

Pengaruh Patron Klien, Jarak Pasar dan Harga Jual terhadap Pengambilan Keputusan Nelayan di Desa Benua Anyar Kec. Bakumpai

Ansharullah^{1*}, Melati¹

¹ Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin

Corresponding Author: ansharullah125@gmail.com^{1*}

Article History

Received : 20-03-2024

Revised : 15-04-2024

Accepted : 23-04-2024

Kata Kunci: Harga Jual; Jarak Pasar; Patron Klien; Pengambilan Keputusan

Keywords: Client Patron; Decision Making; Market Distance; Selling Price

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh Patron Klien, Jarak Pasar dan Harga Jual yang berperan dalam Pengambilan Keputusan Nelayan Menjual Ikan. faktor mana yang lebih dominan dalam mempengaruhi keputusan nelayan selama ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Patron Klien, Jarak Pasar dan Harga Jual Secara Parsial Maupun Simultan Terhadap Pengambilan Keputusan Nelayan Menjual Ikan. Jenis penelitian survei pendekatan kuantitatif. Analisis data regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan patron klien (X1), Jarak Pasar (X2) dan harga jual (X3) berpengaruh simultan dengan hasil 0.002175 (<0.05) dan 0.3278 (>0.05), Harga Jual (X3) berpengaruh parsial terhadap Pengambilan Keputusan Nelayan dalam Menjual Ikan (Y) hasil hitung yaitu 0.0002 (<0.05) hasil nilai Adjusted R Square sebesar 0.22 disimpulkan sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan sebesar 22% sedangkan sisanya sebesar 78% dipengaruhi variabel lain.

ABSTRACT

This research is motivated by Clients Patron, Market Distance and Selling Prices which play a role in Fishermen's Decision Making to Sell Fish. Which factors are more dominant in influencing fishermen's decisions so far? This research aims to determine the influence of client patrons, market distance and selling prices partially or simultaneously on fishermen's decision making to sell fish. Type of survey research quantitative approach. Multiple linear regression data analysis. The research results show that client patronage (X1), market distance (X2) and selling price (X3) have a simultaneous effect with a result of 0.002175 (<0.05). Client Patron (X1) and Market Distance (X2) have no partial effect on Fishermen's Decision Making (Y), the calculated results are 0.8408 (>0.05) and 0.3278 (>0.05), Selling Price (X3) has a partial effect on Fisherman's Decision Making in Selling Fish (Y) the calculated result is 0.0002 (<0.05) the result of the Adjusted R Square value is 0.22 it is concluded that the contribution of the independent variable's influence on the dependent variable simultaneously is 22% while the remaining 78% is influenced by other variables.

PENDAHULUAN

Secara sosiologis, pola mata pencaharian nelayan yang sarat dengan ketidakpastian dapat menyebabkan berkembangnya relasi patron-klien dalam masyarakat tersebut (Novita Afriani, 2021). Relasi patron-klien merupakan hubungan sosial di mana satu pihak yang berada dalam posisi lebih kuat (patron) memberikan bantuan atau dukungan kepada pihak yang berada dalam posisi lebih lemah (klien), sehingga membuat kesulitan ekonomi dan ketergantungan yang tinggi antara nelayan dan tengkulak (Rifai Afriansyah, 2019). Menjual ikan secara langsung ke Tempat Pelelangan Ikan (TPI) bisa menjadi solusi bagi nelayan untuk keluar dari monopoli tengkulak. Namun, jarak yang jauh antara lokasi penangkapan ikan dan TPI dapat menjadi hambatan bagi nelayan untuk mengakses pasar tersebut (Fakhri Ali Murtadlo dkk, 2019). Faktor paling berpengaruh yang menyebabkan nelayan memilih menjual hasil tangkapan di luar TPI adalah perbedaan harga ikan yang ditawarkan oleh para pedagang pengumpul atau tengkulak dengan harga di TPI (Lily Alviana Ahza, 2022). Di Desa Benua Anyar terdapat relasi patron klien yaitu beberapa nelayan yang meminjam modal kepada tengkulak dan untuk mencari ikan dengan perjanjian nelayan harus menjual hasil tangkapannya (ikan) kepada tengkulak, sedangkan nelayan yang tidak meminjam modal kepada tengkulak dan memakai modal sendiri untuk mencari ikan juga tetap menjual kepada tengkulak karena relasi ini sudah terjalin begitu lama yaitu kurang lebih 15 tahun sehingga membuat keputusan nelayan untuk terus menjual ikannya kepada tengkulak tersebut. Terdapat 3 tengkulak di desa Benua Anyar dengan 50 nelayan yang mencari ikan dari 1.171 penduduk, Harga ikan yang dijual kepada tengkulak adalah rata-rata Rp 15.000/kg. Di kota Marabahan yang letaknya 14 KM dari desa Benua Anyar juga terdapat pasar yang memasarkan ikan atau tempat transaksi jual beli ikan dengan harga ikan saluang rata-rata 25.000/kg. Jarak pasar membuat keputusan nelayan untuk menjual ikan ke tengkulak dibandingkan ke pasar walaupun dengan harga yang murah. Dari teori Al Ghazali (2020) “seseorang yang tidak mendapatkan pembeli maka akan menjual produknya dengan harga yang lebih murah” (Jelita, 2021). (hlm 29) namun yang terjadi di desa Benua Anyar menjual ikannya kepada tengkulak yang harganya lebih rendah dibandingkan menjual ke pasar yang harganya lebih tinggi. Padahal jika ingin mendapatkan laba lebih besar nelayan bisa menjual ikannya ke pasar.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah Patron Klien, Jarak Pasar dan Harga Jual berpengaruh secara simultan maupun parsial terhadap pengambilan keputusan nelayan dalam menjual ikan. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda yang terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

METODE PENELITIAN

Jeiniis Peineiliitian yang diigunakan dalam peineiliitian iinii adalah peineiliitian surveiii deingan peindeikatan kuantitiitaiif. Menurut Neuman W Lawrence (2021) menyatakan “penelitian survei adalah penelitian kuantitatif”. Dalam penelitian survei, peneliti menanyakan ke beberapa orang (yang disebut dengan responden) tentang keyakinan, pendapat,

karakteristik suatu obyek dan perilaku yang telah lalu atau sekarang. Penelitian survei berkenaan dengan pertanyaan tentang keyakinan dan perilaku dirinya sendiri. Selanjutnya dinyatakan bahwa semua anggota sampel atau responden dalam penelitian survei menjawab pertanyaan yang sama. Penelitian survei mengukur nilai beberapa variabel, menguji beberapa hipotesis tentang perilaku, pengalaman dan karakteristik suatu obyek. Penelitian survei pada umumnya adalah penelitian korelasi (Sugiyono, 2021)

Lokasi dalam penelitian ini di Desa Benua Anyar Kecamatan Bakumpai. Alasan memilih lokasi ini adalah berdasarkan observasi awal peneliti menemukan adanya permasalahan di desa ini yang bisa diangkat sebagai bahan penelitian dan ditemukan adanya perbedaan teori dengan fakta di lapangan. Peneliti juga menemukan narasumber yang tepat dan sesuai untuk memenuhi data penelitian secara mudah dan efisien. Selain itu juga bisa memangkas atau menghemat biaya transportasi peneliti. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah nelayan yang mencari ikan di Desa Benua Anyar Kecamatan Bakumpai sebanyak 50 orang. Menurut Tatang M. Amirin (2015) “subjek penelitian adalah sumber tempat memperoleh keterangan” (M. Abdullah, 2015), subjek penelitian ini adalah nelayan di Desa Benua Anyar. Menurut Sugiyono (2021) “objek penelitian adalah objek yang memiliki sifat atau atribut orang. Objek tersebut ada karena ditentukan oleh si peneliti dengan tujuan untuk mencari jawaban dari penelitian”, objek dalam penelitian ini adalah patron klien, jarak pasar, harga jual dan pengambilan keputusan nelayan di Desa Benua Anyar kec. Bakumpai.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengambilan keputusan. Sumber data dalam penelitian ini adalah nelayan yang ada di desa Benua Anyar Kecamatan Bakumpai dan data dalam penelitian ini diperoleh secara langsung melalui kuesioner kepada nelayan di desa Benua Anyar Kecamatan Bakumpai. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner (angket).

Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert ialah skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespon pertanyaan berkaitan dengan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur. Dalam hal ini, responden diminta untuk menyatakan setuju atau tidak setuju terhadap setiap pernyataan. Skala likert lazim menggunakan lima titik dengan label netral pada posisi tengah (ketiga) (R. Hastinah, 2022)

Teknik analisis data pada penelitian ini adalah

1. Uji validitas
2. Uji reabilitas
3. Uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas)
4. Uji hipotesis (Uji T, Uji F dan analisis koefisien determinan)

HASIL DAN PEMBAHASAN**Hasil Uji Validitas****Tabel 1.** Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item	Validitas		
			Rhitung	Rtabel	Ket
1	Patron Klien (X1)	X1.1	0.532	0.284	Valid
		X1.2	0.596	0.284	Valid
		X1.3	0.437	0.284	Valid
		X1.4	0.686	0.284	Valid
		X1.5	0.738	0.284	Valid
		X1.6	0.531	0.284	Valid
2	Jarak Pasar (X2)	X2.1	0.393	0.284	Valid
		X2.2	0.874	0.284	Valid
		X2.3	0.813	0.284	Valid
		X2.4	0.858	0.284	Valid
3	Harga Jual (X3)	X3.1	0.81	0.284	Valid
		X3.2	0.796	0.284	Valid
		X3.3	0.804	0.284	Valid
		X3.4	0.332	0.284	Valid
		X3.5	0.694	0.284	Valid
		X3.6	0.483	0.284	Valid
4	Pengambilan Keputusan (Y)	Y.1	0.674	0.284	Valid
		Y.2	0.863	0.284	Valid
		Y.3	0.825	0.284	Valid
		Y.4	0.302	0.284	Valid
		Y.5	0.881	0.284	Valid
		Y.6	0.651	0.284	Valid

Dari data diatas nilai Rhitung dari semua item pernyataan lebih besar dari Rtabel (0,284). Maka hasil uji validitas menunjukkan semua butir item dinyatakan valid.

Hasil Uji Reliabilitas

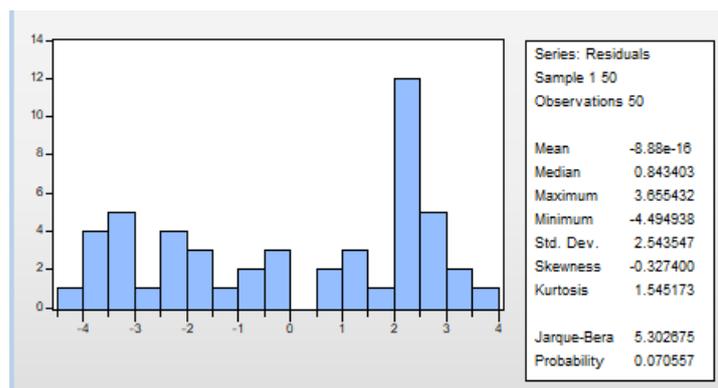
Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Crocbach	Nilai Standar Realibility	Keterangan
Patron Klien (X1)	0,865	0,60	Reliabel
Jarak Pasar (X2)	0,794	0,60	Reliabel
Harga Jual (X3)	0,831	0,60	Reliabel
Pengambilan Keputusan (Y)	0,852	0,60	Reliabel

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil pengujian menunjukkan semua variable nilainya lebih besar dari nilai Cronbach-alpha yaitu lebih besar dari 0,60. Jadi semua variable dapat dikatakan reliabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan nilai signifikan yang ditunjukkan pada tabel diatas sebesar 0,070557 dapat dinyatakan bahwa data ini berdistribusi normal karena nilainya lebih besar dari 0,05 maka telah memenuhi asumsi normalitas.

b) Uji Multikolinieritas

Variance Inflation Factors
Date: 11/13/23 Time: 12:43
Sample: 1 50
Included observations: 50

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	107.3463	798.0825	NA
X1	0.071596	347.6938	1.027113
X2	0.081495	204.4750	1.125497
X3	0.033401	124.1858	1.140394

Gambar 2. Hasil Uji Multikolinieritas

Berdasarkan tabel diatas nilai VIIF 1,027 untuk variable patron klien, 1.125 untuk variable jarak pasar dan 1.40 untuk variabel harga jual yang berarti lebih kecil dari 10. Hal ini menunjukkan hasil tidak adanya terjadi gejala multikolinearitas.

c) Uji Heteroskedastisitas

F-statistic	2.262946	Prob. F(9,40)	0.0373
Obs*R-squared	16.86905	Prob. Chi-Square(9)	0.0508
Scaled explained SS	25.55070	Prob. Chi-Square(9)	0.0024

Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan pada gambar hasil dari Obs*R-squareid adalah 0.0508 yang berarti > 0.05 sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Dependent Variable: Y
Method: Least Squares
Date: 11/13/23 Time: 12:58
Sample: 1 50
Included observations: 50

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.873749	10.36080	0.277367	0.7827
X1	0.054046	0.267575	0.201986	0.8408
X2	0.282382	0.285473	0.989170	0.3278
X3	0.748147	0.182758	4.093643	0.0002

R-squared	0.269821	Mean dependent var	26.08000
Adjusted R-squared	0.222201	S.D. dependent var	2.940498
S.E. of regression	2.593311	Akaike info criterion	4.820366
Sum squared resid	309.3620	Schwarz criterion	4.973328
Log likelihood	-116.5092	Hannan-Quinn criter.	4.878615
F-statistic	5.666098	Durbin-Watson stat	1.196139
Prob(F-statistic)	0.002175		

Gambar 4. Hasil Uji Hipotesis

a. Analisis Uji T

- Variabel X1 memiliki nilai t-Statistik sebesar 0.201986 dengan nilai Prob. (signifikansi) sebesar 0.8408 (>0.05) maka bisa ditarik kesimpulan bahwa variabel X1 tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.
- Variabel X2 memiliki t-Statistik sebesar 0.989170 dengan nilai Prob. (signifikansi) sebesar 0.3278 (>0.05) maka bisa di tarik kesimpulan bahwa variabel X2 tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.
- Variabel X3 memiliki t-Statistik sebesar 4.093643 dengan nilai Prob. (signifikansi) sebesar 0.0002 (<0.05) maka bisa ditarik kesimpulan bahwa variabel X3 berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.

b. Analisis Uji F

- Diketahui nilai F-Statistic sebesar 5.666098 dengan nilai Prob. (F-statistic) sebesar 0.002175 (<0.05) maka bisa ditarik kesimpulan bahwa variabel independen (X) berpengaruh signifikan secara simultan (bersamaan) terhadap variabel dependen (Y).

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Diketahui nilai Adjusted R Square sebesar 0,22 maka berkesimpulan bahwa sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan (bersamaan) sebesar 22% sedangkan sisanya sebesar 78% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini,

Analisi Data

1. Patron Klien, Jarak Pasar dan Harga Jual berpengaruh secara simultan terhadap Pengambilan Keputusan Nelayan dalam Sistem Penjualan Ikan di Desa Benua Anyar Kec. Bakumpai. Hasil ini dapat dilihat pada hasil uji F yang menghasilkan nilai F-Statistic sebesar 5.666098 dengan nilai Prob. (F-statistic) sebesar 0.002175 (0.05).
2. Patron Klien tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Pengambilan Keputusan Nelayan dalam Sistem Penjualan Ikan di Desa Benua Anyar Kec. Bakumpai. Hal ini berarti terjadi perbedaan dari penelitian terdahulu oleh Dwi Jayanti yang berjudul “Komparasi Pendapatan Antara Nelayan Swadana dengan Nelayan Modal dari Tengkulak di Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Jayanti” yang memiliki hasil penelitian bahwa patron klien atau tengkulak memiliki keterlibatan dalam penjualan ikan nelayan sedangkan di desa Benua Anyar patron klien ternyata tidak berpengaruh signifikan terhadap penjualan ikan nelayan (Desy Dwi Djayanti, 2019). Dan berbeda dari teori yang disampaikan oleh Foster bahwa Modal pinjaman dari patron yang diberikan tersebut merupakan ikatan bagi nelayan sebagai langkah awal melakukan hubungan patron-client, sehingga akan menyebabkan nelayan harus menjual semua ikan yang di dapatnya kepada tengkulak (Ward Edwards, 1954).
3. Jarak Pasar tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengambilan keputusan nelayan dalam menjual ikan di desa Benua Anyar kec. Bakumpai. Hal ini dapat dilihat dari variabel X2 memiliki t-Statistik sebesar 0.989170 dengan nilai Prob. (signifikansi) sebesar 0.3278 (>0.05). Hal ini berarti terjadi perbedaan dengan penelitian terdahulu oleh Noviana Citra Dewayan yang berjudul “Analisis pemasaran ikan laut segar di Kabupaten Cilacap” (Noviana Citra Dewayanti, 2003). Dan berbeda dari teori yang disampaikan oleh Gustinus bahwa Pendapatan nelayan disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya ialah faktor sosial dan ekonomi yang terdiri dari modal dan biaya produksi. Salah satunya ialah ketersediaan bahan bakar minyak (BBM). Hal ini menyebabkan ongkos produksi untuk melaut menjadi naik. Sehingga nelayan lebih memilih menjual di lokasi yang jarak tempuhnya tidak terlalu jauh agar tidak perlu mengeluarkan biaya lagi (Daniel Gustinus Aryanto dkk, 2017).
4. Harga Jual berpengaruh secara signifikan terhadap pengambilan keputusan nelayan dalam menjual ikan di desa Benua Anyar kec. Bakumpai. Hal ini dapat dilihat dari variabel X3 memiliki t-Statistik sebesar 4.093643 dengan nilai Prob. (signifikansi) sebesar 0.0002 (<0.05). hal ini berarti sejalan dengan penelitian terdahulu Retno Muningsar, Dinarwan, dan Cici Anggara dengan judul “Faktor yang Mempengaruhi Nelayan Menjual Hasil Tangkapan di Luar TPI Lampasing : Sebuah Tinjauan

Kebijakan” yang memiliki hasil penelitian bahwa harga jual ikan yang paling berpengaruh (Retno Muningsgar dkk, 2013). dan sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Gregory Lewis, mengutip Achmad, menyatakan bahwa Tengkulak membeli ikan dalam jumlah besar para nelayan dengan harga yang sekecil mungkin agar dapat dijual di pasar untuk mendapatkan keuntungan yang cukup besar bagi tengkulak. Sehingga hal ini menjadi pertimbangan bagi nelayan untuk memutuskan kemana menjual (Kyoto Kacho, 2014).

5. Variabel yang paling dominan adalah variabel Harga Jual. Hal ini dapat dilihat dari hasil nilai Adjusted R Square sebesar 0.22 maka berkesimpulan bahwa sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan (bersamaan) sebesar 22% sedangkan sisanya sebesar 78% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini. Dan karena dari ketiga variabel yang berpengaruh hanya harga jual sudah pasti variabel yang paling dominan mempengaruhi adalah variabel harga jual.

Analisis Islam

Berdasarkan Q.S Al-Maidah ayat 2 tengkulak yang berperan sebagai penolong bagi nelayan harus mempunyai etika moral dan tidak memikirkan keuntungan sendiri yang bisa merugikan nelayan. Dalam konteks ini, Islam menekankan pada etika dan moral dalam berbisnis, agar keuntungan yang dihasilkan tidak semata-mata untuk kepentingan individu, tetapi juga untuk kemaslahatan bersama dan berkontribusi pada masyarakat secara positif. Dengan demikian, ekonomi dalam Islam bukan hanya tentang mencari keuntungan pribadi, tetapi juga tentang menjalankan prinsip-prinsip keadilan, tolong-menolong, dan kemaslahatan bagi seluruh umat manusia.

وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya “Dan tolong-meinolonglah kamu dalam (meingeirjakan) kejahatan dan takwa, dan jangan tolong-meinolong dalam beirbuat dosa dan peilanggaran. Dan beirtakwalah kamu kepada Allah, seisungguhnya Allah amat beirat siksa-Nya” (Yoesrizal M Yoesoef, 2017)

Perilaku tengkulak yang menolong dan menjalin kerja sama dengan nelayan tidak salah namun harus sesuai ajaran islam dengan tidak menyusahkan atau merugikan nelayan dengan harga yang terlalu murah dan selalu berlandaskan dengan kemashlahatan bersama seperti yang ditekanankan pada Q.S Al-Maidah ayat 2 ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil dari penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut; 1) Dari hasil penelitian ini mampu membuktikan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Hasil dari uji yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel patron klien, jarak pasar dan harga jual secara simultan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nelayan dalam sistem penjualan ikan di Desa Benua Anyar kec. Bakumpai. Hal ini dari hasil uji F dengan nilai $0.002175 < 0.05$, 2)

Pada pengujian hipotesis penelitian ini membuktikan patron klien (X1) pengujian hipotesis patron klien (X1) terhadap pengambilan keputusan nelayan dalam menjual ikan secara langsung berdasarkan hasil uji diatas memperoleh nilai 0.8408 (>0.05). Maka dari itu kesimpulannya H_0 ditolak H_a diterima, berarti variabel patron klien tidak mempunyai pengaruh terhadap pengambilan keputusan nelayan dalam menjual ikan. Untuk jarak pasar (X2) terhadap pengambilan keputusan nelayan dalam menjual ikan secara langsung berdasarkan hasil uji diatas memperoleh nilai 0.3278 (>0.05) maka kesimpulannya H_0 ditolak H_a diterima, berarti jarak pasar tidak mempunyai pengaruh terhadap pengambilan keputusan nelayan dalam menjual ikan. Dan variabel harga jual (X3) terhadap pengambilan keputusan nelayan dalam menjual ikan secara langsung berdasarkan hasil uji diatas memperoleh nilai 0.0002 (<0.05) maka kesimpulannya H_0 diterima H_a ditolak, berarti variabel harga jual mempunyai pengaruh terhadap pengambilan keputusan nelayan dalam menjual ikan.

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diperoleh masih terdapat banyak kekurangan dalam penelitian ini. Untuk itu peneliti memberikan saran agar digunakan untuk bahan pertimbangan dan penyempurnaan penelitian selanjutnya yang terkait dengan penelitian sama. Maka saran yang diberikan sebagai berikut; 1) Bagi nelayan, diharapkan nelayan di desa Benua Anyar kec. Bakumpai lebih mempertimbangkan lagi pengambilan keputusan dalam menjual ikan agar keuntungan yang di dapatkan pun bisa dimaksimalkan. Kemudian diharapkan pula nelayan di Desa Benua Anyar yang masih membutuhkan modal dari tengkulak dapat memiliki modal sendiri suatu saat agar tidak adanya keterikatan penjualan dengan tengkulak, 2) Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu tambahan referensi mengenai pengambilan keputusan nelayan bagi peneliti selanjutnya tertarik untuk meneliti topic yang sejenis yaitu patron klien, jarak pasar dan harga jual terhadap pengambilan keputusan nelayan dalam sistem penjualan ikan. Kemudian peneliti selanjutnya dapat meneliti variabel lain yang mempengaruhi pengambilan keputusan nelayan di Desa Benua Anyar kec. Bakumpai yang tidak tercantum pada penelitian ini. Dan juga peneliti selanjutnya dapat meneliti menggunakan metode regresi logistik pada penelitian selanjutnya untuk mengetahui pengambilan keputusan nelayan dalam sistem penjualan ikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015.
- Afriani, Novita. "Analsiis Faktor Penyebab Kemiskinan Nelayan Di Kecamatan Sibolga Utara Pantai Ujung Sibolga." *Repository*, 2021.
- Afriansyah, Rifai. "KONDISI SOSIAL EKONOMI NELAYAN PUKAT PANTAI DI KANAGARIAN SUNGAI PINANG KECAMATAN KOTO XI TARUSAN." telkom university, 2019.
- Ali Murtadlo dkk, Fakhri. "TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PRAKTIK JUAL BELI IKAN ANTARA NELAYAN DENGAN BAKUL (TENGGULAK) DI PELABUHAN PERIKANAN BULU-TUBAN." *jurnal Ekonomi Islam Volume 2*

Nomor 3 (2019).

Alviana Ahza, lily. “Analisis Penetapan Harga Ikan antara Bakun dan Nelayan Desa Gebang Mekar dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah.” *Digital Library*, 2022.

Aryanto dkk, Daniel gustinus. “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN BURUH NELAYAN DI PANTAI SENDANGBIRU DESA TAMBAKREJO KABUPATEN MALANG.” *jurnal ilmu ekonomi* Vol 1Jilid 1 (2017).

Dewayanti, Noviana Citra. “Analisis pemasaran ikan laut segar di kabupaten cilacap.” *digilib.uns.ac.id*, 2003.

Dwi Djayanti, Desy. “KOMPARASI PENDAPATAN ANTARA NELAYAN SWADANA DENGAN NELAYAN MODAL DARI TENGGULAK DI PANGKALAN PENDERATAN IKAN (PPI) JAYANTI.” *eprints*, 2019.

EDWARDS, WARD. “THE THEORY OF DECISION MAKING.” *The Johns Hopkins University* Vol. 51, No. 4, (1954).

Hastinah, R. *Pengaruh Pengalaman Investor, Nilai Investor dan Kepuasan Investor terhadap Loyalitas Investor Galeri Investasi Syariah BEI FEBI UIN ANtasari Banjarmasin*, 2022.

Jelita, Jelita. “STRATEGI PENETAPAN HARGA HASIL TANGKAPAN NELAYAN DI TPI LAPPAL DALAM TINJAUAN EKONOMI SYARIAH.” *INSTITUT AGAMA ISLAM (IAI) MUHAMMADIYAH SINJAI*, 2021, 9.

Kacho, Kyoto. “Patron-Client Relationship (PCR) in Fresh Fish Trade (FFT) at Lake Chad, Cameroon.” *ustralia Conference Proceedings*, 2014.

M yoesoef, Yoesrizal. “PERSPEKTIF MUAMALAH ISLAM TERHADAP JUAL BELI IKAN NELAYAN DENGAN TENGGULAK DI DESA KUALA CANGKOKI, LAPANG, ACEH UTARA.” *Jurnal JESKaPe* Vol. 1, No. 1 (2017).

Muninggar dkk, Retno. “FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NELAYAN MENJUAL HASIL TANGKAPAN DI LUAR TPI LAMPASING: SEBUAH TINJAUAN KEBIJAKAN.” *BULETIN PSP* Volume 21 No. 2 (2013).

Sugiyono, Sugiyono. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*. 2. Alfabeta, 2021.