2,964	,134
Jumlahpenduduk	8,386	2,801	,297	2,993	,078

a. Dependent Variable: Permintaanair

Sumber: Data Olahan SPSS, 2017

Berdasarkan tabel 4.6 diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 364334,480 + 1,498X_1 + 9,429X_2 + 8,386X_3$$

Berdasarkan tabel 4.6 juga diketahui nilai konstanta β_0 sebesar 364334,480 artinya jika pendapatan perkapita, harga rata-rata, dan jumlah penduduk konstan maka permintaan terhadap air sebesar 364334,480.

Nilai koefisien regresi pendapatan perkapita sebesar 1,498 berarti setiap kenaikan 1 rupiah pendapatan perkapita akan menambah permintaan terhadap air mineral sebesar 1,498 galon.

Nilai koefisien regresi harga rata-rata air bermerek sebesar 9,429 berarti setiap

kenaikan 1 rupiah harga rata-rata akan menambah permintaan terhadap air mineral sebesar 9,429 galon.

Nilai koefisien regresi jumlah penduduk sebesar 8,386 berarti setiap kenaikan 1 orang akan mengakibatkan kenaikan terhadap air mineral sebesar 8,386 galon.

4.5. Uji Analisis Trend Linier

Tabel 4.7
Tabel Pertumbuhan Permintaan Air Setiap Tahun

Tahun	Permintaan (Y)	X	XY	X ²
2005	171550	-5	-857750	25
2006	187245	-4	-748980	16
2007	195275	-3	-585825	9
2008	207320	-2	-414640	4
2009	221920	-1	-221920	1
2010	230680	0	0	0
2011	240535	1	240535	1
2012	313800	2	627600	4
2013	350765	3	1052295	9
2014	419750	4	1679000	16
2015	432525	5	2162625	25

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan tabel 4.7 diperoleh persamaan regresi linier sederhana berupa trend sebagai berikut:

$$Y = 270133,1818 + 26664,90909X$$

Artinya setiap tahun sejak 2005 terdapat pertumbuhan sebesar koefisien regresi yakni 26664,90909 galon. Dengan demikian dapat dihitung permintaan air mineral untuk masa yang akan datang sebagai mana terdapat pada tabel berikut:

Tabel 4.8

**Perkiraan Permintaan Air mineral
(estimasi) tahun 2016 – 2021**

No	Tahun	Jumlah Permintaan
1	2016	430122,6363
2	2017	456787,5454
3	2018	483452,4545
4	2019	510117,3636
5	2020	536782,2727

Sumber: Lampiran 4

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah: (1) Faktor yang memengaruhi permintaan terhadap air mineral berdasarkan data primer adalah pendapatan konsumen, harga air mineral, jumlah anggota keluarga; (2) Secara bersama-sama (simultan) terdapat hubungan yang signifikan antara pendapatan konsumen, harga rata-rata air, dan jumlah anggota keluarga terhadap permintaan air mineral di Kota Palangka Raya; dan (3) Terdapat pertumbuhan permintaan air mineral berdasarkan pendapatan perkapita, harga rata-rata air bermerek, dan jumlah penduduk di Kota Palangka Raya.

Selanjutnya merujuk hasil penelitian yang dilakukan, maka peneliti dapat memberikan saran-saran sebagai berikut:

- (1) Diharapkan pemilik depot isi ulang air mineral untuk lebih meningkatkan produk dalam upaya meningkatkan permintaan; dan
- (2) Bagi peneliti selanjutnya dapat mengkaji lebih dalam tentang penelitian yang sama dan diharapkan penelitian ini dapat menjadi salah satu informasi yang digunakan untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari, Guritno Mangkoesobroto. 1998. *Teori Ekonomi Makro*. STIE YKPN. Yogyakarta.
- Arsyad, Lincolin. 1997. *Ekonomi Pembangunan*. SKPN. Yogyakarta.
- Agus, Sugiarto. 2005. *Manajemen Kearsipan Moderen (dari konvensional ke basis komputer)*. Gava Media. Yogyakarta.
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Buchari, Alma. 2000. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabet. Bandung.
- Boediono. 1999. *Ekonomi Mikro Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi*. No. 1. Edisi 2. Yogyakarta
- Buchari, Alma. 2006. *Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabet. Bandung.
- Deperindag RI. 2004. *Persyaratan Teknis Depot Air Minum dan Perdaganganannya*. Menperindag RI. Jakarta.

- Dinas Kesehatan (Dinkes). 2014. Data Depot Air Minum Kota Palangka Raya
- Dumairi. 2004. *Matematika Terapan Bisnis & Ekonomi*. Cetakan ke 12. BPFE. Yogyakarta.
- Dasanti, Jiwaning Winahyu. 2012. Analisis Pengaruh Presepsi Harga, Kualitas Produk Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Air Minum Axogy. *Tesis*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ekawarna dan Fachrudduansyah. 2010. *Pengantar Teori Ekonomi Makro*. Gaung Persada. Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Airlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip & Armstrong, Garry. 2008. *Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Lipsey, Richard G. 1987. *Pengantar Mikro Ekonomi*. Erlangga. Jakarta.
- Mantra, Ida Bagus. 1985. *Pengantar Studi Geografi*. Nurcahaya. Yogyakarta.
- Pitoyo. 2005. Dua Jam Anda Tahu Cara Memastikan Air Yang Anda Minum Bukan Sumber Penyakit. Solo.
- Ragyl, Aryanto. 2013. Analisa Permintaan Air Minum isi Ulang Reserve Osmosis (RO) di Kota Medan. *Tesis*. USU. Medan.
- Sadono, Sukirno. 2005. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Edisi ketiga. PT Rajagrafindo. Jakarta.
- Sekaran, Uma. 2006. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Salemba Empat. Jakarta.
- Sugiono. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*. Alfabet. Bandung.
- Sugiono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabet. Bandung.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi ketiga. Andi. Yogyakarta.
- Widodo. 2005. Diskusi Mengenai Sekor Informal. Yogyakarta
- <http://www.tempointeraktif.com/> diakses 21 January 2017, Pada pukul 13:00
- <http://www.wirusaha.com/> diakses pada 27 January 2017, Pada Pukul 15:00