

Pola Konsumsi Masyarakat Kota Tarakan Terhadap Produk Malaysia

SKRIPSI



Oleh :

Nama : Eka Prista Armalia
Nomor mahasiswa : 17313101
Program studi : Ekonomi Pembangunan

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

2021

Pola Konsumsi Masyarakat Kota Tarakan Terhadap Produk Malaysia

SKRIPSI

disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir

guna memperoleh gelar sarjana jenjang Strata 1

Program Studi Ekonomi Pembangunan

Pada Fakultas Bisnis dan Ekonomi

Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama : Eka Prista Armalia

Nomor Mahasiswa : 17313101

Program Studi : Ekonomi Pembangunan

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

2021

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa laporan Tugas Akhir yang saya submit sebagai syarat untuk penyelesaian program Sarjana di Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia merupakan hasil karya saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan laporan Tugas Akhir yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan dalam sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan karya ilmiah. Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian laporan Tugas Akhir ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiasi dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menanggung sanksi, termasuk pencabutan gelar akademik yang saya sandang sesuai peraturan-peraturan yang berlaku.

Tarikat, 9 September 2021

Penulis,



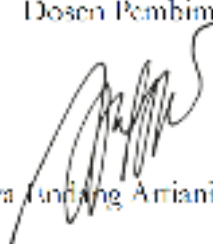
Eka Prita Armada

PENGESAHAN

Pola Konsumsi Masyarakat Kota Tarakan Terhadap Produk Malaysia

Nama : Eka Prista Armalia
Nomor Mahasiswa : 17313101
Program Studi : Ekonomi Pembangunan

Yogyakarta, 9 September 2021
telah disetujui dan disahkan oleh
Dosen Pembimbing,


Lisya Andang Ariani, S.P., M.Si.

PENGESAHAN UJIAN

Telah dipertahankan/diujikan dan disahkan untuk
memenuhi syarat guna memperoleh gelar
Sarjana jenjang Strata 1 pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Nama : Eka Prista Armalia

Nomor Mahasiswa : 17313101

Program Studi : Ekonomi Pembangunan

Yogyakarta, ... Oktober 2021

Disahkan oleh,

Pembimbing Skripsi : Listya Endang Artiani,,S.E., M.Si.

Penguji : Unggul Priyadi,Dr.,M.Si.

Mengetahui

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

Prof. Dr. Jaka Sriyana, S.E., M.Si.



BERITA ACARA REVISI TUGAS AKHIR/ SKRIPSI

Pada tanggal di bawah ini telah dilaksanakan ujian tugas akhir atas:

Nama : **EKA PRISTA ARMALIA**

No. Mahasiswa : **17313101**

Materi tugas akhir yang direvisi/diperbaiki:

Halaman	Hal-hal yang perlu diperbaiki
	Judul ditulis Tingkat Konsumsi. Menunjukkan Gradasi/pemeringkatan konsumsi ; Judul direvisi
	Dalam tujuan jangan menggunakan kata mengetahui diganti menganalisis
	Penulisan sesuai panduan penulisan Skripsi: margin (jangan masuk menjorok ke kanan), tata tulis Per (pemisahan dan huruf kecil)
	Belum ada resume dari kajian pustaka
	Kesimpulan dan saran merujuk pada tujuan penelitian

Tugas akhir tersebut diatas: ~~Diuji lagi~~/Tidak diuji lagi *)

Tanggal Ujian : 12 Oktober 2021

Penguji,

Unggul Priyadi,Dr.,M.Si.

Pembimbing,

Listya Endang Artiani,,S.E., M.Si.

Telah direvisi/diperbaiki tanggal : 20 November 2021

Penguji,



Unggul Priyadi,Dr.,M.Si.

Pembimbing



Listya Endang Artiani,,S.E., M.Si.

Keterangan:

**) Coret yang tidak perlu*

***) Batas Revisi 2 (dua) bulan setelah ujian dilaksanakan jika melebihi batas, kelulusan dinyatakan BATAL dan wajib mengulang ujian. (Buku panduan akademik tentang aturan ujian skripsi dan komprehensif)**

Revisi Berita Acara yang telah ditandatangani pembimbing dan penguji diserahkan ke Divisi Akademik(akademik.fbe@uii.ac.id)

Disusun Oleh : **EKA PRISTA ARMALIA**

Nomor Mahasiswa : **17313101**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada hari, tanggal: **Selasa, 12 Oktober 2021**

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Listya Endang Artiani,S.E., M.Si



Penguji : Unggul Priyadi,Dr.,M.Si.



Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Prof. Jaka Sriyana, SE., M.Si, Ph.D.



Nama Mahasiswa : **EKA PRISTA ARMALIA**
No. Mahasiswa : **17313101**

Penelitian:
**POLA KONSUMSI MASYARAKAT KOTA TARAKAN TERHADAP PRODUK
MALAYSIA**

Naskah Publikasi telah di review oleh Tim Penguji pada tanggal, 12 Oktober 2021 dengan hasil *):

1. Layak dipublikasikan tanpa perbaikan
2. Layak dipublikasikan dengan perbaikan
3. Tidak layak dipublikasikan

Penguji,

Unggul Priyadi, Dr., M.Si
M.Si.

Telah direvisi/diperbaiki tanggal : 20 November 2021

Penguji,

Unggul Priyadi, Dr., M.Si
M.Si.

Pembimbing,

Listya Endang Artiani, S.E.,

Pembimbing,

Listya Endang Artiani, S.E.,

**) Coret yang tidak perlu*



BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

Bismillahirrahmannirrahim

Pada Semester Ganjil 2021/2022, hari, tanggal Selasa, 12 Oktober 2021 Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII telah menyelenggarakan Ujian Tugas Akhir/Skripsi yang disusun oleh:

Nama : **EKA PRISTA ARMALIA**
No. Mahasiswa : **17313101**
Judul Tugas Akhir : **POLA KONSUMSI MASYARAKAT KOTA TARAKAN TERHADAP PRODUK MALAYSIA**
Pembimbing : **Listya Endang Artiani, S.E., M.Si.**

Berdasarkan hasil evaluasi Tim Dosen Penguji Tugas Akhir, maka Tugas Akhir/Skripsi tersebut dinyatakan:

- 1. **Lulus Ujian Tugas Akhir *)**
 - a. ~~Tugas Akhir tidak direvisi~~
 - b. Tugas Akhir perlu direvisi
- 2. ~~Tidak Lulus Ujian Tugas Akhir~~

Nilai :

Referensi : ~~Layak/Tidak Layak~~ *) ditampilkan di Perpustakaan

Tim Penguji

Ketua Tim : **Listya Endang Artiani, S.E., M.Si**

Anggota Tim : **Unggul Priyadi, S.E., M.Si**

Yogyakarta, 12 Oktober 2021



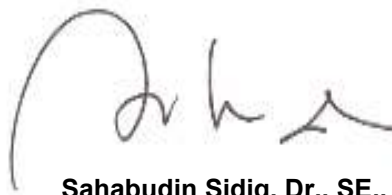
Ekonomi

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu

- Bagi yang lulus Ujian Tugas Akhir dan Komprehensif, segera konfirmasi ke Divisi Akademik

Ketua Program Studi Ilmu



Sahabudin Sidiq, Dr., SE., MA.



HALAMAN DEDIKASI



Alhamdulillahirobbil'alamin

Segala puji dan syukur pada Zat yang Maha Agung, ^{[[[}Allah *Subhanahu Wa Ta'alla*, atas segala limpahan berkah, rahmat, rizki, perlindungan dan kemudahan yang diberikan selama pengerjaan skripsi ini.

Allabumma Sholli 'Ala Mubammad Wa' Ala Ali Mubammad,

serta salam kepada keluarga dan sahabat dan para pengikut Rasulullah *Shallallahu 'Alaibi Wa sallam.*

Yang telah membawa kami semua ke zaman terang benderang.

Terima kasih kepada :

Sirat dan Arbayah

Atas segala waktu, tenaga, keringat yang telah dihabiskan untuk membesarkan penulis, doa, dukungan dan kasih sayang yang tak pernah putus.

Kakak dan adikku

Atas doa, dukungan dan semangat yang diberikan.



KATA PENGANTAR



Allahamdulillabirobbil'alamin Segala puja dan puji syukur kehadiran Allah *Subhanahu Wa Ta'alla*, Tuhan semesta alam atas berkat dan rahmatnya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis hingga penulis diberikan kekuatan dan kemampuan dalam menyelesaikan skripsi ini dengan judul : “Pola Konsumsi Masyarakat Kota Tarakan Terhadap Produk Malaysia.”

Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar S1 Sarjana Ekonomi dari Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari dorongan, bimbingan, doa dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah *Subhanahu Wa Ta'alla* yang tiada hentinya memberi perlindungan, kesehatan, nikmat dan kemudahan dalam segala hal.
2. Kedua orang tua saya, Bapak Sintang dan Ibu Arbayah yang senantiasa selalu memberikan doa yang terbaik dan kerja keras yang luar biasa untuk selalu mendukung penulis.
3. Untuk kakak dan adik saya, Indri Mey Lianti dan Maharani Ardika yang selalu memberikan dukungan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini
4. Bapak Prof. Jaka Sriyana, SE., M.Si, Ph.D. selaku dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Sahabudin Sidiq, Dr., S.E., M.A. selaku ketua prodi Ilmu Ekonomi Universitas Islam Indonesia
6. Ibu Listya Endang Artiani, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan pengetahuan, pikiran, dan waktunya serta kesempatan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
7. Seluruh jajaran dosen dan staf Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang telah mengajarkan serta memberikan ilmu kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini

8. Untuk sahabat-sahabat peneliti yaitu Anjani Syabatia, Candra, Dahliana, Ella Nadia Savira, Joddyansen, Mochammad Septian Elwansyah, Nirmalasari, Rahmayani dan Ibrahim Irvan yang telah memberikan dukungan dan banyak bantuan kepada penulis hingga skripsi ini dapat diselesaikan.
9. Untuk para sahabat-sahabat penulis yang berada di Yogyakarta yaitu Muhammad Ryan Fachri, Tia Dwi Lestari dan Vivi Sinta Dewi yang banyak sekali membantu penulis selama menuntut Ilmu di Yogyakarta.
10. Untuk seluruh staf bidang teknis Marching Band Universitas Islam Indonesia periode 2020/2021, anak-anak CG MBUII dan CG 34 yang selalu memberikandukungan kepada penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman- teman Jurusan Ilmu Ekonomi angkatan 2017 yang telah memberikan informasi-informasi selama masa perkuliahan
12. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu yang selalu memberi dukungannya kepada penulis selama proses menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan limpahan rahmat, karunia, kebaikan dan balasan yang lebih baik atas kebaikan yang secara langsung maupun tidak langsung yang telah diberikan diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan

Tarakan, 9 September 2021

Penulis,

Eka Prista Armalia

DAFTAR ISI

PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN DEDIKASI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan dan Manfaat.....	6
BAB II.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 Produk Domestik Regional Bruto.....	13
2.2.2 Konsumsi.....	14
2.2.3 Pendapatan.....	16
BAB III.....	20
3.1 Metode Penelitian.....	20
2.1.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	20
2.1.2 Sumber Data.....	21
2.1.3 Teknik Pengumpulan Data.....	22
2.1.4 Lokasi Penelitian.....	24
2.1.5 Fokus Penelitian.....	24
2.1.6 Subjek Penelitian.....	24
2.1.7 Teknik Sampling.....	25
2.1.8 Teknik Analisis Data.....	26
BAB IV.....	28
4.1. Gambaran Umum Kota Tarakan.....	28
4.2. Analisis Deskriptif Kualitatif.....	31
4.2.1 Karakteristik Responden.....	31
4.2.2 Penentuan <i>Range</i>	34

4.2.3 Analisis Pertanyaan.....	35
4.2.4 Analisis Hasil Wawancara.....	51
4.2.5 Analisis Hasil Wawancara Mendalam.....	63
4.2.6 Analisis Jumlah Pedagang besar dan Pedagang Eceran Produk Malaysia di Kota Tarakan.....	73
4.2.7 Analisis produk-produk Malaysia yang di pasarkan di Kota Tarakan.....	76
BAB V.....	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran.....	82
Daftar Pustaka.....	83
LAMPIRAN.....	87



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 PDRB Atas Dasar Harga Berlaku menurut Pengeluaran.....	3
Tabel 1.2 Pendapatan Perkapita Kota Tarakan Per Tahun (Juta Rupiah).....	4
Tabel 1.3 Volume dan Nilai Impor Menurut Pelabuhan Bongkar dan Volume dan Nilai Impor Menurut Negara Asal.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 4.1 Persentase Penduduk Berumur 15 Tahun Ke Atas yang Bekerja Selama Seminggu yang Lalu Menurut Lapangan Pekerjaan Utama dan Jenis Kelamin di Kota Tarakan, 2019.....	29
Tabel 4.2 Jenis Kelamin.....	31
Tabel 4.3 Usia Responden.....	32
Tabel 4.4 Jenis Pekerjaan Responden.....	33
Tabel 4.5 Hasil Kuesioner Mengenai Ketergantungan atau Kebiasaan Masyarakat Kota Tarakan Terhadap Produk Malaysia.....	36
Tabel 4.6 Hasil Kuesioner Mengukur Tingkat Kebutuhan Masyarakat Kota Tarakan Terhadap Produk Malaysia.....	41
Tabel 4.7 Hasil Kuesioner Mengenai Harga Memengaruhi Konsumsi Masyarakat Kota Tarakan Terhadap Produk Malaysia.....	47
Tabel 4.8 Hasil Wawancara Kepada Pedagang Produk Malaysia.....	52
Tabel 4.9 Hasil Wawancara Mendalam Kepada Informan Pedagang Produk Malaysia.....	63
Tabel 4.10 Hasil Wawancara Mendalam Kepada Informan Konsumen Pemilik Cafe atau Warung Makan di Kota Tarakan.....	67
Tabel 4.11 Hasil Wawancara Mandalam Kepada Informan Konsumen Biasa di Kota Tarakan..	71
Tabel 4.12 Jumlah Pedagang Eceran produk Malaysia di Kota Tarakan.....	74
Tabel 4.13 Toko Swalayan di Kota Tarakan.....	75
Tabel 4.14 Produk-produk Malaysia di Kota Tarakan.....	76

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I.....	87
LAMPIRAN II.....	92
LAMPIRAN III.....	94
LAMPIRAN IV.....	95
LAMPIRAN V.....	97
LAMPIRAN VI.....	98



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Konsumsi merupakan pengeluaran dari rumah tangga untuk membeli barang dan jasa, dengan pengecualian pada pembelian baru. Barang belanja rumah tangga tersebut termasuk barang awet, seperti mobil dan perabot, serta barang yang tidak awet, seperti makanan dan pakaian. Jasa termasuk produk tak terlihat, seperti cukur rambut dan layanan kesehatan. Belanja rumah tangga untuk pendidikan juga termasuk jasa (walaupun sebagian mungkin berpendapat bahwa hal ini lebih baik dimasukkan ke dalam komponen investasi (Mankiw, 2012)

Menurut Keynes, salah satu faktor utama yang menentukan prestasi ekonomi suatu negara yaitu pengeluaran agregat yang merupakan pembelanjaan masyarakat terhadap barang dan jasa. Keputusan untuk konsumsi suatu rumah tangga memengaruhi perilaku perekonomian secara keseluruhan baik dalam jangka panjang maupun jangka pendek. Jika dalam jangka pendek fluktuasi konsumsi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap fluktuasi ekonomi dan jika dalam jangka panjang keputusan konsumsi rumah tangga akan berpengaruh pada variabel-variabel makroekonomi lainnya.

Soejoto (2011) menambahkan bahwa hubungan antara pendapatan dan konsumsi, bahwa Keynes mengemukakan *the psychological law of consumption* yang berisi:

1. Kenaikan pendapatan, diikuti oleh kenaikan pengeluaran konsumsi yang lebih kecil jumlahnya.
2. Kenaikan pendapatan akan digunakan untuk konsumsi tabungan.

3. Kenaikan pendapatan, bukan merupakan dorongan untuk mengurangi konsumsi dan tabungan.

Selanjutnya Todaro (2006:116) membagi beberapa tingkat atau kategori konsumsi yaitu :

1. Konsumsi primer, dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan pokok manusia untuk bertahan hidup. Konsumsi pokok yang harus dipenuhi oleh seseorang adalah konsumsi untuk pakaian, makanan, dan tempat tinggal.
2. Konsumsi sekunder dilakukan dengan memenuhi kebutuhan akan barang sekunder. Pemenuhan barang sekunder ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan yang dapat ditunda setelah konsumsi primer.
3. Konsumsi tersier atau konsumsi akan barang-barang mewah dilakukan setelah konsumsi primer dan sekunder terpenuhi.

Untuk mengetahui tingkat dan pertumbuhan pendapatan masyarakat, perlu disajikan statistik pendapatan nasional/regional secara berkala, untuk digunakan sebagai bahan perencanaan pembangunan nasional atau regional khususnya di bidang ekonomi. Angka-angka pendapatan nasional/regional dapat dipakai juga sebagai bahan evaluasi dari hasil pembangunan ekonomi yang telah dilaksanakan oleh berbagai pihak, baik pemerintah pusat/daerah, maupun swasta. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) merupakan nilai tambah bruto seluruh barang dan jasa yang tercipta atau dihasilkan di wilayah domestik suatu Negara yang timbul akibat berbagai aktivitas ekonomi dalam suatu periode tertentu tanpa memperhatikan apakah faktor produksi yang dimiliki residen atau non-residen. PDRB atas dasar harga berlaku atau dikenal dengan PDRB nominal disusun berdasarkan harga yang berlaku pada periode perhitungan, dan bertujuan untuk melihat struktur ekonomi.

Berikut tabel yang menunjukkan PDRB Atas Dasar Harga Berlaku menurut Pengeluaran di Kota Tarakan :

Tabel 1.1 PDRB Atas Dasar Harga Berlaku menurut Pengeluaran

Komponen Pengeluaran	PDRB Atas Dasar Harga Berlaku Tahun Dasar 2010 Menurut Pengeluaran (Juta Rupiah)		
	2017	2018	2019
Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga	4.859.626,79	5.073.797,92	5.502.696,44
Pengeluaran Konsumsi LNPRT	269.799,82	280.124,81	319.759,79
Pengeluaran Konsumsi Pemerintah	1.248.206,26	1.340.611,63	1.455.468,90
Pembentukan Modal Tetap Bruto	7.383.134,69	7.947.439,21	8.511.026,53
Perubahan Inventori	168.042,32	132.238,56	133.843,87
Net Ekspor Barang dan Jasa	14.075.319,88	16.891.174,08	20.366.915,14
PDRB	28.004.129,76	31.665.386,22	36.289.710,68

Sumber BPS : Kota Tarakan

Selama tiga tahun terakhir (2017-2019) PDRB Atas Dasar Harga Berlaku menurut Pengeluaran di kota Tarakan didominasi oleh enam komponen pengeluaran, di antaranya: Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga; Pengeluaran Konsumsi LNPRT; Pengeluaran Konsumsi Pemerintah; Pembentukan Modal Tetap Bruto; Perubahan Inventori; Net Ekspor Barang dan Jasa. Dari data di atas dapat kita simpulkan bahwa setiap tahunnya terdapat peningkatan Produk Domestik Regional Bruto. Tercatat pada tahun 2017 PDRB kota Tarakan sebesar Rp 28.004.129,76 dan pada tahun 2018 PDRB Kota Tarakan sebesar Rp 31.665.386,22 dan pada tahun 2019 sebesar Rp 36.289.710,68, di mana jumlah PDRB tahun 2019 mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun-tahun sebelumnya.

Tabel 1.2 Pendapatan Perkapita Kota Tarakan Per Tahun (Juta Rupiah)

Tahun	Pendapatan Perkapita
2017	110,68
2018	120,85
2019	133,96

Sumber: Soimah, 2020

Pada tahun 2019 pendapatan perkapita kota Tarakan menjadi pendapatan perkapita tertinggi di tiga tahun terakhir. Pada tahun 2018 pendapatan perkapita kota Tarakan sebesar 120,85 juta, naik 9,20% dari tahun sebelumnya yang memperoleh pendapatan perkapita 110,68 juta. Pada tahun 2019 pendapatan perkapita kota Tarakan sebesar 133,96 juta, naik sebesar 10,85% dari tahun sebelumnya. Menurut Sadono Sukirno (1985) pembangunan ekonomi di suatu negara merupakan sebuah proses yang dapat menyebabkan pendapatan perkapita penduduk suatu masyarakat meningkat dalam jangka panjang. Hal ini dapat diartikan bahwa pembangunan ekonomi merupakan suatu perubahan yang terus menerus terjadi melalui serangkaian kombinasi proses guna mencapai sesuatu yang lebih baik lagi yaitu adanya peningkatan pendapatan perkapita yang terus menerus berlangsung dalam jangka panjang.

Di kota Tarakan banyak produk Malaysia yang dipasarkan, kebanyakan produk Malaysia yang di perdagangkan berupa kemasan makanan ringan dan kemasan minuman, sejenis kue wafer merk Apollo, minuman kemasan Milo, Nescafe, Kopi Tongkat Ali, Ovaltine, teh tarik Tongkat Ali, oat, candy dan lain lain. Produk-produk dari Malaysia tersebut sudah menjadi salah satu oleh-oleh khas kota Tarakan, bahkan di kota Tarakan terdapat salah satu pasar yang menyediakan khusus produk-produk Malaysia tersebut.

Tabel 1.3

Volume dan Nilai Impor Menurut Pelabuhan Bongkar dan Volume dan Nilai Impor Menurut Negara Asal

Pelabuhan Bongkar	Volume dan Nilai Impor Menurut Pelabuhan Bongkar			
	Nilai FOB (US \$)		Volume (ton)	
	2018	2019	2018	2019
Juata Tarakan	1.084.554,00	4.381,69	7.079,00	3.707,56
Lingkas Tarakan	8.003.032,00	114.202,69	10.371,31	6.865,46
Bandara Juata Tarakan	41.130.527,00	14.444.515,00	22.068,12	8.428,35
Negara Asal Impor	Volume dan Nilai Impor Menurut Negara Asal			
	Nilai FOB (US \$)		Volume (ton)	
	2018	2019	2018	2019
Malaysia	18.673.463,00	8.843.929,00	209.748,05	89.046,15

Sumber BPS: Kota Tarakan

Tingginya tingkat konsumsi masyarakat kota Tarakan terhadap produk-produk Malaysia dibuktikan dengan tingginya tingkat impor Malaysia terhadap provinsi Kalimantan Utara, di mana menurut Badan Pusat Statistik (BPS) kota Tarakan tercatat volume nilai impor Malaysia terhadap Kalimantan Utara sebesar 209.748,05 ton dengan nilai FOB 18.673.463,00 US \$ pada tahun 2018 dan 89.046,15 ton dengan nilai FOB 8.843.929,00 US \$ pada tahun 2019. Adapun data menurut Badan Pusat Statistik (BPS) berdasarkan pelabuhan bongkar di kota Tarakan tercatat volume nilai impor Malaysia sebesar 39.518,43 ton dengan nilai FOB 50.218.113,00 US \$ pada tahun 2018 dan 19.001,37 ton dengan nilai FOB 26.302.953 US \$ pada tahun 2019. Berdasarkan data tersebut Negara Malaysia menjadi Negara dengan tingkat impor tertinggi di Kalimantan Utara ataupun di kota Tarakan.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis tertarik untuk meneliti dan mengkaji mengapa masyarakat kota Tarakan cenderung lebih gemar membeli produk-produk Malaysia dibandingkan dengan produk-produk Indonesia, bahkan di kota Tarakan produk-produk Malaysia selalu menjadi oleh-oleh yang wajib dibawa ketika bepergian keluar kota ataupun ketika ada wisatawan yang datang ke kota Tarakan. Hal itulah yang membuat penulis ingin meneliti dan mengkaji apakah ada pengaruh tingkat pendapatan masyarakat kota Tarakan, letak geografis kota Tarakan, dan harga produk Malaysia yang lebih murah memengaruhi tingkat konsumsi masyarakat kota Tarakan terhadap produk-produk Malaysia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, beberapa masalah yang akan dianalisis pada skripsi ini adalah:

1. Apa saja faktor yang memengaruhi tingkat konsumsi masyarakat Kota Tarakan terhadap produk Malaysia?
2. Apakah tingkat konsumsi masyarakat Kota Tarakan terhadap Produk Malaysia memberikan dampak ekonomi di Kota Tarakan?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penelitian

- a) Untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang memengaruhi konsumsi masyarakat Kota Tarakan terhadap produk Malaysia
- b) Untuk menganalisis apakah apakah konsumsi masyarakat Kota Tarakan terhadap produk Malaysia memberikan dampak ekonomi di Kota Tarakan

2. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dapat digunakan oleh pemangku kepentingan dan referensi bagi penelitian selanjutnya terkait faktor-faktor apa saja yang memengaruhi tingginya konsumsi masyarakat kota Tarakan

terhadap produk Malaysia dan untuk mengetahui pola konsumsi masyarakat kota Tarakan terhadap produk Malaysia.



BAB II

PENELITIAN TERDAHULU DAN LANDASAN TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam penulisan skripsi ini penulis menggali informasi dari penelitian- penelitian sebelumnya sebagai bahan perbandingan, baik mengenai kekurangan atau kelebihan yang sudah ada. Selain itu, penulis juga menggali informasi dari buku - buku maupun skripsi dalam rangka mendapatkan suatu informasi yang ada sebelumnya tentang teori yang berkaitan dengan judul yang digunakan untuk memperoleh landasan teori ilmiah.

- 1) Dikutip dari sebuah jurnal yang berjudul “Motivasi Masyarakat Perbatasan Indonesia Dalam Menggunakan Barang Impor Dari Negara Malaysia (Studi Kasus Desa Badau Kecamatan Badau Kabupaten Kapuas Hulu Provinsi Kalimantan Barat)” yang ditulis oleh Ade Mohamad Wiranda, Afifudin, dan Roni Pindahamto Widodo (2019). Ketergantungan terhadap barang impor telah lama menjadi masalah yang umum bagi masyarakat Indonesia terutama pada masyarakat yang berada pada daerah perbatasan khususnya perbatasan antara negara Indonesia, Kabupaten Kapuas Hulu-Malaysia, Sarawak. Di daerah perbatasan antara Malaysia dan Indonesia tersebut, barang impor sangat mudah ditemukan dan beredar bersama dengan barang atau produk asli negara Indonesia. Motivasi tersebut timbul karena adanya rasa ingin memenuhi kebutuhan sehari-hari maka hal itu pula yang mendorong masyarakat perbatasan menggunakan barang impor dari negara Malaysia. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi penggunaan barang impor dari negara Malaysia bagi masyarakat di daerah perbatasan sangatlah bermacam-macam yaitu, karena barang impor dari Malaysia jarang mengalami kenaikan harga

atau perubahan harga yang signifikan, jarak tempuh dari Desa Badau ke Malaysia lebih dekat ketimbang jika harus pergi ke kota lainnya yang berada di sekitar Desa Badau. Adapun faktor lainnya yaitu dari segi pelayanan terhadap konsumen yang diberikan di Malaysia cenderung ramah dan bersahabat dan tak jarang pula konsumen atau pembeli diberikan potongan harga dan untuk pembelian barang-barang impor dari segi kualitasnya kebanyakan lebih bagus produk atau barang-barang dari Malaysia dibandingkan dengan barang atau produk lokal Indonesia. Selain itu keuntungan penjualan dari barang impor ini lebih besar dibandingkan dengan barang atau produk asli negara sendiri, sehingga memunculkan sebuah peribahasa atau istilah yang sering disebut oleh warga sekitar yaitu, “INDONESIA DI DADAKU, MALAYSIA DI PERUTKU”

- 2) Menurut Laporan Akhir Kajian Pengawasan Barang Yang Beredar Di Daerah Perbatasan yang dikeluarkan oleh Kementerian Perdagangan Republik Indonesia pada tahun 2014, dalam upaya melindungi konsumen, pemerintah melalui Kementerian Perdagangan, telah mengeluarkan Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 20/M- DAG/PER/5/2009 tentang Ketentuan dan Tata cara Pengawasan Barang dan/atau Jasa. Upaya meningkatkan pengawasan terhadap barang beredar sebagai upaya mewujudkan perlindungan konsumen yang optimal pada dasarnya harus dilaksanakan di seluruh wilayah Republik Indonesia termasuk di wilayah perbatasan. Penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan pengawasan barang dan sekaligus menganalisis kinerja pengawasan khususnya di daerah perbatasan. Dengan menggunakan kerangka Input-Proses-Output.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengawasan terhadap barang beredar di daerah perbatasan belum dapat dilaksanakan secara optimal serta kinerja pengawasan barang di daerah perbatasan belum berjalan dengan baik hal ini disebabkan oleh Sumber Daya Manusia (SDM) pengawasan yang dimiliki daerah perbatasan masih terbatas atau hanya sebanyak 50% dari kebutuhan, proporsi anggaran untuk pengawasan masih relatif kecil yaitu rata-rata sebesar 9% dari total anggaran dinas, serta minimnya sarana transportasi untuk mendukung pelaksanaan pengawasan

- 3) Dalam skripsi yang berjudul “Persepsi Masyarakat Perbatasan Terhadap Penerimaan Masyarakat Terhadap Produk Larian Negeri di Desa Aji Kuning Kecamatan Sebatik Tengah Kabupaten Nunukan” yang ditulis oleh Nurlela pada tahun 2018, yaitu persepsi masyarakat mengenai nasionalisme adalah cinta kepada tanah air, dalam hal yang dimaksud mencintai tanah air adalah menjaga apa yang negara kita miliki jangan sampai diambil oleh negara lain; bersedia mempertahankan dan membela negara. Masyarakat perbatasan sangat menjunjung tinggi akan rasa nasionalisme dan dalam diri masyarakat perbatasan masih kuat rasa cinta terhadap Negara Kesatuan Republik Indonesia. Adapun faktor-faktor yang menyebabkan penerimaan produk yang berasal dari Malaysia, yakni:
 - a) Susahnya mendapatkan produk-produk dari dalam negeri.
 - b) Jarak tempuh yang dilalui masyarakat di daerah perbatasan untuk mendapatkan produk-produk dari Malaysia lebih dekat dan menggunakan biaya yang lebih sedikit sedangkan untuk mendapatkan produk yang berasal dari dalam negeri sendiri jalur yang masyarakat tempuh lebih jauh dan mengeluarkan biaya lebih banyak.

- c) Masyarakat lebih memilih menggunakan produk-produk dari Malaysia karena kualitasnya lebih bagus dibandingkan dengan produk- produk dalam negeri meskipun harga yang produk Malaysia lebih tinggi, tetapi hal tersebut tidak menghalangi masyarakat untuk lebih memilih menggunakan produk tersebut. Ketergantungan masyarakat terhadap produk-produk dari Malaysia untuk bertahan hidup yang terjadi sudah sejak lama dan produk-produk tersebut merupakan barang ilegal yang di mana sangat berisiko terhadap masyarakat setempat.
- 4) Berdasarkan berbagai penelitian yang terdahulu yang telah disajikan di atas, penelitian ini secara umum yang menjadi pembeda antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah peneliti ingin menganalisis apa sajakah faktor yang memengaruhi konsumsi masyarakat terhadap produk Malaysia dan apakah konsumsi masyarakat terhadap produk Malaysia memberikan dampak ekonomi di Kota Tarakan.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul	Hasil
Ade Mohamad Wiranda, Afifudin, dan Roni Pindahamto Widodo (2019)	Motivasi Masyarakat Perbatasan Indonesia Dalam Menggunakan Barang Impor Dari Negara Malaysia (Studi Kasus Desa Badau Kecamatan Badau Kabupaten Kapuas Hulu Provinsi Kalimantan Barat)	Motivasi penggunaan barang impor dari negara Malaysia bagi masyarakat perbatasan sangatlah beragam yaitu, karena barang impor dari Malaysia jarang mengalami kenaikan atau perubahan harga yang signifikan, jarak tempuh yang lumayan dekat ketimbang dekat ketimbang harus pergi ke kota lainnya. Adapun faktor yang memengaruhi tingginya penggunaan barang impor di wilayah perbatasan adalah kebanyakan pelayanan yang diberikan di Malaysia cenderung ramah dan bersahabat serta tak jarang pula diberikan potongan harga dan untuk pembelian barang-barang impor kualitasnya kebanyakn lebih bagus dari barang atau produk lokal.

<p>Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (2014)</p>	<p>Laporan Akhir Kajian Pengawasan Barang Yang Beredar Di Daerah Perbatasan</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengawasan barang beredar di daerah perbatasan belum dilaksanakan secara optimal dan kinerja pengawasan barang di daerah perbatasan belum berjalan dengan baik yang disebabkan Sumber Daya Manusia (SDM) pengawasan yang dimiliki daerah perbatasan masih terbatas atau hanya sebanyak 50% dari kebutuhan, proporsi anggaran untuk pengawasan masih relatif kecil yaitu rata-rata sebesar 9% dari total anggaran dinas, dan minimnya sarana transportasi untuk mendukung pelaksanaan pengawasan.</p>
<p>Nurlela (2018)</p>	<p>Persepsi Masyarakat Perbatasan Terhadap Penerimaan Masyarakat Terhadap Produk Latanuar Negeri di Desa Aji Kuning Kecamatan Sebatik Tengah Kabupaten Nunukan</p>	<p>Persepsi masyarakat tentang nasionalisme adalah cinta kepada tanah air, dalam hal ini mencintai tanah air adalah menjaga apa yang negara kita punya jangan sampai diambil oleh negara lain; bersedia mempertahankan dan membela negara. Masyarakat perbatasan sangat menjunjung tinggi akan rasa nasionalisme dan dalam diri masyarakat perbatasan masih kuat rasa cinta terhadap Negara Kesatuan Republik Indonesia. Adapun faktor-faktor yang menyebabkan penerimaan produk yang berasal dari Malaysia, yakni: 1) susahny mendapatkan produk-produk dalam negeri. 2) jarak tempuh yang lebih dekat. 3) kualitas yang lebih bagus</p>

Eka Prista Armalia 2021	Pola Konsumsi Masyarakat Kota Tarakan Terhadap Produk Malaysia	Yang menjadi pembeda antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah penulis ingin meneliti apa sajakah faktor yang memengaruhi tingkat konsumsi masyarakat terhadap produk Malaysia dan apakah tingkat konsumsi masyarakat terhadap produk Malaysia memberikan dampak ekonomi di Kota Tarakan
-----------------------------------	--	--

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Produk Domestik Regional Bruto

Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) merupakan nilai tambah bruto seluruh barang dan jasa yang diperoleh di wilayah domestik suatu negara yang timbul akibat berbagai aktivitas ekonomi dalam suatu periode tertentu tanpa memperhatikan apakah faktor produksi yang dimiliki residen atau non-residen.

Penyusunan PDRB dapat dilakukan melalui tiga pendekatan yaitu pendekatan produksi, pengeluaran, dan pendapatan yang disajikan atas dasar harga berlaku dan harga konstan. PDRB atas dasar harga berlaku atau dikenal dengan PDRB nominal disusun berdasarkan harga berlaku pada periode perhitungan, dan bertujuan untuk melihat struktur perekonomian. Sedangkan PDRB atas dasar harga konstan disusun berdasarkan harga pada tahun dasar dan bertujuan untuk mengukur pertumbuhan ekonomi. Data pendapatan nasional adalah salah satu indikator makro yang dapat menunjukkan kondisi perekonomian nasional setiap tahun. Manfaat yang dapat diperoleh dari data ini antara lain adalah :

- 1) PDRB harga berlaku (nominal) menunjukkan kemampuan sumber daya ekonomi yang dihasilkan oleh suatu wilayah. Nilai PDRB yang besar menunjukkan kemampuan sumber daya ekonomi yang besar, begitu juga sebaliknya.
- 2) PDRB harga konstan (riil) dapat digunakan untuk menunjukkan laju pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan atau setiap kategori dari tahun ke tahun.
- 3) Distribusi PDRB harga berlaku menurut lapangan usaha menunjukkan struktur perekonomian atau peranan setiap kategori ekonomi dalam suatu wilayah. Kategori- kategori ekonomi yang mempunyai peran besar menunjukkan basis perekonomian suatu wilayah.
- 4) PDRB per kapita atas dasar harga berlaku menunjukkan nilai PDB dan PNB per satu orang penduduk.
- 5) PDRB per kapita atas dasar harga konstan berguna untuk mengetahui pertumbuhan nyata ekonomi per kapita penduduk suatu negara.

2.2.2 Konsumsi

Teori konsumsi Keynes terkenal dengan teori Hipotesis Pendapatan Absolute (Absolute Income Hypothesis – AIH) yang pada intinya menjelaskan bahwa konsumsi seseorang dan atau masyarakat secara absolut ditentukan oleh tingkat pendapatan, walaupun ada faktor lain yang juga menentukan, maka menurut Keynes kesemuanya itu tidak berarti apa-apa dan sangat tidak menentukan.

Teori konsumsi Keynes didasarkan pada 3 postulat yaitu:

- 1) Menurut hukum psikologis fundamental (katakanlah ia sebagai hukum Keynes), bahwa konsumsi akan meningkat apabila pendapatan meningkat, akan tetapi besarnya peningkatan konsumsi tidak akan sebesar peningkatan pendapatan, oleh karenanya adanya batasan dari Keynes sendiri yaitu bahwa kecenderungan mengonsumsi marginal = $MPC = \frac{\Delta C}{\Delta Y}$ (Marginal Propensity to Consume) adalah antara nol dan satu, dan pula besarnya perubahan konsumsi selalu di atas 50% dari besarnya perubahan pendapatan. Artinya perubahan konsumsi di atas 50% akan tetapi tetap tidak sampai 100% ($0,5 > MPC < 1$).
- 2) Rata-rata kecenderungan mengonsumsi = $APC = \frac{C}{Y}$ (Average Propensity to Consume) akan turun apabila pendapatan naik, alasannya sederhana saja, karena peningkatan pendapatan selalu lebih besar dari peningkatan konsumsi, sehingga pada setiap naiknya pendapatan pastilah akan memperbesar tabungan. Dengan demikian dapat dibuatkan suatu pernyataan lagi bahwa setiap terjadi peningkatan pendapatan maka pastilah rata-rata kecenderungan menabung akan semakin tinggi.
- 3) Bahwa pendapatan adalah determinan (faktor penentu utama dari konsumsi dan faktor-faktor lain dianggap tidak berarti).

2.2.3. Pendapatan

Salah satu tolak ukur yang dapat digunakan untuk menilai kondisi perekonomian suatu Negara adalah pendapatan nasional. Dalam ilmu ekonomi, pengertian pendapatan nasional bermacam-macam. Hal ini tergantung dari cara pandang atau pendekatan mana yang digunakan, serta metode perhitungannya. Pendapatan nasional secara umum diartikan pendapatan/penghasilan yang diterima oleh suatu Negara selama satu tahun yang diukur dengan nilai uang. Tujuan dari perhitungan pendapatan nasional ini adalah untuk mendapatkan gambaran tentang tingkat ekonomi yang telah dicapai dan nilai output yang diproduksi, komposisi pembelanjaan agregat, sumbangan dari berbagai sektor perekonomian, serta tingkat kemakmuran yang dicapai. Pendapatan nasional mempunyai komponen yang terdiri dari atas konsumsi, tabungan/investasi, pemerintah, dan masyarakat luar negeri.

Faktor yang memengaruhi pendapatan nasional sebagai berikut :

- a) Penggunaan teknologi produksi
- b) Permodalan
- c) Stabilitas nasional
- d) Kebijakan pemerintah
- e) Pengetahuan ilmiah yang dimiliki oleh masyarakat.

Jika dilihat dari jumlah barang dan jasa yang dihasilkan, pendapatan nasional dikelompokkan menjadi Produk Domestik Bruto (PDB), Produk Nasional Bruto (PNB), Produk Nasional Neto (NNP), Pendapatan Nasional

Income (NNI), Pendapatan Perseorangan (PI), dan Pendapatan yang siap dibelanjakan (DI).

1) Produk Domestik Bruto (PDB)

Gross Domestic Product (GDP) atau Produk Domestik Bruto adalah merupakan jumlah produk berupa barang dan jasa yang dihasilkan oleh suatu Negara (domestic) ditambah dengan barang dan jasa yang dihasilkan oleh orang asing yang berada di Negara tersebut selama satu tahun. Barang dan jasa yang dihasilkan oleh penduduk Negara tersebut yang berada di luar negeri belum dihitung. Barang dan jasa yang dihasilkan oleh orang asing harus kita kembalikan ke Negara asalnya. Transaksi yang demikian disebut “pembayaran ke luar negeri”.

$PDB = PNB + \text{Pembayaran ke Luar Negeri} - \text{Pembayaran dari Luar Negeri}$

2) Produk Nasional Bruto (PNB)

Gross National Product (GNP) atau Produk Nasional Bruto (PNB) adalah barang dan jasa yang dihasilkan oleh penduduk suatu Negara (nasional) selama satu tahun, termasuk hasil produksi barang dan jasa yang dihasilkan oleh warga Negara yang berada di luar negeri, tetapi tidak termasuk hasil produksi perusahaan asing yang beroperasi di wilayah Negara tersebut. Barang dan jasa yang dihasilkan oleh penduduk di luar negeri tersebut dapat ditarik kembali. Transaksi penerimaan kembali barang dan jasa yang dihasilkan di luar negeri disebut “pembayaran dari luar negeri”. Selisih pembayaran dari luar negeri dengan pembayaran ke luar negeri disebut Pembayaran Neto.

$GNP = GNP - \text{Pembayaran ke Luar Negeri} + \text{Pembayaran dari Luar Negeri}$

3) Produk Nasional Netto (PNN)

Net National Product (NNP) atau Produk Nasional Neto (Produk Nasional Bersih (PNB) adalah GNP dikurangi depresiasi atau penyusutan barang modal (sering pula disebut replacement). Replacement penggantian barang modal/penyusutan bagi peralatan produksi yang dipakai dalam proses produksi umumnya bersifat taksiran sehingga mungkin saja kurang tepat dan dapat menimbulkan kesalahan meskipun relative kecil. $NNP = GNP - \text{Penyusutan Barang-Barang Modal}$

4) Pendapatan Nasional Neto (NNI)

Net National Income (NNI) atau Pendapatan Nasional Neto (PNN) adalah pendapatan yang dihitung menurut jumlah balas jasa yang diterima oleh masyarakat sebagai pemilik faktor produksi. Besarnya NNI dapat diperoleh dari NNP dikurangi pajak tidak langsung. Yang dimaksud pajak tidak langsung atau Indirect tax adalah pajak yang bebannya dapat dialihkan kepada pihak lain, seperti pajak penjualan, pajak hadiah, dan lain-lain. Pajak tidak langsung juga dapat dikenakan kepada wajib pajak pada saat tertentu atau terjadi suatu peristiwa kena pajak seperti pajak pertambahan nilai (PPN), pajak bea balik nama kendaraan bermotor (BBNKB) dan lain-lain.

5) Pendapatan Perseorangan (PP)

Personal Income (PI) atau Pendapatan Perseorangan (PP) adalah jumlah pendapatan yang diterima oleh setia orang dalam masyarakat, termasuk pendapatan yang diperoleh tanpa melakukan kegiatan apapun. Pendapatan perseorangan juga menghitung pembayaran transfer (transfer payment).
Contoh

pembayaran dana pensiunan, tunjangan sosial bagi para pengangguran, bekas pejuang, bunga utang pemerintah, dan sebagainya. Untuk mendapatkan jumlah pendapatan perseorangan, NNI harus dikurangi dengan pajak laba perusahaan (pajak yang dibayar setiap badan usaha kepada pemerintah), laba yang tidak dibagi (sejumlah laba yang tetap ditahan di dalam perusahaan untuk beberapa tujuan tertentu, misalnya keperluan perluasan perusahaan untuk beberapa tujuan tertentu, misalnya keperluan perluasan perusahaan), dan iuran pensiun (iuran yang dikumpulkan oleh setiap tenaga kerja dan setiap perusahaan dengan maksud untuk dibayarkan kembali setelah tenaga kerja tersebut tidak lagi bekerja).

6) Pendapatan yang siap dibelanjakan (DI)

Disposable Income atau pendapatan yang siap dibelanjakan adalah pendapatan yang siap untuk dimanfaatkan guna membeli barang dan jasa konsumsi dan selebihnya menjadi tabungan yang disalurkan menjadi investasi. Disposable Income ini diperoleh dari personal income dikurangi dengan pajak langsung. Pajak langsung (direct tax) adalah pajak yang bebannya tidak dapat dialihkan kepada pihak lain, artinya harus langsung ditanggung oleh wajib pajak, atau pajak yang dikenakan kepada wajib pajak setelah muncul atau terbit surat pemberitahuan (SPT) atau kohir yang dikenakan berulang-ulang kali dalam jangka waktu tertentu. Contohnya pajak pendapatan atau penghasilan (PPh). Pajak Bumi dan Bangunan (PBB), Pajak Penerangan Jalan, dan lain-lain.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode adalah suatu cara yang digunakan peneliti untuk mencapai suatu tujuan. Maka pada bagian ini akan diuraikan mengenai metode yang dilakukan dalam penelitian dan juga proses yang dilalui dalam penelitian ini. Proses pelaksanaan itu meliputi: jenis penelitian, pendekatan penelitian, sumber data dan metode analisis data. Penelitian adalah usaha untuk menemukan, mengembangkan dan menguji kebenaran suatu pengetahuan yang dilakukan dengan menggunakan metode ilmiah.

3.1.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian dalam skripsi ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Bogdan dan Taylor (1975:5) mendefinisikan “metodologi kualitatif” sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari informan penelitian dan perilaku objek penelitian yang diamati. Menurut mereka, pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh). Dalam penelitian ini tidak ada perlakuan yang ditambahkan atau dikurangi dalam perolehan data di lapangan, penelitian ini menggambarkan suatu gejala, kondisi dan sifat situasi secara apa adanya tanpa adanya manipulasi pada waktu penyelidikan lapangan dilakukan. Tujuan penelitian ini adalah melukiskan variabel atau kondisi objek yang diamati secara apa adanya tanpa adanya manipulasi. Penelitian dalam skripsi ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari

informan penelitian dan perilaku objek penelitian yang diamati. Dalam penelitian ini tidak ada perlakuan yang ditambahkan atau dikurangi dalam perolehan data di lapangan, penelitian ini menggambarkan suatu gejala, kondisi dan sifat situasi secara apa adanya tanpa adanya manipulasi pada waktu penyelidikan lapangan dilakukan. Tujuan penelitian ini adalah melukiskan variabel atau kondisi objek yang diamati secara apa adanya tanpa adanya manipulasi.

3.1.2 Sumber Data

Dalam hal ini peneliti menggunakan dua sumber data, yaitu data primer dan data sekunder.

- 1) Data primer adalah data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifik studi. Sumber data primer adalah responden individu, kelompok fokus, internet juga dapat menjadi sumber data primer jika kuesioner disebarluaskan melalui internet (Uma Sekaran, 2011). Pengertian data primer menurut Narimawati (2008;98) dalam bukunya “Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif Teori dan Aplikasi” bahwa: “Data primer adalah data yang berasal dari sumber asli atau pertama. Data ini tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi ataupun dalam bentuk file- file. Data ini harus dicari melalui narasumber atau dalam istilah teknisnya responden, yaitu orang yang kita jadikan objek penelitian atau orang yang kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi ataupun data.

Kuesioner ini akan diberikan kepada masyarakat kota Tarakan

- 2) Sedangkan data sekunder adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Sumber data sekunder adalah catatan atau dokumentasi perusahaan, publikasi pemerintah, analisis industri oleh media, situs Web, internet dan seterusnya (Uma Sekaran, 2011). Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2008 : 402). Data sekunder ini merupakan data yang sifatnya mendukung keperluan data primer seperti buku-buku, literatur dan bacaan.

3.1.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua teknik pengumpulan data yaitu teknik pengumpulan data kuesioner dan teknik pengumpulan data studi pustaka.

- 1) Kuesioner atau angket adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan untuk dijawab oleh responden, biasanya secara tertulis. Kuesioner digunakan ketika peneliti ingin mengetahui persepsi atau kebiasaan suatu populasi berdasarkan responden. Kuesioner yang disebar harus diuji dulu sebelumnya untuk mengetahui jika butir-butir pertanyaan yang dimasukkan dapat digunakan sebagai alat ukur yang valid dan reliabel. Kuesioner dapat berupa kuesioner cetak maupun *online*. Pada penelitian ini penulis akan mengambil data dengan dua cara yaitu

terjun langsung ke lapangan dengan menyebarkan kuesioner dan menyebarkan kuesioner melalui media online yang berbentuk google formulir. Alat ukur yang peneliti pakai adalah kuesioner dengan skala likert. Menurut Sugiyono, Skala Likert adalah alat untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Tiap responden cukup mengemukakan pendapatnya apakah ia sangat setuju, setuju, kurang setuju, ragu-ragu, tidak setuju, atau sangat tidak setuju. Adapun nilai dari setiap alternatif jawaban yang disediakan adalah:

- a) Selalu : bernilai 3 poin
- b) Sering : bernilai 2 poin
- c) Jarang : bernilai 1 poin

Adapun skala yang digunakan sebagai pedoman dalam mengklasifikasikan tingkat konsumsi masyarakat terhadap produk Malaysia adalah sebagai berikut:

- a) 1 – 14 poin : Jarang
 - b) 15 – 28 poin : Sering
 - c) 29 – 42 poin : Selalu
- 2) Teknik pengumpulan data yang juga banyak dilakukan adalah studi pustaka. Studi pustaka mengumpulkan data yang relevan dari buku, artikel ilmiah, berita, maupun sumber kredibel lainnya yang terkait dengan topik penelitian.

3.1.4 Lokasi Penelitian

Lokasi dari penelitian ini adalah Kota Tarakan Provinsi Kalimantan Utara, di mana cukup mudah untuk menemukan produk-produk dari Malaysia di Kota Tarakan. Adapun alasan peneliti menjadikan Kota Tarakan sebagai lokasi penelitian adalah karena letak Kota Tarakan yang cukup dekat dengan daerah perbatasan dan juga Kota Tarakan merupakan Kota transit di Kalimantan Utara, sehingga aktivitas perekonomian barang ataupun jasa yang akan diekspor atau diimpor ke dalam atau luar negeri berpusat di Kota Tarakan.

3.1.5 Fokus Penelitian

Menurut Moh. Zuhdi (2018) fokus penelitian adalah titik poin yang menjadi dasar pijakan dalam melakukan penelitian. Sebuah penelitian yang tidak mempunyai fokus yang jelas akan kehilangan 'roh' dasar penelitian. Adapun fokus dari penelitian ini adalah apa yang memengaruhi tingkat konsumsi masyarakat terhadap produk Malaysia di Kota Tarakan.

3.1.6 Subjek Penelitian

Menurut Amirin (1986) subjek penelitian adalah satu orang atau sesuatu yang mengenainya ingin diperoleh keterangan atau orang pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Adapun subjek penelitian ini adalah populasi seluruh masyarakat Kota Tarakan dengan kriteria berdomisili di Kota Tarakan dengan kisaran umur 18 – 70 tahun. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Pengertian dari penelitian kualitatif menurut Anselm Strauss dan Juliet Corbin (2003:4), penelitian kualitatif adalah jenis

penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya. Sementara itu, menurut Sugiyono (2009:15) adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) di mana peneliti adalah sebagai instrument kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara Purposive dan snowball, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Husaini (2011:78), menyebutkan bahwa penelitian kualitatif berusaha memahami dan menafsirkan suatu peristiwa interaksi tingkah laku manusia dalam situasi tertentu menurut perspektif peneliti sendiri.

3.1.7 Teknik Sampling

Sampling dalam penelitian dapat diartikan sebagai suatu proses penentuan sampel. Secara umum, persepsi sampel merujuk pada bagian dari populasi. Akan tetapi, dalam penelitian kualitatif tidak bermaksud untuk menggambarkan karakteristik populasi atau menarik generalisasi kesimpulan yang berlaku bagi suatu populasi, melainkan lebih berfokus kepada representasi terhadap fenomena sosial. Data atau informasi harus ditelusuri seluas- luasnya sesuai dengan keadaan yang ada. Hanya dengan demikian, peneliti mampu mendeskripsikan fenomena yang diteliti secara utuh (Burhan Bungin, 2012:53). Menurut Sugiyono, dalam sebuah penelitian kualitatif teknik sampling yang lebih sering digunakan adalah purposive sampling dan snowball sampling. Purposive sampling adalah teknik

pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, misalnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan. Snowball sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data yang pada awalnya jumlahnya sedikit, namun lama-lama menjadi besar (Sugiyono, 2009:300). Sementara itu menurut Burhan Bungin (2012:53), dalam prosedur sampling yang paling penting adalah bagaimana menentukan informan kunci (key informan) atau situasi sosial tertentu yang sarat informasi. Memilih sampel, dalam hal ini informan kunci atau situasi sosial lebih tepat dilakukan dengan sengaja atau bertujuan, yakni dengan purposive sampling. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Karena peneliti merasa sampel yang diambil paling mengetahui tentang masalah yang akan diteliti oleh peneliti.

3.1.8 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel. Miles and Huberman (1984), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Adapun aktivitas dalam analisis data menurut mereka adalah sebagai berikut:

1) *Data Reduction* (Reduksi Data)

Menurut Emzir (2016) reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang, dan menyusun data dalam suatu cara di mana kesimpulan akhir dapat digambarkan dan diverifikasi.

2) *Display Data* (Penyajian Data)

Penyajian data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antara kategori flowchart dan sejenisnya. Miles dan Huberman (1984) yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan menyajikan data maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

3) Penarikan Kesimpulan/Verifikasi

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman (1984) adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan berupa kesimpulan yang kredibel.

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Kota Tarakan

Kota Tarakan adalah kota yang terletak di provinsi termuda Indonesia, yaitu Kalimantan Utara. Penduduk Kota Tarakan berdasarkan proyeksi penduduk tahun 2019 sebanyak 270,89 ribu jiwa yang terdiri dari 141,61 ribu jiwa penduduk laki-laki dan 129,28 jiwa penduduk perempuan. Jika dibandingkan dengan proyeksi jumlah penduduk tahun 2018, penduduk Kota Tarakan mengalami pertumbuhan sebesar 3,56%. Kepadatan penduduk di Kota Tarakan tahun 2019 mencapai 1.080,12 jiwa/ (Badan Pusat Statistik 2020). Tarakan berasal dari Bahasa suku Tidung yaitu suku pribumi di Kota Tarakan. “Tarak” yang berarti makan, sesuai dengan namanya pulau tarakan merupakan tempat persinggahan atau tempat peristirahatan dan melakukan barter kaum nelayan dari kerajaan tidung pada masa sebelum datangnya penjajahan kolonial belanda. Tarakan juga sering disebut Bumi Paguntaka yang memiliki arti “Kampung Kita”. Pagun dalam Bahasa tidung berarti kampung, Taka yang berarti kita.

Jumlah penduduk usia kerja di Kota Tarakan tahun 2019 berjumlah 194.808 orang, yang terdiri dari 125.702 orang angkatan kerja. Tingkat partisipasi angkatan kerja di Kota Tarakan tahun 2019 mencapai angka 64,53% dan tingkat pengangguran di Kota Tarakan pada tahun 2019 adalah sebanyak 6.008 orang dengan tingkat persentase sebesar 4,78% dengan rincian 3,58% laki-laki dan 7,41% perempuan (Badan Pusat Statistika Kota Tarakan, 2021).

Tabel 4.1 Persentase Penduduk Berumur 15 Tahun Ke Atas yang Bekerja Selama Seminggu yang Lalu Menurut Lapangan Pekerjaan Utama dan Jenis Kelamin di Kota Tarakan, 2019

Lapangan Pekerjaan Utama	Jenis Kelamin		
	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
Pertanian	28,51	3,00	20,89
Manufaktur	24,31	21,07	23,32
Jasa	41,18	75,20	55,72

Sumber : BPS Kota Tarakan

Jumlah penduduk berumur 15 tahun ke atas yang bekerja selama seminggu yang lalu berjumlah 119.694 orang dengan jumlah laki-laki sebanyak 83.217 orang dan perempuan 36.477 orang. Terdapat tiga jenis lapangan pekerjaan utama di Kota Tarakan yaitu pertanian, manufaktur dan jasa. Pada sektor pertanian jumlah penduduk 15 tahun ke atas yang bekerja selama seminggu yang lalu sebanyak 25.004 orang dengan tingkat persentase sebesar 20,89 % dengan jumlah laki-laki sebanyak 23.725 orang dengan tingkat persentase sebesar 28,51% dan jumlah perempuan sebanyak 1.094 orang dengan tingkat persentase sebesar 3,00%. Pada sektor manufaktur jumlah penduduk 15 tahun ke atas yang bekerja selama seminggu yang lalu sebanyak 27.912 orang dengan tingkat persentase sebesar 23,32% dengan jumlah laki-laki sebanyak 20.230 orang dengan tingkat persentase sebesar 24,31% dan jumlah perempuan sebanyak 7.685 orang dengan tingkat persentase sebesar 21,07%. Pada sektor jasa penduduk 15 tahun ke atas yang bekerja selama seminggu yang lalu sebanyak 66.693 orang dengan tingkat persentase sebesar 55,72% dengan jumlah laki-laki sebanyak 34.268 orang dengan tingkat persentase sebesar 41,18% dan jumlah perempuan sebanyak 27.430 orang dengan tingkat persentase sebesar 75,20%. Dapat disimpulkan bahwa penduduk 15 tahun ke atas yang bekerja selama seminggu yang lalu jenis pekerjaan utama nya kebanyakan pada sektor jasa, yaitu dengan jumlah angkatan kerja yang bekerja sebanyak 66.693 orang dengan tingkat persentase sebesar 55,72%.

Garis kemiskinan di Kota Tarakan tahun 2012-2019 terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada tahun 2019, garis kemiskinan di Kota Tarakan adalah Rp 654.308. Dilihat dari jumlah penduduk miskin di Kota Tarakan, terjadi penurunan yang signifikan antara tahun 2014 dan 2015, yaitu dari 17.660 penduduk (7,68%) pada tahun 2014 menjadi 11.910 penduduk (5,11%) pada tahun 2015. Peningkatan jumlah penduduk miskin kembali terjadi sepanjang tahun 2016-2017, di mana pada tahun 2016, jumlah penduduk miskin Kota Tarakan adalah 12.520 penduduk (5,17%) dan pada tahun 2017, jumlah penduduk miskin Kota Tarakan adalah 12.520 penduduk (6,32%). Dalam jangka waktu 2017-2018 jumlah penduduk miskin di Kota Tarakan meningkat, namun secara persentase terjadi penurunan yaitu 6,32% pada tahun 2017 dan 6,15% pada tahun 2018. Pada periode 2018-2019, persentase penduduk miskin berkurang sebesar 0,15% (Badan Pusat Statistik Kota Tarakan 2021).

Pada awalnya masyarakat Kota Tarakan hanya menjadikan produk Malaysia sebagai oleh-oleh atau buah tangan jika ada nelayan yang sedang berkunjung ke Malaysia (tawau) untuk menjual hasil tangkapan laut, namun seiring berjalannya waktu masyarakat Kota Tarakan menjadi suka dengan produk Malaysia seperti milo, apollo dan lain-lain. Lalu para nelayan melihat peluang usaha ini dan memulai perdagangan produk-produk Malaysia di Kota Tarakan. Mulai dari sinilah para pedagang produk Malaysia di Kota Tarakan menjadi sangat banyak namun seiring berjalannya waktu pedagang produk Malaysia di kota Tarakan tidak sebanyak dahulu, hal ini dikarenakan banyak faktor yang menyebabkan para pedagang gulung tikar, mulai dari ketatnya persaingan sesama pedagang produk Malaysia hingga faktor lainnya.

4.2. Analisis Deskriptif Kualitatif

Setelah melaksanakan penelitian dengan cara menyebarkan kuesioner *online* kepada masyarakat Kota Tarakan peneliti mendapatkan 157 responden yang merupakan masyarakat Kota Tarakan dan peneliti melaksanakan wawancara terstruktur dan juga wawancara mendalam kepada para pedagang produk-produk Malaysia yang ada di Kota Tarakan dan juga konsumen produk-produk Malaysia yang ada di Kota Tarakan, maka peneliti mendapatkan beberapa data yang dapat dideskripsikan sebagai berikut :

4.2.1 Karakteristik Responden

Peneliti membuat 3 karakteristik responden dalam rangka mendapatkan kejelasan data responden penelitian. Karakteristik tersebut adalah jenis kelamin, umur dan pekerjaan. Berikut peneliti sajikan tabulasi data mengenai karakteristik responden yang di maksud di atas.

a. Jenis Kelamin

Tabel 4.2 Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persen
Laki-laki	63	40,1%
Perempuan	94	59,9%

Sumber : Data Primer, 2021

Dari 157 responden, terdapat 63 responden dengan jenis kelamin laki-laki dengan tingkat persentase sebesar 40,1% dan terdapat 94 responden dengan jenis kelamin perempuan dengan tingkat persentase sebesar 59,9%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan.

b. Usia

Tabel 4.3 Usia Responden

No	Usia	Jumlah Responden	Persen
1	17 Tahun	6	3,82%
2	18 Tahun	4	2,55%
3	19 Tahun	2	1,27%
4	20 Tahun	6	3,82%
5	21 Tahun	46	29,30%
6	22 Tahun	26	16,56%
7	23 Tahun	18	11,46%
8	24 Tahun	10	6,37%
9	25 Tahun	9	5,73%
10	26 Tahun	12	7,64%
11	27 Tahun	7	4,46%
12	28 Tahun	2	1,27%
13	29 Tahun	3	1,91%
14	30 Tahun	1	0,64%
15	35 Tahun	1	0,64%
16	36 Tahun	1	0,64%
17	40 Tahun	1	0,64%
18	49 Tahun	1	0,64%
19	59 Tahun	1	0,64%
TOTAL		157	100,00%

Sumber : Data Primer, 2021

Dari data responden di atas, didapatkan sebanyak 157 responden dengan rentan usia 17 tahun hingga 59 tahun. Responden yang berusia 17 tahun sebanyak 6 responden, responden 18 tahun sebanyak 4 responden, responden 19 tahun sebanyak 2 responden, responden 20 tahun sebanyak 6 responden, responden 21 tahun sebanyak 46 responden, responden 22 tahun sebanyak 26 responden, responden 23 tahun sebanyak 18 responden, responden yang berusia 24 tahun sebanyak 10 responden, responden yang berusia 25 tahun sebanyak 9 responden, responden yang berusia 26 tahun sebanyak 12 responden, responden yang berusia 27 tahun sebanyak 7

responden, responden yang berusia 28 tahun sebanyak 2 responden, responden yang berusia 28 tahun sebanyak 2 responden, responden yang berusia 29 tahun sebanyak 3 responden, responden yang berusia 30 tahun sebanyak 1 responden, responden yang berusia 35 tahun sebanyak 1 responden, responden yang berusia 36 tahun sebanyak 1 responden, responden yang berusia 40 tahun sebanyak 1 responden, responden yang berusia 49 tahun sebanyak 1 responden, dan responden berusia 59 tahun sebanyak 1 responden. Jumlah responden terbanyak terdapat pada usia 21 tahun dengan jumlah responden sebanyak 46 responden dengan persentase 29,30%.

c. Pekerjaan

Tabel 4.4 Jenis Pekerjaan Responden

N O	Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
1	Mahasiswa	70	44,59%
2	Karyawan	38	5,10%
3	Wiraswasta	19	1,27%
4	Pelajar	8	24,20%
5	Guru	6	12,10%
6	Honoror	4	0,64%
7	IRT	3	3,82%
8	Musisi	2	2,55%
9	Pedagang	2	1,91%
10	Swasta	1	0,64%
11	Nelayan	1	1,27%
12	Barista	1	0,64%
13	Ojek <i>Online</i>	1	0,64%
14	<i>Freelancer</i>	1	0,64%
Total		157	100,00%

Sumber : Data Primer, 2021

Dari 157 responden terdapat 14 jenis pekerjaan atau profesi mulai dari Mahasiswa hingga freelancer. responden mahasiswa sebanyak 70 responden, karyawan terdapat 38 responden, wiraswasta sebanyak 19 responden, pelajar terdapat 8 responden, guru terdapat 6 responden, honorer terdapat 4 responden, ibu rumah tangga (IRT) terdapat 3 responden, musisi terdapat 2 responden, pedagang terdapat 2 responden, swasta terdapat 1 responden, nelayan terdapat 1 responden, barista terdapat 1 responden, ojek *online* terdapat 1 responden, *freelancer* terdapat 1 responden. Mahasiswa menjadi responden terbanyak dengan 70 responden dengan persentase 44,59%.

4.2.2 Penentuan *Range*

Pada penelitian ini peneliti menggunakan skala *likert* dalam mekanisme survei dengan penyebaran kuesioner *online* kepada responden yaitu masyarakat Kota Tarakan. Bobot tertinggi pada setiap pertanyaan adalah 3 (tiga) dan bobot terendah adalah 1 (satu) dengan jumlah responden sebanyak 157 (seratus lima puluh tujuh) orang, maka :

$$\begin{aligned} \text{Range} &= \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}}{\text{Range skor}} \\ \text{Skor tertinggi} &= 157 \times 3 \\ &= 471 \\ \text{Skor terendah} &= 157 \times 1 \\ &= 1 \end{aligned}$$

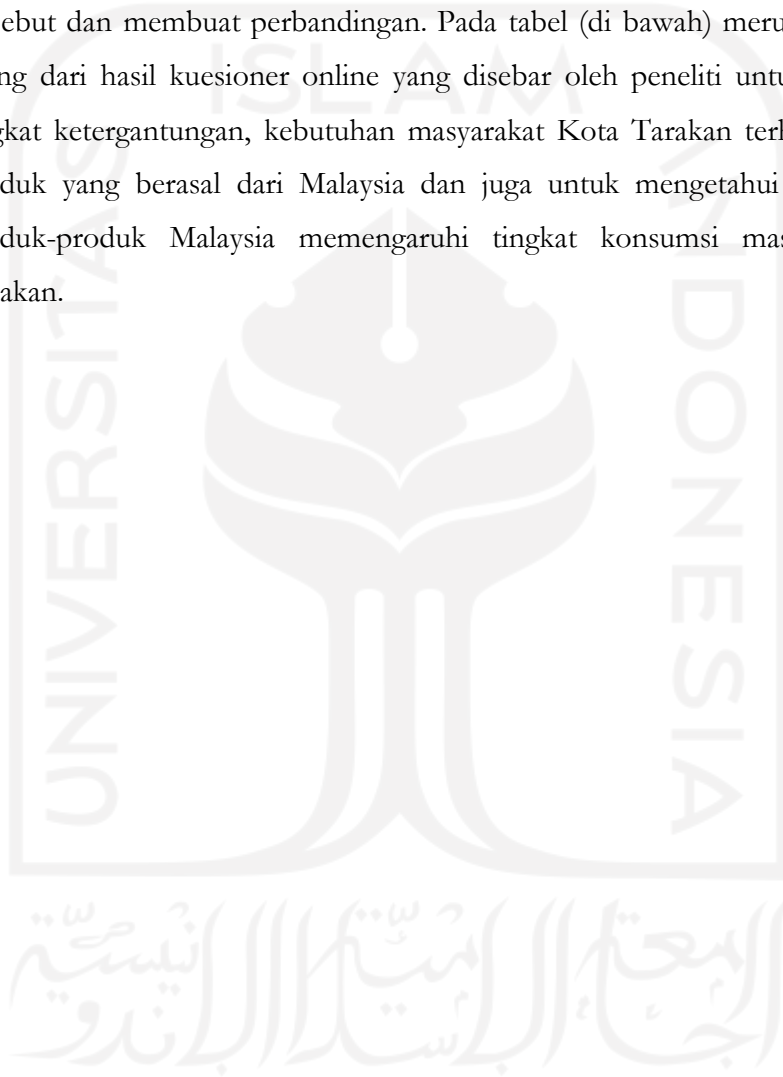
Sehingga hasil survei adalah

$$\begin{aligned} \text{Range} &= \frac{471 - 157}{3} \\ &= 105 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Range skor} & \\ 157 - 262 &= \text{rendah} \\ 263 - 367 &= \text{sedang} \\ 368 - 472 &= \text{tinggi} \end{aligned}$$

4.2.3 Analisis Pertanyaan

Analisis hasil survei melalui pembagian kelompok, kategori, atau kelas adalah teknik tabulasi silang (*cross-tabulation*). Tujuan pengelompokan dan tabulasi silang adalah untuk mengidentifikasi perbedaan-perbedaan di antara grup-grup tersebut dan membuat perbandingan. Pada tabel (di bawah) merupakan tabulasi silang dari hasil kuesioner online yang disebar oleh peneliti untuk mengetahui tingkat ketergantungan, kebutuhan masyarakat Kota Tarakan terhadap produk-produk yang berasal dari Malaysia dan juga untuk mengetahui apakah harga produk-produk Malaysia memengaruhi tingkat konsumsi masyarakat Kota Tarakan.



Tabel 4.5 Hasil Kuesioner Mengenai Ketergantungan atau Kebiasaan Masyarakat Kota Tarakan Terhadap Produk Malaysia

A. Ketergantungan atau kebiasaan masyarakat Kota Tarakan terhadap produk Malaysia								
Bagian persepsi	Ya		Tidak		Mungkin		Nilai Indeks	Kesimpulan
	Jumlah	Persen	Jumlah	Persen	Jumlah	Persen		
1. Apakah anda pernah membeli produk dari Malaysia?	148	94,30%	6	3,80%	3	1,90%	456	Tinggi
2. Apakah kebutuhan dapur anda adalah produk Malaysia?	13	8,30%	79	50,30%	65	41,40%	248	Rendah
3. Apakah anda membeli produk Malaysia karena telah menjadi kebiasaan turun temurun sejak dulu?	36	22,90%	92	58,60%	29	18,50%	258	Rendah
4. Menurut anda apakah produk – produk malaysia telah menjadi oleh – oleh khas Kota Tarakan?	79	50,30%	27	17,20%	51	32,50%	366	Sedang
5. Apakah anda pernah membeli produk – produk Malaysia untuk dijadikan oleh – oleh (buah tangan) saat bepergian ke luar kota?	125	79,60%	26	16,60%	6	3,80%	413	Tinggi
TOTAL	401		230		154		1741	

Sumber : Data Primer, 2021

Pada bagian ini peneliti ingin mengetahui seberapa besar tingkat ketergantungan atau kebiasaan masyarakat Kota Tarakan dalam mengonsumsi ataupun menggunakan produk-produk Malaysia.

- a. Pertanyaan pertama : Apakah anda pernah membeli produk dari Malaysia?

Pada pertanyaan pertama jumlah responden sebanyak 157 responden dari 157 responden, sebanyak 148 responden menjawab pernah membeli produk Malaysia dengan persentase 94.30%, sebanyak 6 responden menjawab menjawab tidak pernah membeli produk Malaysia dengan persentase 3.80% dan sebanyak 3 responden lainnya menjawab mungkin pernah membeli produk Malaysia dengan tingkat persentase 1,90% pada pertanyaan satu sebagian besar responden pernah membeli produk Malaysia.

- b. Pertanyaan kedua : Apakah kebutuhan dapur anda adalah produk Malaysia?

Pada pertanyaan kedua peneliti menanyakan mengenai apakah masyarakat Kota Tarakan menggunakan produk Malaysia untuk kebutuhan dapur nya, dari 157 responden sebanyak 13 responden mengatakan mereka menggunakan produk Malaysia untuk kebutuhan dapur dengan tingkat persentase 8,30%, dari 157 responden sebanyak 79 responden mengatakan bahwa mereka tidak menggunakan produk Malaysia untuk kebutuhan dapur dengan tingkat persentase 50,30% dan dari 157 responden sebanyak 65 responden mengatakan mungkin mereka menggunakan produk Malaysia untuk kebutuhan dapur mereka dengan tingkat persentase 41,40%. Pada pertanyaan yang kedua, masyarakat cenderung tidak menggunakan produk Malaysia untuk memenuhi kebutuhan dapurnya dengan tingkat persentase 50,30% dengan jumlah 79 responden.

- c. Pertanyaan ketiga : Apakah anda membeli produk Malaysia karena telah menjadi kebiasaan turun temurun sejak dulu?

Pada pertanyaan ketiga peneliti menanyakan mengenai apakah masyarakat Kota Tarakan membeli produk Malaysia karena telah menjadi kebiasaan turun temurun sejak dulu, dari 157 responden sebanyak 36 responden mengatakan bahwa mereka membeli produk Malaysia karena telah menjadi kebiasaan turun temurun sejak dahulu dengan tingkat persentase 22,90%, dari 157 responden sebanyak 92 responden mengatakan bahwa mereka membeli produk Malaysia bukan karena kebiasaan turun temurun sejak dulu dengan tingkat persentase 58,60% dan dari 157 responden sebanyak 29 responden mengatakan bahwa mungkin mereka membeli produk Malaysia karena kebiasaan turun temurun sejak dulu dengan tingkat persentase sebesar 18,50%. Pada pertanyaan ketiga, masyarakat Kota Tarakan cenderung tidak membeli produk Malaysia karena kebiasaan turun temurun sejak dulu, hal ini dikuatkan dengan hasil data dari kuesioner yang disebar peneliti, sebanyak 92 responden menjawab tidak membeli produk Malaysia karena kebiasaan turun temurun dengan tingkat persentase 58,60% dan 29 responden sisanya menjawab mungkin mereka membeli produk Malaysia karena kebiasaan turun temurun sejak dulu dengan tingkat persentase sebesar 18,50%. Pada pertanyaan yang ketiga ini masyarakat Kota Tarakan kebanyakan menjawab bahwa mereka membeli produk Malaysia bukan karena kebiasaan turun temurun sejak dulu. Hal ini di terlihat ketika sebanyak 92 responden dari 157 responden menjawab demikian dengan tingkat persentase sebesar 58,60%.

- d. Pertanyaan keempat : Menurut anda apakah produk – produk Malaysia telah menjadi oleh – oleh khas Kota Tarakan?

Pada pertanyaan yang keempat, peneliti menanyakan apakah menurut masyarakat Kota Tarakan produk-produk Malaysia telah menjadi oleh- oleh khas Kota Tarakan dan dari pertanyaan tersebut terdapat 157 responden yang memberikan jawaban. Dari 157 responden terdapat 79 responden mengatakan bahwa produk-produk Malaysia telah menjadi oleh-oleh khas Kota Tarakan dengan tingkat persentase sebesar 50.30% dan 27 responden lainnya mengatakan bahwa produk-produk Malaysia bukanlah oleh-oleh khas Kota Tarakan dengan tingkat persentase 17.20% dan 51 responden sisanya mengatakan bahwa mungkin produk Malaysia telah menjadi oleh-oleh khas Kota Tarakan dengan tingkat persentase sebesar 32.50%. Pada pertanyaan yang keempat ini, kebanyakan masyarakat Kota Tarakan memilih jawaban bahwa produk Malaysia telah menjadi oleh-oleh khas Kota Tarakan, hal ini dibuktikan dengan sebanyak 79 dari 157 responden memilih jawaban tersebut dengan tingkat persentase sebesar 50.30%.

- e. Pertanyaan kelima : Apakah anda pernah membeli produk – produk Malaysia untuk dijadikan oleh – oleh (buah tangan) saat bepergian ke luar kota?

Pada pertanyaan yang kelima, penulis menanyakan kepada masyarakat Kota Tarakan apakah masyarakat Kota Tarakan pernah membeli produk Malaysia untuk dijadikan oleh-oleh saat bepergian ke luar Kota dan terdapat 157 responden yang memberikan jawaban. Dari 157 responden terdapat 125 responden mengatakan bahwa mereka pernah membeli produk Malaysia untuk dijadikan oleh-oleh saat bepergian ke luar Kota dengan tingkat persentase sebesar 79.60% dan 26 responden lainnya mengatakan bahwa mereka tidak pernah membeli produk Malaysia untuk dijadikan oleh-oleh saat bepergian ke luar Kota dengan

tingkat persentase sebesar 16.60% dan 6 responden sisanya mengatakan bahwa mereka mungkin pernah membeli produk Malaysia untuk dijadikan oleh-oleh saat bepergian keluar Kota dengan tingkat persentase sebesar 3.80%. Pada pertanyaan kelima ini, kebanyakan masyarakat Kota Tarakan memilih jawaban bahwa mereka pernah membeli produk Malaysia untuk dijadikan oleh-oleh saat bepergian ke luar Kota, hal ini dibuktikan dengan data di atas yang menunjukkan sebanyak 125 responden memilih jawaban tersebut dengan tingkat persentase sebesar 79.60%.

Jumlah skor kuesioner adalah jumlah dari skor masing-masing butir pertanyaan hasil kuesioner yang dikalikan bobot skor menurut skala likert. Skor maksimal adalah skor maksimal pada skala likert yang dikalikan dengan jumlah butir soal, sehingga $3 \times 5 = 15$. Jumlah skor yang diharapkan adalah skor maksimal yang dikalikan dengan jumlah responden, sehingga $15 \times 157 = 2.355$. Perhitungan persentase tingkat ketergantungan atau kebiasaan masyarakat Kota Tarakan dalam mengonsumsi produk Malaysia adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \sum \text{Skor Kuesioner} &= (\text{Jumlah} \times \text{Skor "YA"}) + (\text{Jumlah} \times \text{Skor "TIDAK"}) + \\
 &\quad (\text{Jumlah} \times \text{Skor "MUNGKIN"}) \\
 &= (401 \times 3) + (230 \times 1) + (154 \times 2) \\
 &= 1.203 + 230 + 308 \\
 &= 1.741 \\
 \\
 \text{Persentase} &= \frac{\sum \text{Skor Kuesioner}}{\sum \text{Skor yang di harapkan}} \times 100\% \\
 &= \frac{1.741}{2.355} \times 100\% \\
 &= 74\%
 \end{aligned}$$

Dari data di atas, dapat disimpulkan bahwa 74% masyarakat Kota Tarakan mengalami ketergantungan atau telah terbiasa dalam mengonsumsi ataupun menggunakan produk-produk yang berasal dari Negara Malaysia.

Tabel 4.6 Hasil Kuesioner Mengukur Tingkat Kebutuhan Masyarakat Kota Tarakan Terhadap Produk Malaysia

B. Mengukur tingkat kebutuhan masyarakat Kota Tarakan terhadap produk Malaysia								
Bagian persepsi	Ya		Tidak		Mungkin		Nilai Indeks	Kesimpulan
	Jumlah	Persen	Jumlah	Persen	Jumlah	Persen		
1. Apakah anda membeli produk Malaysia karena kebutuhan sehari – hari?	13	8,30%	116	73,90%	28	17,80%	211	Rendah
2. Apakah anda membeli produk Malaysia karena produk yang anda inginkan tidak dijual di Indonesia?	56	35,70%	56	35,70%	45	28,70%	314	Sedang
3. Apakah anda membeli produk Malaysia karena rasa dan kualitas produk Malaysia lebih memuaskan dibandingkan dengan produk Indonesia?	88	56,10%	28	17,80%	41	26,10%	374	Tinggi
4. Apakah anda membeli produk Malaysia karena gengsi?	2	1,30%	152	96,80%	3	1,90%	164	Rendah
5. Apakah selama pandemi Covid-19 anda sulit untuk menemukan produk – produk Malaysia yang anda butuhkan?	22	14%	100	63,70%	35	22,30%	236	Rendah
TOTAL	181		452		152		1299	

Sumber : Data Primer, 2021

Pada bagian ini, penulis ingin mengetahui seberapa besar tingkat kebutuhan masyarakat Kota Tarakan terhadap produk-produk yang berasal dari Negara Malaysia.

- a. Pertanyaan pertama : Apakah anda membeli produk Malaysia karena kebutuhan sehari – hari?

Pada pertanyaan pertama terdapat 157 responden dan dari 157 responden tersebut sebanyak 13 responden mengatakan bahwa mereka membeli produk-produk Malaysia untuk kebutuhan sehari-hari dengan tingkat persentase 8.30% dan sebanyak 116 responden mengatakan bahwa mereka tidak membeli produk-produk Malaysia untuk kebutuhan sehari-hari dengan tingkat persentase 73.90% dan 28 responden sisanya mengatakan bahwa mereka mungkin membeli produk-produk Malaysia untuk kebutuhan sehari-hari dengan tingkat persentase 17.80%. Pada pertanyaan pertama ini, masyarakat cenderung tidak membeli produk-produk Malaysia untuk kebutuhan sehari-hari, hal ini dibuktikan dengan sebanyak 116 responden mengatakan mereka tidak membeli produk Malaysia untuk kebutuhan sehari-hari dengan tingkat persentase sebesar 73.90%.

- b. Pertanyaan kedua : Apakah anda membeli produk Malaysia karena produk yang anda inginkan tidak dijual di Indonesia?

Pada pertanyaan yang kedua, penulis menanyakan apakah masyarakat Kota Tarakan membeli produk-produk Malaysia karena produk- produk yang mereka inginkan tidak dijual di Indonesia, pada pertanyaan kedua terdapat total 157 responden yang memberikan jawabannya dan dari 157 responden tersebut terdapat 56 responden mengatakan bahwa mereka membeli produk Malaysia karena produk yang mereka inginkan tidak dijual di Indonesia dengan tingkat persentase sebesar 35.70% dan sebanyak 56 responden lainnya

mengatakan bahwa mereka membeli produk Malaysia bukan karena produk yang mereka inginkan tidak dijual di Indonesia dengan tingkat persentase 35.70% dan 45 responden sisanya mengatakan bahwa mereka mungkin membeli produk Malaysia karena produk yang mereka inginkan tidak dijual di Indonesia dengan tingkat persentase 28.70%. Pada pertanyaan yang kedua ini terdapat dua pendapat masyarakat yang sama kuat, yaitu masyarakat membeli produk Malaysia karena produk yang mereka inginkan tidak dijual di Indonesia dan yang satunya berpendapat bahwa mereka membeli produk Malaysia bukan karena produk yang mereka inginkan tidak dijual di Indonesia. Kedua pendapat tersebut sama sama memiliki 56 responden dengan tingkat persentase 35.70%.

- c. Pertanyaan ketiga : Apakah anda membeli produk Malaysia karena rasa dan kualitas produk Malaysia lebih memuaskan dibandingkan dengan produk Indonesia?

Pada pertanyaan yang ketiga, penulis menanyakan apakah masyarakat Kota Tarakan membeli produk Malaysia karena dari segi rasa dan kualitas produk Malaysia lebih memuaskan atau lebih unggul dibandingkan dengan produk yang berasal dari Indonesia. Pada pertanyaan ketiga terdapat total 157 responden yang memberikan jawaban dan dari 157 terdapat 88 responden mengatakan bahwa mereka membeli produk Malaysia karena rasa dan kualitas dari produk- produk Malaysia lebih memuaskan atau lebih unggul dari produk Indonesia dengan tingkat persentase sebesar 56.10% dan sebanyak 28 responden lainnya mengatakan bahwa mereka membeli produk Malaysia bukan karena rasa dan kualitas produk Malaysia lebih memuaskan atau lebih unggul daripada produk Indonesia dengan tingkat persentase sebesar 17.80% dan sebanyak 41 responden sisanya

mengatakan bahwa mereka mungkin membeli produk Malaysia karena rasa dan kualitasnya lebih memuaskan atau lebih unggul dibandingkan dengan produk Indonesia dengan tingkat persentase 26.10%. Pada pertanyaan yang ketiga ini, mayoritas responden masyarakat Kota Tarakan mengatakan bahwa mereka membeli produk-produk yang berasal dari Malaysia karena rasa dan kualitas produk Malaysia lebih memuaskan atau lebih unggul dibandingkan dengan produk Indonesia, hal ini diperkuat dengan data sebanyak 88 responden mengatakan hal tersebut dengan tingkat persentase sebesar 56.10%.

- d. Pertanyaan keempat : Apakah anda membeli produk Malaysia karena gengsi?

Pada pertanyaan yang keempat peneliti menanyakan apakah mereka membeli produk Malaysia karena gengsi dan terdapat total 157 responden yang menjawab pertanyaan dan dari 157 responden tersebut sebanyak 2 responden menyatakan bahwa mereka membeli produk Malaysia karena gengsi dengan tingkat persentase sebesar 1.3% dan sebanyak 152 responden lainnya mengatakan bahwa mereka membeli produk Malaysia bukan karena gengsi dengan tingkat persentase sebesar 96.80% dan sebanyak 3 responden mengatakan bahwa mereka mungkin membeli produk Malaysia karena gengsi dengan tingkat persentase sebesar 1.30%. Pada pertanyaan yang keempat ini, masyarakat Kota Tarakan mayoritas menyatakan bahwa mereka membeli produk Malaysia bukan karena gengsi dengan tingkat persentase sebesar 96.80%.

- e. Pertanyaan kelima : Apakah selama pandemi Covid-19 anda sulit untuk menemukan produk – produk Malaysia yang anda butuhkan?

Pada pertanyaan yang kelima peneliti menanyakan kepada masyarakat Kota Tarakan apakah selama pandemi covid-19 mereka kesulitan untuk menemukan produk-produk Malaysia yang mereka butuhkan

dan terdapat total 157 responden yang menjawab pertanyaan tersebut dan dari 157 tersebut terdapat 22 responden mengatakan bahwa selama pandemi covid-19 mereka kesulitan untuk menemukan produk-produk Malaysia yang mereka butuhkan dengan tingkat persentase sebesar 14% dan 100 responden lainnya mengatakan bahwa mereka tidak kesulitan untuk menemukan produk Malaysia yang mereka butuhkan selama pandemi covid-19 dengan tingkat persentase sebesar 63.70% dan sebanyak 35 responden sisanya mengatakan bahwa mereka mungkin kesulitan untuk menemukan produk Malaysia yang mereka butuhkan karena pandemi covid-19 ini dengan tingkat persentase sebesar 22.30%. Pada pertanyaan yang kelima ini masyarakat Kota Tarakan kebanyakan mengatakan bahwa selama pandemi covid-19 ini tidak mengalami kesulitan untuk menemukan produk Malaysia yang mereka butuhkan, hal ini diperkuat dengan data sebanyak 100 responden menyatakan hal tersebut dengan tingkat persentase sebesar 63.70%.

Jumlah skor kuesioner adalah jumlah dari skor masing-masing butir pertanyaan hasil kuesioner yang dikalikan bobot skor menurut skala likert. Skor maksimal adalah skor maksimal pada skala likert yang dikalikan dengan jumlah butir soal, sehingga $3 \times 5 = 15$. Jumlah skor yang diharapkan adalah skor maksimal yang dikalikan dengan jumlah responden, sehingga $15 \times 157 = 2.355$. Perhitungan persentase tingkat ketergantungan atau kebiasaan masyarakat Kota Tarakan dalam mengonsumsi produk Malaysia adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \sum \text{Skor Kuesioner} &= (\text{Jumlah} \times \text{Skor "YA"}) + (\text{Jumlah} \times \text{Skor "TIDAK"}) + \\
 &\quad (\text{Jumlah} \times \text{Skor "MUNGKIN"}) \\
 &= (181 \times 3) + (452 \times 1) + (152 \times 2) \\
 &= 543 + 452 + 304 \\
 &= 1.299
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Persentase} &= \frac{\sum \text{Skor Kuesioner}}{\sum \text{Skor yang diharapkan}} \times 100\% \\
 &= \frac{1.299}{2.355} \times 100\% \\
 &= 55\%
 \end{aligned}$$

Dari data di atas, dapat disimpulkan bahwa sebesar 55% masyarakat Kota Tarakan mengonsumsi atau menggunakan produk Malaysia untuk memenuhi kebutuhannya.

Tabel 4.7 Hasil Kuesioner Mengenai Harga Memengaruhi Konsumsi Masyarakat Kota Tarakan Terhadap Produk Malaysia

C. Harga memengaruhi konsumsi masyarakat kota Tarakan terhadap produk Malaysia								
Bagian persepsi	Ya		Tidak		Mungkin		Nilai Indeks	Kesimpulan
	Jumlah	Persen	Jumlah	Persen	Jumlah	Persen		
1. Apakah anda membeli produk Malaysia karena pendapatan anda yang tinggi atau besar?	3	1,90%	148	94,30%	6	3,80%	169	Rendah
2. Apakah anda membeli produk Malaysia karena anda ingin menjual produknya kembali?	8	5,10%	144	91,70%	5	3,20%	178	Rendah
3. Apakah anda membeli produk Malaysia karena harganya yang lebih murah dibandingkan dengan produk Indonesia?	27	17,20%	94	59,90%	36	22,90%	247	Rendah
4. Apakah anda membeli produk Malaysia karena biaya kirim dari Malaysia lebih murah dibandingkan dengan biaya kirim dari produk-produk daerah lain yang berada di Indonesia?	18	11,50%	101	64,30%	38	24,40%	231	Rendah
TOTAL	56		487		85		825	

Sumber : Data Primer, 2021

Pada bagian ini peneliti ingin mengetahui apakah harga dari produk-produk yang berasal dari Negara Malaysia memengaruhi tingkat konsumsi masyarakat Kota Tarakan terhadap produk Malaysia.

- a. Pertanyaan pertama : Apakah anda membeli produk Malaysia karena pendapatan anda yang tinggi atau besar?

Pada pertanyaan pertama peneliti menanyakan apakah masyarakat Kota Tarakan membeli produk Malaysia karena pendapatan masyarakat Kota Tarakan yang tinggi, terdapat 157 responden yang memberikan jawaban dan dari 157 responden tersebut terdapat 3 responden mengatakan bahwa mereka membeli produk Malaysia karena pendapatan mereka yang tinggi dengan tingkat persentase sebesar 1.90% dan 148 responden lainnya mengatakan bahwa mereka membeli produk Malaysia bukan karena pendapatan mereka yang tinggi dengan tingkat persentase sebesar 94.30% dan 6 responden sisanya mengatakan bahwa mungkin mereka membeli produk Malaysia karena pendapatan mereka yang tinggi dengan tingkat persentase sebesar 3.80%. Pada pertanyaan pertama ini kebanyakan masyarakat Kota Tarakan mengatakan bahwa mereka membeli produk Malaysia bukan karena pendapatan mereka yang tinggi atau besar hal ini dibuktikan dengan sebanyak 148 responden memilih jawaban tersebut dengan tingkat persentase sebesar 94.30%.

- b. Pertanyaan kedua : Apakah anda membeli produk Malaysia karena anda ingin menjual produknya kembali?

Pada pertanyaan yang kedua, peneliti menanyakan apakah masyarakat Kota Tarakan membeli produk Malaysia karena ingin menjual kembali produk Malaysia tersebut, dari 157 responden terdapat 8 responden yang mengatakan bahwa mereka membeli produk Malaysia karena ingin dijual kembali dengan tingkat persentase sebesar 5.10% dan sebanyak 144 responden lainnya mengatakan bahwa mereka membeli produk Malaysia bukan karena ingin dijual kembali dengan tingkat persentase sebesar 91.70% dan 5 responden sisanya mengatakan bahwa mereka mungkin membeli produk Malaysia karena ingin dijual kembali dengan tingkat persentase sebesar 3.20%. Pada pertanyaan yang kedua

ini kebanyakan masyarakat Kota Tarakan membeli produk Malaysia bukan karena ingin dijual kembali, hal ini di perkuat dengan data di atas di mana sebanyak 144 responden memilih jawaban tersebut dengan tingkat persentase sebesar 91.70%.

- c. Pertanyaan ketiga: Apakah anda membeli produk Malaysia karena harganya yang lebih murah dibandingkan dengan produk Indonesia?

Pada pertanyaan yang ketiga, peneliti menanyakan apakah masyarakat Kota Tarakan membeli produk Malaysia karena harganya yang lebih murah dibandingkan dengan produk Indonesia. Pada pertanyaan ini terdapat 157 responden yang memberikan jawaban dan terdapat 27 responden yang mengatakan bahwa mereka membeli produk Malaysia karena harganya lebih murah dibandingkan dengan produk Indonesia dengan tingkat persentase sebesar 17.20% dan 94 responden lainnya mengatakan bahwa mereka membeli produk Malaysia bukan karena harga produk Malaysia lebih murah dibandingkan dengan produk Indonesia dengan tingkat persentase sebesar 59.90% dan 36 responden sisanya mengatakan bahwa mereka mungkin membeli produk Malaysia karena harga produk Malaysia lebih murah dibandingkan dengan produk Indonesia dengan tingkat persentase sebesar 22.90%. Pada pertanyaan yang ketiga ini, kebanyakan masyarakat Kota Tarakan mengatakan bahwa mereka membeli produk Malaysia bukan karena harga produk Malaysia lebih murah dibandingkan dengan produk Indonesia, hal ini diperkuat dengan data di atas yang menunjukkan bahwa sebanyak 94 responden memilih jawaban tersebut dengan tingkat persentase sebesar 59.90%.

- d. Pertanyaan keempat : Apakah anda membeli produk Malaysia karena biaya kirim dari Malaysia lebih murah dibandingkan dengan biaya kirim dari produk- produk daerah lain yang berada di Indonesia?

Pada pertanyaan yang keempat peneliti menanyakan apakah masyarakat Kota Tarakan membeli produk Malaysia karena biaya kirim dari Malaysia ke Kota Tarakan lebih murah dibandingkan dengan biaya kirim dari daerah lain yang berada di Indonesia, dan dari 157 responden terdapat 18 responden yang mengatakan bahwa mereka membeli produk Malaysia karena biaya kirim dari Malaysia ke Kota Tarakan lebih murah dibandingkan dengan biaya kirim dari daerah lain yang berada di Indonesia dengan tingkat persentase sebesar 11.50% dan 101 responden lainnya mengatakan bahwa mereka membeli produk Malaysia bukan karena biaya kirim dari Malaysia ke Kota Tarakan lebih murah dibandingkan dengan biaya kirim dari daerah lain yang berada di Indonesia dengan tingkat persentase sebesar 64.30% dan 38 responden sisanya mengatakan bahwa mereka mungkin membeli produk Malaysia karena biaya kirim dari Malaysia ke Kota Tarakan lebih murah dibandingkan dengan biaya kirim dari daerah lain yang berada di Indonesia dengan tingkat persentase sebesar 24.40%. Pada pertanyaan keempat, kebanyakan masyarakat Kota Tarakan mengatakan bahwa mereka membeli produk Malaysia bukan karena biaya kirim dari Malaysia ke Kota Tarakan lebih murah dibandingkan dengan biaya kirim dari daerah lain yang berada di Indonesia, hal ini diperkuat dengan sebanyak 101 responden memilih jawaban tersebut dengan tingkat persentase sebesar 64.30%.

Jumlah skor kuesioner adalah jumlah dari skor masing-masing butir pertanyaan hasil kuesioner yang dikalikan bobot skor menurut skala likert. Skor maksimal adalah skor maksimal pada skala likert yang dikalikan dengan jumlah butir soal, sehingga $3 \times 4 = 12$. Jumlah skor yang diharapkan adalah skor maksimal yang dikalikan dengan jumlah responden, sehingga $12 \times 157 = 1.884$. Perhitungan persentase tingkat

ketergantungan atau kebiasaan masyarakat Kota Tarakan dalam mengonsumsi produk Malaysia adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned}\sum \text{Skor Kuesioner} &= (\text{Jumlah} \times \text{Skor "YA"}) + (\text{Jumlah} \times \text{Skor "TIDAK"}) + \\ &\quad (\text{Jumlah} \times \text{Skor "MUNGKIN"}) \\ &= (56 \times 3) + (487 \times 1) + (85 \times 2) \\ &= 168 + 487 + 170 \\ &= 825\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Persentase} &= \frac{\sum \text{Skor Kuesioner}}{\sum \text{Skor yang diharapkan}} \times 100\% \\ &= \frac{825}{1.884} \times 100\% \\ &= 44\%\end{aligned}$$

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa tingkat harga tidak terlalu berpengaruh dalam konsumsi masyarakat Kota Tarakan terhadap produk Malaysia. Hal ini dibuktikan sebesar 44% masyarakat Kota Tarakan mengaku tingkat harga berpengaruh pada konsumsi terhadap produk Malaysia.

4.2.4 Analisis Hasil Wawancara

Tabulasi menunjukkan pengaturan data ke dalam tabel atau format ringkas. Perhitungan jumlah respon dari sebuah pertanyaan dan peletakan jawaban responden ke dalam distribusi frekuensi merupakan bentuk tabel yang sederhana. Tabulasi di bawah merupakan tabulasi sederhana dari hasil wawancara yang peneliti lakukan terhadap para pedagang produk Malaysia di Kota Tarakan.

Tabel 4.8 Hasil Wawancara Kepada Pedagang Produk Malaysia

No	Nama	Pertanyaan	Jawaban Responden
1.	Responden 1	1. Sudah berapa lama menjadi pedagang produk Malaysia di Kota Tarakan?	Saya baru 1 tahun di toko ini
		2. Apa alasan pedagang tertarik untuk menjual produk Malaysia?	Karna barang-barang produk Malaysia lebih cepat terjual habis karena pembelinya juga banyak. Tapi di kios ini produk Indonesia yaitu oleh-oleh khas Tarakan seperti ikan tipis atau ikan kerupuk lebih laku dibandingkan dengan produk Malaysia. Karena kota Tarakan juga sebagai kota transit sehingga peminat atau pembeli dari produk Malaysia seperti Milo, Apollo dan lainnya dan juga oleh-oleh khas Kota Tarakan juga bisa dikatakan banyak
		3. Bagaimana bisa pedagang mendapatkan produk Malaysia?	Saya memesan barang-barang produk Malaysia melalui Kabupaten Nunukan, nantinya distributor dari Kabupaten Nunukan yang akan mengirimkan barang-barang produk Malaysia ke Kota Tarakan
		4. Apakah produk Malaysia lebih digemari oleh masyarakat dibandingkan dengan produk Indonesia? Apakah alasannya?	Iya, karena Kota Tarakan adalah Kota transit sehingga banyak masyarakat atau tamu-tamu dari luar daerah yang datang ke Kota Tarakan lalu mencari oleh-oleh atau buah tangan khas Tarakan dan oleh-oleh tersebut jarang di jumpai di daerah lain. Dari segi rasa minuman atau makanan dari

		<p>Malaysia lebih disukai oleh masyarakat dibandingkan dengan produk Indonesia. Misalkan produk milo, masyarakat lebih suka produk milo Malaysia dibandingkan dengan produk milo Indonesia karena milo Malaysia cokelatnnya lebih kental dibandingkan dengan milo Indonesia</p>
	5. Apakah menurut pedagang, keuntungan menjual produk Malaysia lebih menjanjikan?	Iya
	6. Apakah Selama pandemi covid-19 pedagang kesulitan untuk memasok barang-barang dagangan ?	Iya, terlebih lagi pada saat awal-awal pandemi di Malaysia menerapkan sistem <i>lockdown</i> jadi untuk memasok barang bisa dikatakan sulit. Maka dari itu saya terkadang mengambil produk dari Nunukan karena di sana stock nya lumayan banyak. Selama pandemi juga pembeli sudah tidak seperti dulu mungkin karena takut karena ini produk impor dan juga selama pandemi intensitas keberangkatan masyarakat keluar daerah juga kurang
	7. Jika produk-produk Malaysia itu dikirimkan dari Malaysia ke Kota Tarakan, apakah biayanya lebih murah dibandingkan dengan biaya kirim dari daerah lain ke Tarakan?	Menurut saya sepertinya berbeda, karena saya mengambil barang-barang produk Malaysia dari Kabupaten Nunukan, mungkin jika saya mengambil barang langsung dari Malaysia biayanya akan lebih murah

		8. Apakah ada perbedaan peraturan yang dilakukan pemerintah yang terdahulu dengan yang sekarang ? seperti peraturan dari regulasi pengiriman barang dll?	Tidak juga, karena saya baru berjualan 1 tahun sehingga belum terlalu merasakan perubahan peraturan tersebut. Mungkin yang sulit kemarin pada saat Malaysia menerapkan sistem lockdown
No	Nama	Pertanyaan	Jawaban Responden
2.	Responden 2	1. Sudah berapa lama menjadi pedagang produk Malaysia di Kota Tarakan?	Dulu yang punya orang tua saya, mereka mulai buka jualan sudah dari tahun 2000-an
		2. Apa alasan pedagang tertarik untuk menjual produk Malaysia?	Karena pasar nya lumayan menjanjikan, dulu banyak pedagang produk Malaysia di belakang pasar, awalnya mereka hanya menjual ikan hasil tangkapan laut atau ikan hasil tambak namun karena dulu mudah untuk mendapatkan barang produk Malaysia dari Malaysia langsung jadi mereka banyak berjualan produk Malaysia terlebih lagi masyarakat juga menyukai produk Malaysia seperti Milo, Apollo dan lainnya
		3. Bagaimana bisa pedagang mendapatkan produk Malaysia?	Ada distributor nya di Kota Tarakan, sepengetahuan saya di Kota Tarakan terdapat dua distributor barang-barang produk Malaysia seperti Milo, Apollo dan lainnya. Distributor tersebut nantinya yang akan mengambil barang langsung dari Malaysia dan akan ada kapal pengangkut khusus untuk mengangkut

		barang tersebut ke Kota Tarakan.
	4. Apakah produk Malaysia lebih digemari oleh masyarakat dibandingkan dengan produk Indonesia? Apakah alasannya?	Menurut saya kebanyakan masyarakat lebih menyukai produk Malaysia dibandingkan dengan produk Indonesia. Dari segi rasa ataupun kualitas produk Malaysia lebih unggul dibandingkan produk Indonesia. Bukannya saya menjelek-jelekkan produk Indonesia tapi namanya selera setiap orang kan berbeda
	5. Apakah menurut pedagang, keuntungan menjual produk Malaysia lebih menjanjikan?	Iya, terbukti yang awalnya pedagang produk Malaysia itu sedikit namun seiring berjalannya waktu pedagang produk Malaysia semakin bertambah
	6. Apakah Selama pandemi covid-19 pedagang kesulitan untuk memasok barang-barang dagangan ?	Iya, biasanya pada hari normal yaitu sebelum pandemi, pedagang dalam satu kali order ke distributor bisa tiga sampai empat mobil untuk membawa muatan produk Malaysia seperti Milo, Apollo Oatmeal dan lainnya namun selama pandemi hanya satu atau dua mobil yang datang. Terlebih lagi pada saat itu di Malaysia menerapkan sistem <i>lockdown</i> dan kendala lainnya yaitu tidak adanya free bagasi pada penumpang pesawat maskapai tertentu, dampaknya adalah penumpang menjadi ragu dan enggan untuk membawa oleh-oleh karena hanya mendapatkan free bagasi 7kg
	7. Jika produk-produk Malaysia itu dikirimkan	Iya, biaya kirim dari Malaysia ke Tarakan lebih murah

		dari Malaysia ke Kota Tarakan, apakah biayanya lebih murah dibandingkan dengan biaya kirim dari daerah lain ke Tarakan?	dibandingkan dengan biaya kirim dari daerah lain ke Kota Tarakan
		8. Apakah ada perbedaan peraturan yang dilakukan pemerintah yang terdahulu dengan yang sekarang? seperti peraturan dari regulasi pengiriman barang dll?	Ada, karena sekarang Kota Tarakan termasuk dalam kota di Provinsi baru sehingga pengawasan dan peraturan menjadi lebih ketat dan juga distributor lebih banyak membayar ke bagian bea cukai, Polisi daerah dan instansi-instansi terkait lainnya sehingga menyebabkan harga barang mengalami kenaikan. Misalkan saja Milo yang 1 kg, pada saat dulu harga milo 1 kg sekitar Rp 50.000 namun sekarang harga milo 1 kg bisa sampai Rp 70.000 atau bahkan lebih
No	Nama	Pertanyaan	Jawaban Responden
3.	Responden 3	1. Sudah berapa lama menjadi pedagang produk Malaysia di Kota Tarakan?	Saya seorang pekerja di toko ini, baru sekitar tiga bulan, namun toko ini sudah mulai dibuka kurang dari satu tahun
		2. Apa alasan pedagang tertarik untuk menjual produk Malaysia?	Karena kota Tarakan adalah Kota transit, sehingga banyak masyarakat yang singgah di Kota Tarakan membeli oleh-oleh atau buah tangannya dari Kota Tarakan untuk dibawa pada saat keluar daerah atau pulang kampung

		3. Bagaimana bisa pedagang mendapatkan produk Malaysia?	Saya kurang tau, karena yang mendapatkan barang-barang ini bos saya
		4. Apakah produk Malaysia lebih digemari oleh masyarakat dibandingkan dengan produk Indonesia? Apakah alasannya?	Kebanyakan masyarakat lebih menyukai produk Malaysia dibandingkan dengan produk Indonesia, misalkan saja dari produk Milo. Milo malaysia lebih digemari masyarakat karena lebih banyak cokelatnya dibandingkan dengan produk Milo Indonesia
		5. Apakah menurut pedagang, keuntungan menjual produk Malaysia lebih menjanjikan?	Jika dari segi keuntungan, pada saat ini memang keuntungan atau pendapatan sedang menurun karena pandemi covid ini
		6. Apakah Selama pandemi covid-19 pedagang kesulitan untuk memasok barang-barang dagangan ?	Iya, pernah beberapa bulan banyak barang yang kosong karena tidak ada stock barang yang datang karena pada saat itu Malaysia sedang menerapkan sistem lockdown
		7. Jika produk-produk Malaysia itu dikirimkan dari Malaysia ke Kota Tarakan, apakah biayanya lebih murah dibandingkan dengan biaya kirim dari daerah lain ke Tarakan?	Saya kurang tau
		8. Apakah ada perbedaan peraturan yang dilakukan pemerintah yang terdahulu dengan yang sekarang ? seperti peraturan dari regulasi pengiriman barang dll?	Saya kurang tau
No	Nama	Pertanyaan	Jawaban Responden

4.	Responden 4	1. Sudah berapa lama menjadi pedagang produk Malaysia di Kota Tarakan?	Toko ini dibuka sudah dari tahun 2017
		2. Apa alasan pedagang tertarik untuk menjual produk Malaysia?	Mungkin karena peminatnya yang banyak
		3. Bagaimana bisa pedagang mendapatkan produk Malaysia?	Dari distributor yang berada di Kota Tarakan
		4. Apakah produk Malaysia lebih digemari oleh masyarakat dibandingkan dengan produk Indonesia? Apakah alasannya?	Bisa dikatakan seperti itu, misalkan saja Milo, Milo Malaysia lebih disukai oleh masyarakat dibandingkan dengan Milo Indonesia karena Milo Malaysia yang coklat nya lebih kental atau banyak dibandingkan dengan Milo Indonesia.
		5. Apakah menurut pedagang, keuntungan menjual produk Malaysia lebih menjanjikan?	Jika soal keuntungan saya kurang tau, karena yang mengelola keuangan kakak saya
		6. Apakah Selama pandemi covid-19 pedagang kesulitan untuk memasok barang-barang dagangan ?	Kesulitan mendapatkan barang hanya pada saat awal-awal pandemi karena di Malaysia menerapkan sistem lockdown dan juga banyak stock barang kosong
		7. Jika produk-produk Malaysia itu dikirimkan dari Malaysia ke Kota Tarakan, apakah biayanya lebih murah dibandingkan dengan biaya kirim dari daerah lain ke Tarakan?	Saya kurang tau

		8. Apakah ada perbedaan peraturan yang dilakukan pemerintah yang terdahulu dengan yang sekarang ? seperti peraturan dari regulasi pengiriman barang dll?	Kalo barang-barang masih ada yang tidak diperbolehkan untuk dijual belikan, kadang juga masih ada razia, jadi pada saat razia itu toko-toko barang Malaysia itu tutup semua. Tapi tidak semua barang Malaysia itu dilarang, barang-barang yang biasa di razia itu seperti sabun-sabun atau minyak-minyak batu atau minyak ikan (Kalo barang-barang masih ada yang tidak diperbolehkan untuk dijual belikan, terkadang juga masih ada razia di toko-toko produk Malaysia karena ada beberapa barang produk Malaysia yang dilarang beredar di Masyarakat
--	--	--	--

Sumber : Data Primer, 2021

Catatan : Nama responden disamarkan untuk kepentingan penelitian

Tabulasi data di atas menunjukkan hasil wawancara peneliti kepada 4 pedagang produk Malaysia yang berada di Kota Tarakan. Terdapat 8 pertanyaan yang peneliti tanyakan kepada para pedagang produk Malaysia di Kota Tarakan. Berikut adalah hasil deskripsi wawancara peneliti kepada pedagang produk Malaysia di Kota Tarakan.

- a. Pertanyaan Pertama : Sudah berapa lama menjadi pedagang produk Malaysia di Kota Tarakan?

Keempat responden memberikan jawaban yang beragam terkait sudah berapa lama mereka menjadi pedagang produk Malaysia di Kota Tarakan. Ada yang baru sekitar 1 (satu) tahun dan ada juga yang telah berdagang produk Malaysia di Kota Tarakan dari tahun 2000 atau sekitar 20 tahun.

- b. Pertanyaan Kedua : Apa alasan pedagang tertarik untuk menjual produk Malaysia?
Pada pertanyaan yang kedua ini, keempat responden mengatakan bahwa alasan mereka menjual produk Malaysia adalah karena peminat atau pembelinya yang banyak dan juga Kota Tarakan merupakan Kota Transit di Kalimantan Utara, sehingga produk-produk Malaysia sering dijadikan oleh-oleh pada saat ada wisatawan yang sedang transit di Kota Tarakan, sehingga secara tidak langsung dapat dikatakan bahwa produk Malaysia telah menjadi oleh-oleh khas Kota Tarakan.
- c. Pertanyaan ketiga : Bagaimana bisa pedagang mendapatkan produk Malaysia?
Pada pertanyaan yang ketiga ini, para responden memberikan jawaban yang beragam. Ada responden yang mengatakan bahwa pedagang mendapatkan produk-produk Malaysia dari 2 (dua) distributor yang ada di Kota Tarakan, responden mengatakan bahwa rata-rata pedagang produk Malaysia di Kota Tarakan mendapatkan produk Malaysia dari 2 (dua) distributor tersebut dan ada juga responden yang mengatakan bahwa mereka mendapatkan produk Malaysia dari Kabupaten Nunukan, yaitu daerah yang sangat dekat dengan perbatasan negara Malaysia. Ada juga responden yang mengatakan bahwa mereka tidak mengetahui dari mana produk-produk Malaysia tersebut didapatkan karena mereka hanya pekerja di tempat tersebut.
- d. Pertanyaan keempat : Apakah produk Malaysia lebih digemari oleh masyarakat dibandingkan dengan produk Indonesia? Apakah alasannya?

Pada pertanyaan yang keempat ini, para responden mengatakan bahwa kebanyakan masyarakat Kota Tarakan lebih menyukai produk-produk Malaysia dibandingkan dengan produk Indonesia hal ini karena rasa dan kualitas produk Malaysia lebih unggul dibandingkan dengan

produk Indonesia. Seperti rasa dari produk Milo, responden mengatakan bahwa Milo Malaysia lebih enak dibandingkan dengan Milo Indonesia karena rasa coklat yang terkandung dalam Milo Malaysia lebih kental dan enak dibandingkan dengan produk Milo yang berasal dari Indonesia.

- e. Pertanyaan kelima : Apakah menurut pedagang, keuntungan menjual produk Malaysia lebih menjanjikan?

Pada pertanyaan ini responden ada yang mengatakan bahwa keuntungan menjual produk Malaysia lumayan menjanjikan, hal ini dibuktikan dengan para pedagang produk Malaysia yang semakin hari semakin banyak dan ada juga yang mengatakan bahwa keuntungan penjualan selama pandemi covid-19 ini menurun dan ada juga responden yang mengatakan bahwa dia tidak mengetahui mengenai keuntungan menjual produk Malaysia di karenakan yang mengelola keuangan adalah pemilik took.

- f. Pertanyaan keenam : Apakah Selama pandemi covid-19 pedagang kesulitan untuk memasok barang-barang dagangan ?

Pada pertanyaan keenam ini rata-rata responden mengatakan bahwa mereka kesulitan untuk mendapatkan produk-produk Malaysia untuk dijual hal ini dikarenakan di negara Malaysia saat itu menerapkan system *lockdown*, sehingga para pedagang kesulitan mendapatkan produk-produk Malaysia, namun ada juga yang mengambil produk Malaysia dari Kabupaten Nunukan di karenakan stock yang ada disana ada banyak dan juga para pembeli atau konsumen sangat menurun drastis dibandingkan pada saat sebelum pandemi covid-19 hal ini dikarenakan menurunnya wisatawan yang berkunjung ke Kota Tarakan dan juga masyarakat takut membeli produk impor dikarenakan takut tertular covid-19.

- g. Pertanyaan ketujuh : Jika produk-produk Malaysia itu dikirimkan dari Malaysia ke Kota Tarakan, apakah biayanya lebih murah dibandingkan dengan biaya kirim dari daerah lain ke Tarakan?

Pada pertanyaan ini sebagian responden mengatakan bahwa biaya kirim produk Malaysia lebih murah dibandingkan biaya kirim produk Indonesia lain ke Kota Tarakan. Ada juga responden yang mengatakan bahwa mereka tidak mengetahui hal tersebut.

- h. Pertanyaan kedelapan : Apakah ada perbedaan peraturan yang dilakukan pemerintah yang terdahulu dengan yang sekarang ? seperti peraturan dari regulasi pengiriman barang dll?

Pada pertanyaan kedelapan ini, ada responden yang mengatakan bahwa terdapat perbedaan peraturan pemerintah dari yang dulu dengan yang sekarang, misalkan saja jika dulu sebelum Kota Tarakan masih dalam Provinsi Kalimantan Timur prosedur untuk mendapatkan produk Malaysia tidaklah rumit, namun sekarang pada saat Kota Tarakan menjadi Provinsi Kalimantan Utara prosedur untuk mendapatkan produk Malaysia cukup rumit dan juga ada responden yang mengatakan bahwa sampai sekarang masih ada produk-produk Malaysia yang dilarang dijual di Kota Tarakan yaitu seperti sabun-sabun ataupun minyak-minyak dan juga terkadang masih ada razia produk Malaysia di toko-toko yang menjual produk Malaysia di Kota Tarakan. Razia tersebut bertujuan menertibkan para pedagang agar tidak menjual produk-produk Malaysia yang dilarang dijual di Kota Tarakan.

4.2.5 Analisis Hasil Wawancara Mendalam

Tabel 4.9 Hasil Wawancara Mendalam Kepada Informan Pedagang Produk Malaysia

NO	DATA INFORMAN	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Informan 1	1. Sudah berapa lama anda menjual produk Malaysia ?	Sejak tahun 2000
		2. Bagaimana cara anda mendapatkan produk Malaysia ?	Dari distributor yang ada di Kota Tarakan dan distributor produk Malaysia yang ada di Kota Tarakan hanya ada dua
		3. Produk Malaysia apa yang sering dibeli di toko ini ?	Millo, Apollo dan lain-lain
		4. Berapa omset atau pendapatan dari toko ini per bulan ?	Pendapatan toko ini perbulan tidak tentu, terkadang Rp 60.000.000 – Rp 70.000.000 dalam satu bulan, tapi itu hanya pendapatan kotornya saja, jika pendapatan bersih hanya sekitar Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000 dalam satu bulan
		5. Jika nantinya ada kebijakan dari pemerintah bahwa penjualan produk Malaysia di Kota Tarakan dilarang, apa yang anda akan lakukan ?	Mungkin akan di complain, karena menjual produk Malaysia sudah lama dilakukan sejak dulu, jadi tidak bisa jika harus dihentikan karena barang seperti ini sudah seperti barang kebutuhan pokok

	6. Apakah toko ini memiliki cabang toko lain ?	Toko ini memiliki satu cabang lain
	7. Berapa total tenaga kerja di toko ini (jika pedagang memiliki cabang toko lain, berapa jumlah tenaga kerja yang anda miliki) ?	Total karyawan atau tenaga kerja di toko ini dan satu cabang toko lain ada tiga
	8. Menurut anda, berapa jumlah rata-rata tenaga kerja atau karyawan per toko yang menjual produk Malaysia ?	Rata-rata per toko ada dua atau tiga karyawan
	9. Apakah anda mengetahui jumlah toko penjual produk Malaysia yang ada di Kota Tarakan atau di pasar ini ?	Ada delapan toko

Sumber : Data Primer, 2021

Catatan : Nama informan disamarkan untuk kepentingan penelitian

Tabulasi data di atas menunjukkan hasil wawancara mendalam peneliti kepada salah satu pedagang produk Malaysia di Kota Tarakan. Wawancara mendalam ini dilakukan Karena pada wawancara sebelumnya peneliti merasa belum menemukan data-data penelitian yang dibutuhkan. Berikut adalah deskripsi hasil wawancara mendalam :

a. Pertanyaan pertama : Sudah berapa lama anda menjual produk Malaysia ?

Pada pertanyaan yang pertama ini responden mengatakan bahwa dia telah menjual produk Malaysia sudah sejak tahun 2000 dan pada awalnya yang menjual produk Malaysia ini adalah orang tua dari

responden namun seiring berjalannya waktu toko tersebut diambil alih oleh responden.

- b. Pertanyaan kedua : Bagaimana cara anda mendapatkan produk Malaysia ?

Responden mengatakan bahwa dia mendapatkan produk-produk Malaysia dari 2 (dua) distributor atau pedagang besar yang ada di Kota Tarakan.

- c. Pertanyaan ketiga : Produk Malaysia apa yang sering dibeli di toko ini?

Pada pertanyaan yang ketiga ini responden mengatakan bahwa produk Malaysia yang sering dibeli di toko ini adalah produk konsumsi seperti milo, Apollo dan lainnya.

- d. Pertanyaan keempat : Berapa omset atau pendapatan dari toko ini per bulan?

Pada pertanyaan yang keempat ini responden mengatakan bahwa omset atau pendapatannya tidak tetap, tergantung dari jumlah pengunjung yang datang. Responden mengatakan bahwa pendapatan mereka perbulan bisa sekitar Rp 60.000.000 – Rp 70.000.000 dalam satu bulan, namun itu hanya pendapatan kotor saja dan untuk pendapatan bersih responden bisa mendapatkan Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000 dalam satu bulan.

- e. Pertanyaan kelima : Jika nantinya ada kebijakan dari pemerintah bahwa penjualan produk Malaysia di Kota Tarakan dilarang, apa yang anda akan lakukan ?

Pada pertanyaan yang kelima ini responden mengatakan bahwa akan mengajukan protes jika nantinya ada kebijakan mengenai pelarangan penjualan produk-produk Malaysia di Kota Tarakan hal ini dikarenakan menurut responden para pedagang produk-produk Malaysia sudah sejak lama berjualan dan produk-produk Malaysia tersebut bisa dikatakan sebagai salah satu kebutuhan pokok masyarakat Kota Tarakan.

- f. Pertanyaan keenam : Apakah toko ini memiliki cabang toko lain ?

Pada pertanyaan yang keenam ini responden mengatakan bahwa toko yang responden jaga memiliki 1 (satu) anak cabang lagi. Pada saat sebelum pandemi covid-19 toko yang responden jaga memiliki 2 (dua) toko cabang, namun 1 (satu) cabang toko lainnya harus ditutup karena alasan satu dan lain hal.

- g. Pertanyaan ketujuh : Berapa total tenaga kerja di toko ini (jika pedagang memiliki cabang toko lain, berapa jumlah tenaga kerja yang anda miliki) ?

Pada pertanyaan ketujuh ini responden mengatakan bahwa toko ini memiliki 1 (satu) tenaga kerja atau karyawan dan ada 2 (dua) tenaga kerja atau karyawan yang ada di toko cabang sehingga total tenaga kerja pada kedua toko tersebut adalah 3 (tiga) orang tenaga kerja.

- h. Pertanyaan kedelapan : Menurut pedagang, berapa jumlah rata-rata tenaga kerja atau karyawan per toko yang menjual produk Malaysia ?

Responden mengatakan bahwa tenaga kerja di setiap toko itu berbeda- beda namun rata-rata toko yang menjual produk Malaysia memiliki sekitar 2 (dua) atau 3 (tiga) tenaga kerja atau karyawan.

- i. Pertanyaan kesembilan : Apakah pedagang mengetahui jumlah toko penjual produk Malaysia yang ada di Kota Tarakan atau di pasar ini ?

Pada pertanyaan kesembilan responden mengatakan bahwa ada sekitar 8 (delapan) pedagang produk Malaysia yang ada di pasar tersebut (pasar batu).

Tabel 4.10 Hasil Wawancara Mendalam Kepada Informan Konsumen Pemilik Cafe atau Warung Makan di Kota Tarakan

NO	DATA INFORMAN	PERTANYAAN	JAWABAN
2.	Informan 2	1. Apakah anda bisa membedakan mana produk Malaysia dan di mana produk Indonesia ?	Biasanya saya membedakannya dari logo
		2. Apa alasan anda lebih memilih produk Malaysia sebagai salah satu bahan dari masakan atau minuman yang anda jual dibandingkan dengan produk Indonesia ?	Karena jika menggunakan produk Malaysia, rasanya lebih terasa misalnya seperti Milo Malaysia yang lebih kental
		3. Menurut anda, apakah ada perbedaan harga antara produk Malaysia dengan produk Indonesia ?	Produk Malaysia lebih tinggi harganya dibandingkan dengan produk Indonesia. Misalnya seperti produk yang biasa saya beli adalah Milo. Milo Malaysia harganya sekitar Rp 95.000 dan Milo Indonesia harganya Rp 75.000 dari segi harga sudah jauh berbeda
		4. Produk Malaysia apa yang sering anda beli untuk kebutuhan dapur cafe anda ?	Milo, daging, nugget, sosis, sirup jagung dan quacker
		5. Misalkan produk Malaysia yang sering anda gunakan itu tidak ada, apakah anda ingin mengganti produk Malaysia tersebut dengan	Saya mau, karena tidak ada pilihan lain lagi

		produk Indonesia dengan jenis yang sama ?	
		6. Berapa pengeluaran per bulan anda untuk membeli kebutuhan dapur khususnya produk Malaysia dan pengeluaran dapur total ?	Pengeluaran dalam satu bulan untuk membeli produk Malaysia sekitar Rp 600.000 dan pengeluaran total untuk dapur ini sekitar Rp 2.000.000
		7. Berapa pendapatan atau keuntungan cafe ini dalam satu bulan ?	Rp 2.500.000 – Rp 3.000.000
		8. Apakah menurut anda, kebanyakan cafe atau penjual makanan/minuman di Kota Tarakan membeli produk Malaysia sebagai salah satu bahan baku untuk berjualan ?	Setau saya kebanyakan dari pedagang menggunakan produk Malaysia untuk berjualan, karena di Kota Tarakan produk Malaysia peminatnya lebih tinggi

Sumber : Data Primer, 2021

Catatan : Nama informan disamarkan untuk kepentingan penelitian

Pada tabulasi data di atas menunjukkan hasil wawancara mendalam peneliti kepada salah satu konsumen produk Malaysia yang di mana pekerjaan konsumen tersebut adalah seorang pemilik cafe atau warung makan yang di salah satu bahan makanan atau minumannya adalah produk yang berasal dari Malaysia. Berikut adalah deskripsi hasil wawancara mendalam :

- a. Pertanyaan pertama : Apakah anda bisa membedakan mana produk Malaysia dan yang mana produk Indonesia ?
Pada pertanyaan pertama ini informan mengatakan bahwa dia bisa membedakan produk Malaysia dan produk Indonesia dari logo nya
- b. Pertanyaan kedua : Apa alasan anda lebih memilih produk Malaysia sebagai salah satu bahan dari masakan atau minuman yang anda jual dibandingkan dengan produk Indonesia ?
Pada pertanyaan kedua ini informan mengatakan bahwa alasan informan menggunakan produk Malaysia adalah karena rasa dari produk Malaysia lebih enak dibandingkan dengan produk Indonesia misalkan saja produk milo Malaysia yang cokelatnyanya lebih enak dan kental dibandingkan dengan milo Indonesia.
- c. Pertanyaan ketiga : Menurut anda, apakah ada perbedaan harga antara produk Malaysia dengan produk Indonesia ?
Pada pertanyaan ketiga ini informan mengatakan bahwa harga dari produk Malaysia lebih mahal dibandingkan dengan produk Indonesia. Misalkan saja milo Malaysia jika di Kota Tarakan dijual seharga Rp 95.000 sedangkan milo Indonesia di Kota Tarakan dijual seharga Rp 75.000.
- d. Pertanyaan keempat : Produk Malaysia apa yang sering anda beli untuk kebutuhan dapur cafe anda ?
Pada pertanyaan keempat ini informan mengatakan bahwa produk Malaysia yang sering informan beli adalah produk Malaysia yang sering dijadikan salah satu bahan baku untuk berjualan seperti milo, daging, nugget, sirup jagung dan juga quacker.
- e. Pertanyaan kelima : Misalkan produk Malaysia yang sering anda gunakan itu tidak ada, apakah anda ingin mengganti produk Malaysia tersebut dengan produk Indonesia dengan jenis yang sama ?

Pada pertanyaan yang kelima ini informan mengatakan bahwa informan tidak keberatan jika harus mengganti produk Malaysia dengan produk Indonesia yang sering informan beli sebagai salah satu bahan berjualan hal ini dikarenakan sudah tidak ada pilihan lain lagi.

- f. Pertanyaan keenam : Berapa pengeluaran per bulan anda untuk membeli kebutuhan dapur khususnya produk Malaysia dan pengeluaran dapur total?

Pada pertanyaan yang keenam ini informan mengatakan bahwa pengeluaran perbulan informan pada saat membeli produk Malaysia untuk kebutuhan dapur untuk berjualan adalah sebesar Rp 600.000 dan total seluruh pengeluaran informan untuk membeli produk-produk Malaysia ataupun produk Indonesia adalah Rp 2.000.000 dalam satu bulan.

- g. Pertanyaan ketujuh : Berapa pendapatan atau keuntungan cafe ini dalam satu bulan?

Pada pertanyaan ketujuh ini informan mengatakan bahwa pendapatan informan dalam perbulan tidak tentu, namun rata-rata pendapatan informan dalam satu bulan adalah sekitar Rp 2.500.000 sampai Rp 3.000.000

- h. Pertanyaan kedelapan : Apakah menurut anda, kebanyakan cafe atau penjual makanan/minuman di Kota Tarakan membeli produk Malaysia sebagai salah satu bahan baku untuk berjualan ?

Pada pertanyaan kedelapan ini informan mengatakan bahwa kebanyakan pedagang makanan atau minuman di Kota Tarakan menggunakan produk Malaysia hal ini dikarenakan peminat dari produk Malaysia di Kota Tarakan cukup tinggi.

Tabel 4.11 Hasil Wawancara Mendalam Kepada Informan Konsumen Biasa di Kota Tarakan

NO	DATA INFORMAN	PERTANYAAN	JAWABAN
3.	Informan 3 (Konsumen biasa)	1. Apakah anda tau mana produk Malaysia dan di mana produk Indonesia ?	Saya lebih suka produk Malaysia dibandingkan dengan produk Indonesia, biasanya saya membedakannya dari logonya
		2. Apa alasan anda untuk mengonsumsi produk Malaysia ?	Karena saya sudah terbiasa mengonsumsi produk Malaysia karena dulu saya tinggal di Malaysia hingga saya tinggal di Indonesia saya tetap terbiasa mengonsumsi produk Malaysia dan dari segi rasa, produk Malaysia lebih enak dibandingkan dengan produk Indonesia
		3. Menurut anda, apakah ada perbedaan harga antara produk Malaysia dengan produk Indonesia ?	Produk Malaysia lebih mahal dibandingkan dengan produk Indonesia
		4. Produk Malaysia apa yang sering anda konsumsi ?	Nestum dan Milo
		5. Misalnya produk Malaysia yang biasa anda beli atau konsumsi tidak ada, apakah anda mau mengganti produknya dengan produk Indonesia yang sejenis ?	Jarang, karena saya akan tetap berusaha mencari produk Malaysia tersebut hingga dapat, karena suami saya hanya mau produk Malaysia karena beda rasa

		6. Berapa pengeluaran sebulan di rumah ini untuk pembelian produk Malaysia ?	Kalau Nesfre kurang dari 1 kg sekitar Rp 90.000, Milo 1 kg terkadang sekitar Rp 80.000 dan Nestum sekitar Rp 40.000 totalnya sekitar Rp 310.000
--	--	--	---

Sumber : Data Primer, 2021

Catatan : Nama informan disamarkan untuk kepentingan penelitian

Tabulasi data di atas menunjukkan hasil wawancara mendalam yang dilakukan oleh peneliti kepada konsumen biasa. Pada wawancara mendalam ini peneliti mewawancarai seorang ibu rumah tangga. Berikut adalah deskripsi hasil wawancara mendalam :

- a. Pertanyaan pertama : Apakah anda tau mana produk Malaysia dan di mana produk Indonesia ?
 Pada pertanyaan pertama ini informan mengatakan bahwa informan sangat menyukai produk-produk Malaysia dan biasanya informan membedakan produk Indonesia dengan produk Malaysia dari logo ataupun tulisan di produk atau kemasannya.
- b. Pertanyaan kedua : Apa alasan anda untuk mengonsumsi produk Malaysia?
 Pada pertanyaan yang kedua ini informan mengatakan bahwa alasan informan mengonsumsi produk Malaysia dikarenakan dulu informan pernah tinggal di Malaysia beberapa tahun hal itu yang menyebabkan informan terbiasa mengonsumsi produk Malaysia dan juga menurut informan rasa dan kualitas produk Malaysia lebih unggul dibandingkan dengan produk Indonesia.
- c. Pertanyaan ketiga : Menurut anda, apakah ada perbedaan harga antara produk Malaysia dengan produk Indonesia ?
 Pada pertanyaan ketiga ini informan mengatakan bahwa terdapat perbedaan harga antara produk Malaysia dibandingkan dengan produk Indonesia. Produk-produk Malaysia lebih mahal dibandingkan dengan produk Indonesia.

d. Pertanyaan keempat : Produk Malaysia apa yang sering anda konsumsi ?

Pada pertanyaan keempat ini informan mengatakan bahwa produk Malaysia yang sering dibeli atau sering di konsumsi oleh informan adalah milo dan nestum.

e. Pertanyaan kelima : Misalnya produk Malaysia yang biasa anda beli atau konsumsi tidak ada, apakah anda mau mengganti produknya dengan produk Indonesia yang sejenis ?

Pada pertanyaan kelima ini informan mengatakan bahwa informan jarang ingin mengganti produk Malaysia dengan produk Indonesia ketika produk Malaysia yang diinginkan sedang tidak ada. Informan tersebut akan keliling mencari produk Malaysia yang biasa informan beli atau konsumsi hingga dapat hal ini di sebabkan suami informan sangat suka produk Malaysia tersebut.

f. Pertanyaan keenam : Berapa pengeluaran sebulan di rumah ini untuk pembelian produk Malaysia ?

Pada pertanyaan yang keenam ini informan mengatakan bahwa pengeluaran informan dalam satu bulan untuk membeli produk malaysia adalah sekitar Rp 310.000. Produk yang sering informan beli atau konsumsi ada 3 (yaitu) ada nesfre yang harganya sekitar Rp 90.000, milo 1 kilogram yang harganya sekitar Rp 80.000 dan juga nestum yang harganya sekitar Rp 40.000.

4.2.6 Analisis Jumlah Pedagang Besar dan Pedagang Eceran Produk Malaysia di Kota Tarakan

Tabel 4.12 Jumlah Pedagang Eceran produk Malaysia di Kota Tarakan

NO	Nama Pasar	Jumlah Toko
1	Pasar Batu/Sebengkok	13
2	Pasar Tenguyun	2
3	Pasar Beringin	3
4	Pasar Gusher	3
5	Pelabuhan Tengkeyu	6
Total		27

Sumber: Data primer, 2021

Dari hasil studi lapangan, di Kota Tarakan terdapat 27 toko yang menjual khusus produk-produk Malaysia. Toko produk-produk Malaysia kebanyakan terletak di Pasar Batu/Sebengkok, penduduk lokal Kota Tarakan ataupun wisatawan luar daerah yang sedang berkunjung ke Kota Tarakan selalu mencari produk Malaysia di Pasar Batu/Sebengkok ini, karena pedagang ataupun toko produk Malaysia sangat mudah di temukan di pasar ini dan juga pasar ini terletak dekat dengan pelabuhan Kota Tarakan. Menurut salah satu pedagang di pasar, semakin hari pedagang ataupun toko produk Malaysia semakin banyak yang gulung tikar. Hal ini dikarenakan pandemi covid-19 sangat berpengaruh terhadap pendapatan dari para pedagang produk Malaysia. Para pedagang produk Malaysia di Kota Tarakan mendapatkan produk-produk Malaysia dari 2 (dua) distributor produk Malaysia yang ada di Kota Tarakan. Namun ada juga pedagang yang mendapatkan produk Malaysia untuk dijual dari Kabupaten Nunukan, yaitu daerah yang sangat dekat dan berbatasan langsung dari Negara Malaysia. Rata-rata jumlah karyawan atau tenaga kerja dalam satu toko adalah sebanyak 2 (dua) sampai 3 (tiga) orang. Jika jumlah karyawan dalam 1 toko mencapai 2 orang berarti jumlah karyawan atau tenaga kerja di 27 toko produk Malaysia kurang lebih sekitar 54 orang karyawan atau tenaga kerja.

Selain 27 toko produk Malaysia di atas, di Kota Tarakan terdapat 10 Toko Swalayan yang juga menjual produk-produk Malaysia dan juga produk Indonesia.

Toko-toko swalayan ini adalah toko swalayan yang sering dikunjungi oleh masyarakat Kota Tarakan pada saat membeli kebutuhan pokok. Berikut tabel yang menunjukkan nama toko swalayan dan jumlah tenaga kerja yang bekerja di toko swalayan tersebut :

Tabel 4.13 Toko Swalayan di Kota Tarakan

No	Nama Toko	Jumlah Karyawan
1	Sinar Terang Bersaudara	73
2	S-Mart	21
3	TW Mart	14
4	HG Mart	22
5	Toko Restu	16
6	Sinnam	10
7	Setia Budi	13
8	NU Smart	17
9	SR Baru	15
10	Toko Sinar Abadi	11
TOTAL		212

Sumber : Data Primer, 2021

Berdasarkan data tabel di atas toko-toko swalayan terbesar di Kota Tarakan juga menjual produk-produk Malaysia, produk-produk yang biasa ditemukan adalah produk-produk yang sering di konsumsi oleh masyarakat Kota Tarakan seperti milo, oatmeal, frozen food dan lainnya. Jumlah total tenaga kerja dari 10 toko swalayan tersebut adalah 212 orang. Toko swalayan sinar terang bersaudara memiliki jumlah tenaga kerja terbanyak yaitu sebanyak 73 orang.

4.2.7 Analisis produk-produk Malaysia yang di pasarkan di Kota Tarakan

Tabel 4.14 Produk-produk Malaysia di Kota Tarakan

N O	NAMA PRODUK	HARGA
1	Ah Huat 3in1 White Coffee	Rp 70.000
2	Aik Cheong The Tarik	Rp 15.000
3	Alicafe 20x30 gram	Rp 28.000
4	Alicafe Caramel	Rp 60.000
5	Alitea 18 pcs	Rp 27.000
6	Anlene Gold 1 kg	Rp 25.000
7	Apollo Bubbles	Rp 15.000
8	Apollo Checker Black	Rp 61.250
9	Apollo Checker Strawberry	Rp 60.000
10	Apollo Layer Cake Cokelat	Rp 4.400
11	Apollo Layer Cake Pandan	Rp 104.000
12	Apollo Pandan Stick Wafer	Rp 38.500
13	Apollo Wafer Stick Merah	Rp 27.000
14	Bebola Daging Ayam	Rp 44.000
15	Bebola Ikan Sayuran	Rp 26.750
16	Bihun Mama	Rp 61.750
17	Biskuit Hup Seng Crackers	Rp 24.500
18	Biskuit Keladi 480 gram	Rp 29.000
19	Bubuk Green Tea	Rp 25.000
20	Burger Ayam Ramly	Rp 25.000
21	Cadbury Dairy Milk Bite Jolly Raisin 50 gram	Rp 56.000
22	Cadbury Dairy Milk isi 18	Rp 63.000
23	Cadbury Dairy Milk Toples	Rp 27.000
24	Cadbury Hot Chocolate Drink 15 pcs	Rp 48.500
25	Cadbury Zip 20	Rp 33.750
26	Candy Cube Cokelat Alibaba 180 pcs	Rp 35.000
27	Chek Hup 2in1 Ipoh White Coffee	Rp 38.500
28	Chek Hup 3 in 1 The Tarik	Rp 25.000
29	Chicken Frankfurter Ayam	Rp 25.000
30	Chunky Menté	Rp 19.000
31	Cloud 9 Classic isi 20	Rp 32.000

32	Cokelat Crispy 40x11 gram	Rp 63.000
33	Cokelat Crispy isi 25 pcs	Rp 53.000
34	Daging Burger Bifiria	Rp 24.000
35	Dairy Champ	Rp 31.000
36	Ginger Coconut Candy	Rp 61.500
37	Hi Goat Susu Kambing Spyhru	Rp 26.000
38	Kacang Taisun	Rp 40.000
39	Keropok Mee-mee	Rp 38.500
40	Kit Kat Bites	Rp 61.000
41	Kit Kat Value pack 24 pcs	Rp 37.500
42	Kofi 29 Plus	Rp 62.000
43	Koko Jelly Kacang 120 gram	Rp 38.800
44	Koko Jelly Kacang 380 gram	Rp 60.000
45	Koko Jelly Kacang 750 gram	Rp 61.500
46	Koko Jelly Kismis 380 gram	Rp 61.500
47	Koko Jelly Kismis 750 gram	Rp 38.000
48	Koko Jelly Raisin 120 gram	Rp 23.000
49	Kokoo Checkup	Rp 26.000
50	Kopi Essenso	Rp 58.000
51	Kopi Harimau 25 gram	Rp 43.890
52	Kopi Radix	Rp 55.000
53	Kwaci Bunga Matahari 1 kg	Rp 48.000
54	Lexus Cheese	Rp 55.000
55	Lexus Chocolate Cream	Rp 42.000
56	Lexus Peanut Butter	Rp 55.000
57	London Swiss Roll Cake isi 24 pcs	Rp 26.000
58	Maggi Mie Kari 5pcs	Rp 14.000
59	Maggi Mie Kari Cili Api 5 pcs	Rp 72.000
60	Maggi Mie Tom Yum 5pcs	Rp 63.500
61	Mama Perisa Itik 5 pcs	Rp 70.000
62	Mie Maggi Pedas Giler Ayam Bakar isi 5 pcs	Rp 29.000
63	Mie Maggie Ayam 5 pcs	Rp 65.000
64	Mie Maggie Laksa	Rp 97.000
65	Milo 1 kg	Rp 62.000
66	Milo 200 gram	Rp 62.000
67	Milo 3in1 isi 18 pcs	Rp 62.000
68	Milo 400 gram	Rp 29.000

69	Milo Cereal 10 pcs	Rp 44.000
70	Milo Nuggets 10 Party Packs	Rp 60.000
71	Mini Sosej Dengan Keju	Rp 70.000
72	Mixed Nuts	Rp 165.000
73	Naget Ayam Okey	Rp 76.000
74	Nescafe	Rp 60.000
75	Nescafe Botol 100 gram	Rp 177.000
76	Nescafe Botol 50 gram	Rp 40.000
77	Nescafe white coffee	Rp 50.000
78	Nespray Susu Bubuk 550 gram	Rp 93.000
79	Nestum 3in1 Cokelat	Rp 30.000
80	Nestum 3in1 Madu	Rp 15.000
81	Nestum 550 gram	Rp 52.000
82	Nestum Original 15 pcs	Rp 26.000
83	Nuget Ayam Ayami	Rp 55.000
84	Nuget Ayam Ramly	Rp 35.000
85	Nuget Ayam Valley Fresh	Rp 60.000
86	Nuts Crisp 500 gram	Rp 25.000
87	Oat Choco Chocolate 400 gram	Rp 90.000
88	Oat Choco Original	Rp 65.000
89	Oat Crunch	Rp 45.000
90	Oat Krunch	Rp 40.000
91	Old Town Classic 15 pcs	Rp 30.000
92	Old Town Coffee & Creamer	Rp 15.000
93	Old Town Hazelnut 15x38 gram	Rp 50.000
94	Old Town Milk Tea	Rp 28.000
95	Ovaltine 3in1 isi 20 pcs	Rp 60.000
96	Ovaltine 820 gram	Rp 57.000
97	Pendekar Ginseng	Rp 12.000
98	Pertama Kulit Popia	Rp 65.000
99	Roka Nutty Chocolate isi 50	Rp 45.000
100	Roka Nutty isi 80	Rp 26.000
101	Serbuk Kari 888 25 gram	Rp 50.000
102	Serbuk Kari Daging Ayam Brand	Rp 40.000
103	Serbuk Kari Daging dan Ayam Adabi	Rp 22.000

104	Shoestring French Fries	Rp 23.000
105	Sosis Madu	Rp 23.000
106	Stik Naget Ayam Okey	Rp 23.000
107	Susu Dairy Champ	Rp 45.000
108	Susu F&N	Rp 46.000
109	Tepung Goreng Pisang Adabi	Rp 55.000
110	The Herba OK	Rp 30.000
111	Twinfish Nuts Crips 500 gram	Rp 35.000
112	Zess	Rp 26.000

Sumber : Data Primer, 2021

Berdasarkan data tabel di atas, di Kota Tarakan terdapat kurang lebih 112 jenis produk konsumsi yang berasal dari Malaysia. Produk-produk tersebut kebanyakan adalah produk cepat saji mulai dari sosis, nugget hingga minuman cepat saji seperti milo, nescafe, nestum dan lain-lain. Dari tabel di atas, kita dapat melihat banyaknya produk konsumsi dari Malaysia yang tersebar di Kota Tarakan. Hal ini membuktikan bahwa masyarakat Kota Tarakan cukup sering mengonsumsi produk-produk yang berasal dari Malaysia. Produk-produk ini juga selain di konsumsi oleh masyarakat tetapi juga sebagai bahan dasar berjualan seperti di cafe-cafe ataupun tempat wisata yang menyediakan wisata kuliner di Kota Tarakan dan juga produk-produk Malaysia ini sering dijadikan oleh-oleh atau buah tangan ketika ada wisatawan yang sedang berkunjung ke Kota Tarakan ataupun pada saat masyarakat Kota Tarakan sedang keluar daerah biasanya mereka membawa produk Malaysia ini untuk dijadikan oleh-oleh atau buah tangan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Dapat disimpulkan bahwa penyebaran produk Malaysia di Kota Tarakan sangat luas, hal ini dikarenakan selain di Kota Tarakan memiliki pasar yang khusus menjual produk Malaysia tetapi juga toko-toko swalayan terbesar di Kota Tarakan juga menyediakan produk-produk Malaysia, hal ini yang menyebabkan di Kota Tarakan sangat mudah untuk menemukan produk Malaysia. Luasnya persebaran produk Malaysia di Kota Tarakan ini membuktikan bahwa peminat atau konsumen produk Malaysia di Kota Tarakan tinggi. Adapun faktor yang menyebabkan konsumsi masyarakat Kota Tarakan terhadap produk Malaysia tinggi adalah karena rasa dan kualitas produk Malaysia yang lebih enak dan bagus dibandingkan dengan produk Indonesia. Faktor inilah yang menyebabkan kebanyakan masyarakat Kota Tarakan lebih memilih mengonsumsi produk Malaysia dibandingkan dengan produk Indonesia dan produk yang masyarakat Kota Tarakan konsumsi adalah produk-produk Malaysia seperti makanan dan minuman cepat saji seperti nugget, sosis, milo, teh tongkat ali dan lain-lain.
2. Kota Tarakan bisa dikatakan sebagai Kota transit di Kalimantan Utara hal ini dikarenakan bandara dan pelabuhan terbesar di Kalimantan Utara berada di Kota Tarakan. Hal ini yang menyebabkan banyaknya wisatawan luar daerah yang datang ke Kota Tarakan. Banyaknya wisatawan inilah yang menjadi salah satu faktor banyaknya produk Malaysia di Kota Tarakan, para wisatawan yang berkunjung ke Kota Tarakan akan menjadikan produk-produk Malaysia ini sebagai oleh-oleh atau buah tangan. Hal ini tentu berdampak pada sektor perekonomian Kota Tarakan, khususnya para pedagang produk Malaysia yang ada di Kota Tarakan. Ketika daya beli masyarakat atau wisatawan meningkat maka hal ini akan berdampak pada

aktivitas ekonomi masyarakat Kota Tarakan. Semakin banyaknya permintaan pasar dari penjualan produk Malaysia ini maka akan membuka peluang usaha baru bagi masyarakat Kota Tarakan, sehingga tidak hanya aktivitas ekonomi Kota Tarakan saja yang meningkat tetapi lapangan pekerjaan baru pun akan tersedia.



5.2 Saran

1. Bagi masyarakat Kota Tarakan sebaiknya dapat menyeimbangkan penggunaan produk Indonesia dengan penggunaan produk Malaysia, karena penggunaan produk lokal adalah langkah yang paling tepat untuk memajukan perekonomian dalam negeri.
2. Perlunya peran dari pemerintah ataupun aktivis masyarakat sebagai penggerak untuk rutin memberikan penyuluhan kepada masyarakat Kota Tarakan terkait pentingnya mengonsumsi produk dalam negeri.



Daftar Pustaka

- Amirin, Tatang M. 1986. Menyusun Rencana Penelitian. Rajawali. Jakarta
- Arifin, S. 2020. Pertumbuhan Ekonomi, Tingkat Pengangguran, dan Konsumsi Dalam Bingkai Kesejahteraan Masyarakat. Banyumas: CV. Pena Persada.
- Badan Pusat Statistik Kalimantan Utara. 2019. Provinsi Kalimantan Utara Dalam Angka 2020. Tanjung Selor: Badan Pusat Statistik
- Badan Pusat Statistik Kota Tarakan. 2019. Kota Tarakan Dalam Angka 2020. Tarakan: Badan Pusat Statistik
- Bogdan dan Taylor. 1975. Metodologi Penelitian Kualitatif. Remadja Karya. Bandung
- Bungin, Burhan. 2012. Analisa Data Penelitian Kualitatif. Rajawali Pers. Jakarta
- Busra. Yuli Anisah. dan Zulkarnain. (2020). “Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro”. ANDI (Anggota IKAPI). Yogyakarta
- Dewi, M. (2018), “ Faktor Yang Memengaruhi Impulsive Buying Konsumen Pands Yogyakarta Dalam Perspektif Perilaku Konsumsi Islami”. Skripsi Sarjana (Tidak dipublikasikan) Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta
- Dihayana,Wahono. 2018. Perdagangan Internasional. Deepublish. Yogyakarta
- Emzir. 2016. Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data. Pt Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Febrianty. dkk. (2020). “Pengantar Bisnis Etika, Hukum & Bisnis Internasional”. Yayasan Kita Menulis. Medan
- Fitrah, M. dan Luthfiyah. 2017. Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus. CV Jejak. Sukabumi
- Geladis F. 2018. Faktor – Faktor yang Memengaruhi Volume Kedelai di Indonesia Tahun 1999-2016. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ekonomi. Universitas Islam Indonesia: Yogyakarta.

- Hayati, Sri. Enok Maryani dan Murnaria Manalu. (2007). “Ilmu Pengetahuan Sosial Geografi Untuk SMP dan MTS Kelas VIII”. Erlangga. Jakarta Hendi P. 2019. Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Volume Impor Beras Di Indonesia Periode Tahun 1999-2018. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ekonomi. Universitas Islam Indonesia: Yogyakarta.
- Hulu Provinsi Kalimantan Barat)”, Respon Publik, Vol. XIII NO.1 hal 15
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.2014. Laporan Akhir Kajian Pengawasan Barang Yang Beredar Di Daerah Perbatasan, Indonesia
- Leksono, S. 2013. Penelitian Kualitatif Ilmu Ekonomi : Dari Metodologi ke Metode. Rajawali Pers. Jakarta
- Mankiw N,Gregory, dkk. 2012, Pengantar Ekonomi Makro. Salemba Empat. Jakarta
- Miles, M.B and Huberman A.M. 1984. Analisis Data Kualitatif. Terjemahan Oleh Tjetjep Rohendi Rohidi. 1992. Penerbit : Universitas Indonesia. Jakarta
- Mohamad, Ade. Afifudin. dan Roni Pindahanto (2019), “Motivasi Masyarakat Perbatasan Indonesia Dalam Menggunakan Barang Impor Dari Negara Malaysia (Studi Kasus Desa Badau Kecamatan Badau Kabupaten Kapuas
- Moleong, L. 2010. Metodologi Penelitian Kualitatif. Remadja Karya CV Bandung. Bandung
- Narimawati, Umi. 2008. Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi. Agung Media. Bandung
- Nurdin, I. dan Sri Hartati. Luthfiah (Editor) (2019). Metodologi Penelitian Sosial. Media Sahabat Cendaka. Surabaya.
- Nurlela. (2018). “Persepsi Masyarakat Perbatasan Terhadap Nasionalisme (Studi Terhadap Penerimaan Masyarakat Terhadap Produk Luar Negeri di Desa Aji Kuning Kec. Sebatik Tengah Kab. Nunukan)”. Skripsi Sarjana. Fakultas Ushuluddin, Filsafat dan Politik, UIN Alauddin. Makassar

- Octaviani, B. (2016), “Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Perspektif Ekonomi Islam (Studi Mahasiswa Ekonomi Islam FIAI UII 2012)”. Skripsi Sarjana (Tidak dipublikasikan) Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta
- Ovan., dan Andika Saputra. Ansari (Editor) (2020). CAMI: Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia. Takalar.
- Purwati, E. dan Anang Kunaefi. 2020. Pemetaan Potensi Anak Didik Berbasis Multiple Intelligences dalam Pendidikan Islam. Zifatama Jawara. Sidoarjo. Putong I. 2010. Pengantar Ekonomi Makro. Mitra Wacana Media. Bogor
- Putri, W. (2016), “Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa dan Latar Belakang Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumsi (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Islam FIAI dan Ilmu Ekonomi FE UII)”. Skripsi Sarjana (Tidak dipublikasikan) Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Rivai, S. (2019). “Mari Belajar Ekonomi: Buku Peminatan Ilmu Sosial Kelas XI”. Uwais Inspirasi Indonesia. Sidoarjo
- Sasono, Herman Budi. 2012. Manajemen Pelabuhan dan Realisasi Ekspor Impor. Yogyakarta: ANDI.
- Sattar. 2017. Buku Ajar Ekonomi Internasional. Yogyakarta: Deepublish. Sekaran, Uma. 2011. Research Methods For Business : A Skill Building Approach. John Willey and Sons. New York
- Siyoto, S. dan Ali Sodik. 2015. “Dasar Metodologi Penelitian”. Literasi Media Publishing. Yogyakarta
- Soejoto, Ady. 2011. Teori Ekonomi Makro. Unesa University Press. Surabaya
- Soimah, N. (2020). “Analisis Kesenjangan Pendapatan Kabupaten/Kota di Wilayah Kalimantan Utara,” Laporan Hasil Penelitian, Universitas Kaltara

- Strauss, Anselm and Juliet Corbin. 2003. Dasar-dasar Penelitian Kualitatif: Tata Langkah dan Teknik-teknik Teoritisasi Data. Terjemahan Oleh Muhammad Shodiq, Imam Muttaqien. 2007. Pustaka Pelajar. Yogyakarta
- Sudjatmoko. (2015), "Leader Transformasional". Panembahan Senopati. Sonorejo
- Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Bisnis. Alfabeta. Bandung
- Sugiyono. 2009. Memahami Penelitian Kualitatif. Alfabeta. Bandung
- Sukirno, Sadono. 1985. Ekonomi Pembangunan: Proses, Masalah, dan Kebijakan. LPFE-UI. Jakarta
- Sukirno, Sadono. 2008. Ekonomi Pembangunan. BPFE Yogyakarta. Yogyakarta
- Supardi E. 2019. Ekspor Impor : Teori Dan Praktikum Kegiatan Ekspor Untuk Praktisi Logistik Dan Bisnis. Yogyakarta: Deepublish.
- Suyono. 2018. Analisis Regresi untuk Penelitian. Deepublish. Yogyakarta
- Tampubolon, J. 2020. Perdagangan dan Bisnis Internasional : Teori dan Analisis Empiris. Yogyakarta: Deepublish.
- Todaro, Michael P. dan Stephen C. Smith. 2006. Pembangunan Ekonomi (Edisi kesembilan, jilid I). Erlangga. Jakarta
- Usman, Husaini dan Purnomo S.A. 2011. Metodologi Penelitian Sosial Edisi 2. Bumi Aksara. Jakarta
- Wibisono, D. 2013. Panduan Menyusun Skripsi, Tesis, dan Desertasi. Penerbit Andi. Yogyakarta
- Wijaya, H. 2018. Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi. Sulawesi Selatan: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray
- Zuhdi, M. 2018. Metode Penelitian Komunikasi. Duta Media Publishing. Pamekasan

LAMPIRAN

Lampiran I

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI TINGKAT KONSUMSI MASYARAKAT TERHADAP PRODUK MALAYSIA DI KOTA TARAKAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Responden yang terhormat. Saya Eka Prista Armalia mahasiswi semester 7 Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir (skripsi). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumsi masyarakat Kota Tarakan terhadap produk-produk yang berasal dari Malaysia. Produk Malaysia yang di jajankan berupa kemasan makanan ringan dan kemasan minuman, sejenis kue wafer merk Apollo, minuman kemasan Milo, Nescafe, Kopi Tongkat Ali, Ovaltine, teh tarik Tongkat Ali, oat, candy dan lain lain. Pada kesempatan ini, saya memohon kerjasama dari saudara untuk berpartisipasi dalam penelitian ini sebagai responden dari kuesioner ini. Jawaban pada kuesioner ini tidak memiliki nilai benar atau salah karena bersifat subjektif. Semua data yang saudara berikan akan di jamin kerahasiaannya sesuai dengan kode etik penelitian yang berlaku. Pengisian kuesioner ini hanya memerlukan waktu antara lima sampai dengan sepuluh menit saja. Saya berterima kasih yang sedalam - dalamnya atas partisipasi saudara dalam penelitian ini , semoga Allah subhana hu wa ta'ala membalas usaha saudara dengan kebaikan dan kemuliaan yang berlimpah. Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

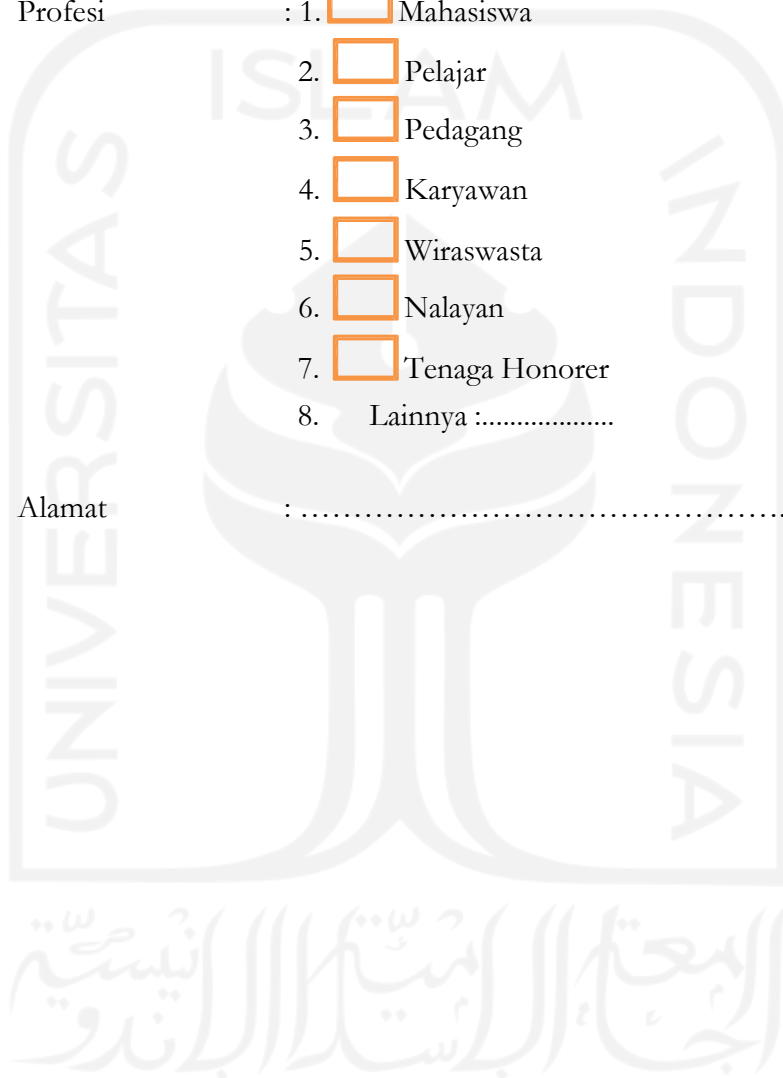
Salam hormat,

Peneliti,

Eka Prista Armalia

A. Identitas Responden (beri tanda centang pada kotak)

1. Nama :
2. Usia :
3. Jenis Kelamin : 1. Laki-laki 2. Perempuan
4. Profesi : 1. Mahasiswa
2. Pelajar
3. Pedagang
4. Karyawan
5. Wiraswasta
6. Nalayan
7. Tenaga Honorer
8. Lainnya :
5. Alamat :



B. Petunjuk Pengisian

Setiap pernyataan di bawah ini mohon diberikan respon dengan memberi tanda centang (✓) pilihan pada skala 1-3 dengan rincian sebagai berikut:

- 1) SELALU : bernilai 3 poin
- 2) SERING : bernilai 2 poin
- 3) JARANG : bernilai 1 poin

Ketergantungan atau kebiasaan masyarakat Kota Tarakan terhadap produk Malaysia

NO	PERTANYAAN	SELALU	SERING	JARANG
1	Apakah anda pernah membeli produk dari Malaysia?			
2	Apakah semua kebutuhan dapur anda adalah produk Malaysia?			
3	Apakah anda membeli produk Malaysia karna telah menjadi kebiasaan turun menurun sejak dulu?			
4	Menurut anda apakah produk – produk malaysia telah menjadi oleh – oleh khas Kota Tarakan?			
5	Apakah anda pernah membeli produk – produk Malaysia untuk dijadikan oleh – oleh saat pergi ke luar kota?			

Mengukur tingkat kebutuhan masyarakat Kota Tarakan terhadap produk Malaysia

NO	PERTANYAAN	SELALU	SERING	JARANG
1	Apakah anda membeli produk Malaysia karna kebutuhan sehari – hari?			
2	Apakah anda membeli produk Malaysia karna produk yang anda inginkan tidak dijual di Indonesia?			
3	Apakah anda membeli produk Malaysia karna rasa dan kualitas produk Malaysia lebih memuaskan dibandingkan dengan produk Indonesia?			
4	Apakah anda membeli produk Malaysia karna gengsi?			
5	Apakah selama pandemi Covid-19 anda sulit untuk menemukan produk – produk Malaysia yang anda butuhkan?			

Apakah faktor harga memengaruhi konsumsi masyarakat kota Tarakan terhadap produk Malaysia

NO	PERTANYAAN	SELALU	SERING	JARANG
1	Apakah anda membeli produk Malaysia karna pendapatan anda yang tinggi atau besar?			
2	Apakah anda membeli produk Malaysia karna anda ingin menjual produknya kembali?			
3	Apakah anda membeli produk Malaysia karna harganya yang			

	lebih murah dibandingkan dengan produk Indonesia?			
4	Apakah anda membeli produk Malaysia karna biaya kirim dari Malaysia lebih murah dibandingkan dengan biaya kirim dari produk-produk daerah lain yang berada di Indonesia?			



Lampiran II

Kuesioner Wawancara ke Pedagang Produk Malaysia

PERTANYAAN WAWANCARA KE PEDAGANG

Nama :

Pekerjaan :

1. Sudah berapa lama menjadi pedagang produk Malaysia ?

Jawab :

2. Apa alasan pedagang tertarik untuk menjual produk Malaysia ?

Jawab :

3. Bagaimana bisa pedagang mendapatkan produk Malaysia? apakah dari sana (Malaysia) ada yang mengirimkannya atau apakah si pedagang yang datang langsung ke Malaysia untuk mengambil barang?

Jawab :

4. Apakah produk Malaysia lebih digemari oleh masyarakat dibandingkan dengan produk Indonesia? Apakah alasannya?

Jawab :

5. Apakah menurut pedagang, keuntungan menjual produk Malaysia lebih menjanjikan?

Jawab :

6. Apakah selama pandemi pedagang kesulitan untuk memasok barang-barang dagangan karna ada nya peraturan dari malaysia yang menerapkan sistem lockdown? Dan bagaimana cara pedagang mengatasi kesulitan tersebut?

Jawab :

7. Jika produk-produk Malaysia itu dikirmkan dari Malaysia ke kota tarakan, apakah biayanya lebih murah dibandingkan dengan biaya kirim dari daerah lain seperti dari Sulawesi atau Jawa ke Tarakan?

Jawab :

8. Apakah ada perbedaan peraturan yang di lakukan pemerintah yang terdahulu dengan yang sekarang? seperti peraturan dari regulasi pengiriman barang dan lain-lain

Jawab :



Lampiran III

Kuesioner Wawancara Mendalam ke Pedagang Produk Malaysia

Nama :

Usia :

Pekerjaan :

1. Sudah berapa lama pedagang menjual produk Malaysia ?

Jawab :

2. Bagaimana cara pedagang mendapatkan produk Malaysia ?

Jawab :

3. Produk Malaysia apa yang sering dibeli di toko ini ?

Jawab :

4. Berapa omset atau pendapatan dari toko ini per bulan ?

Jawab :

5. Jika nantinya ada kebijakan dari pemerintah bahwa penjualan produk Malaysia di Kota Tarakan dilarang, apa yang pedagang akan lakukan ?

Jawab :

6. Apakah toko ini memiliki cabang toko lain ?

Jawab :

7. Berapa total tenaga kerja di toko ini (jika pedagang memiliki cabang toko lain, berapa jumlah tenaga kerja yang pedagang miliki) ?

Jawab :

8. Menurut pedagang, berapa jumlah rata-rata tenaga kerja atau karyawan per toko yang menjual produk Malaysia ?

Jawab :

9. Apakah pedagang mengetahui jumlah toko penjual produk Malaysia yang ada di Kota Tarakan atau di pasar ini ?

Jawab :

Lampiran IV

Kuesioner Wawancara Mendalam ke Pemilik Cafe

Nama :

Usia :

Pekerjaan :

1. Apakah anda bisa membedakan mana produk Malaysia dan di mana produk Indonesia ?

Jawab :

2. Apa alasan anda lebih memilih produk Malaysia sebagai salah satu bahan dari masakan atau minuman yang anda jual dibandingkan dengan produk Indonesia ?

Jawab :

3. Menurut anda, apakah ada perbedaan harga antara produk Malaysia dengan produk Indonesia ?

Jawab :

4. Produk Malaysia apa yang sering anda beli untuk kebutuhan dapur cafe anda ?

Jawab :

5. Misalkan produk Malaysia yang sering anda gunakan itu tidak ada, apakah anda ingin mengganti produk Malaysia tersebut dengan produk Indonesia dengan jenis yang sama ?

Jawab :

6. Berapa pengeluaran per bulan anda untuk membeli kebutuhan dapur khususnya produk Malaysia dan pengeluaran dapur total ?

Jawab :

7. Berapa pendapatan atau keuntungan cafe ini dalam satu bulan ?

Jawab :

8. Apakah menurut anda, kebanyakan cafe atau penjual makanan/minuman di Kota Tarakan membeli produk Malaysia sebagai salah satu bahan baku untuk berjualan ?

Jawab :



Lampiran V

Kuesioner Wawancara Mendalam ke Konsumen Biasa

Nama :

Usia :

Pekerjaan :

1. Apakah anda tau mana produk Malaysia dan di mana produk Indonesia ?
Jawab :
2. Apa alasan anda untuk mengonsumsi produk Malaysia ?
Jawab :
3. Menurut anda, apakah ada perbedaan harga antara produk Malaysia dengan produk Indonesia ? Jawab :
4. Produk Malaysia apa yang sering anda konsumsi ?
Jawab :
5. Misalnya produk Malaysia yang biasa anda beli atau konsumsi tidak ada, apakah anda mau mengganti produknya dengan produk Indonesia yang sejenis ?
Jawab :
6. Berapa pengeluaran sebulan dirumah ini untuk pembelian produk Malaysia ?
Jawab :

Lampiran VI
Hasil Kuesioner Online

Butiran Responden	x 1	x 2	x 3	x 4	x 5	x 6	x 7	x 8	x 9	x1 0	x1 1	x1 2	x1 3	x1 4	TOTAL	KETERANGAN
1	1	2	3	3	3	1	1	3	1	2	1	1	2	3	27	SERING
2	3	1	2	3	3	2	2	2	1	2	1	2	1	1	26	SERING
3	3	2	1	1	1	3	3	2	1	3	1	1	1	1	24	SERING
4	3	1	3	3	3	3	1	3	1	3	1	1	1	3	30	SELALU
5	3	3	3	3	3	3	2	3	1	2	1	1	2	2	32	SELALU
6	3	1	1	3	3	1	2	3	1	1	1	1	1	2	24	SERING
7	3	1	3	3	3	1	3	3	1	1	1	1	1	1	26	SERING
8	3	2	3	3	3	2	1	3	1	1	1	1	1	1	26	SERING
9	3	2	2	3	3	2	2	3	1	2	1	1	2	1	28	SERING
10	3	2	2	1	3	2	3	2	1	2	1	1	2	1	26	SERING
11	3	1	3	3	3	1	3	3	1	1	1	1	1	1	26	SERING
12	3	1	1	2	3	1	3	3	1	2	1	1	2	1	25	SERING
13	3	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	18	SERING
14	3	1	2	2	3	1	2	3	1	3	1	3	1	3	29	SELALU
15	3	2	2	2	3	1	3	1	1	1	1	1	1	1	23	SERING
16	3	2	3	3	3	1	2	3	1	1	1	1	1	1	26	SERING
17	3	2	1	2	3	1	1	3	1	3	1	1	1	1	24	SERING
18	3	3	3	3	3	1	1	3	1	1	1	1	3	1	28	SERING
19	3	1	1	2	2	1	3	2	1	3	1	1	1	1	23	SERING
20	3	3	1	3	3	3	1	2	1	3	1	1	2	1	28	SERING
21	3	1	2	3	3	1	3	1	1	1	1	1	1	1	23	SERING
22	3	2	1	2	2	1	2	2	1	1	1	1	2	2	23	SERING
23	3	1	1	2	3	1	2	2	1	1	1	1	2	1	22	SERING
24	3	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1	1	2	1	20	SERING
25	3	1	1	1	3	1	2	1	1	1	1	1	3	3	23	SERING
26	3	1	1	2	3	1	1	3	1	1	1	1	1	1	21	SERING
27	3	1	1	1	1	1	3	3	1	1	1	1	3	1	22	SERING
28	3	2	3	3	3	2	2	2	1	1	1	2	3	1	29	SELALU
29	3	2	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	2	22	SERING
30	3	1	1	1	3	1	2	2	1	1	1	1	2	1	21	SERING
31	3	2	1	1	3	1	3	1	1	1	1	1	3	1	23	SERING
32	3	2	1	2	1	2	3	2	1	2	1	1	2	2	25	SERING
33	3	3	3	2	3	3	3	3	1	3	1	1	2	1	32	SELALU
34	3	2	2	2	3	1	1	2	1	1	1	1	2	1	23	SERING
35	3	2	1	3	3	1	2	2	1	1	1	1	1	1	23	SERING
36	3	2	1	3	3	1	3	2	1	1	1	1	1	1	24	SERING
37	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	17	SERING
38	3	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	19	SERING
39	3	2	1	2	3	2	3	3	1	2	1	1	1	1	26	SERING
40	3	2	3	3	3	2	2	3	1	1	1	1	1	1	27	SERING
41	3	2	2	3	3	2	3	3	1	1	1	1	2	2	29	SELALU

42	3	1	1	3	1	3	1	3	1	1	1	1	1	3	24	SERING
43	3	2	1	1	1	1	2	2	1	3	1	1	1	1	21	SERING
44	3	1	1	1	3	1	3	1	1	1	1	1	1	1	20	SERING
45	3	2	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	2	2	25	SERING
46	3	1	3	3	3	1	1	3	1	1	1	1	1	1	24	SERING
47	3	1	1	1	3	1	3	2	1	2	1	3	1	1	24	SERING
48	3	1	1	3	3	2	2	3	1	2	1	1	3	3	29	SELALU
49	3	2	1	3	3	1	3	3	1	1	1	1	1	1	25	SERING
50	3	1	1	3	3	1	1	3	1	1	1	1	3	1	24	SERING
51	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	15	SERING
52	3	2	2	3	1	2	2	2	1	3	1	1	2	1	26	SERING
53	3	1	1	3	3	1	2	2	1	1	1	1	1	2	23	SERING
54	3	2	1	3	3	1	3	1	1	3	1	1	1	1	25	SERING
55	3	1	2	1	3	1	3	1	1	1	1	1	3	1	23	SERING
56	3	1	1	2	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	20	SERING
57	3	1	1	1	3	1	3	1	1	3	1	1	1	1	22	SERING
58	3	2	2	2	1	1	3	2	1	2	1	1	2	3	26	SERING
59	3	2	3	3	1	2	1	3	1	1	1	2	1	2	26	SERING
60	3	1	1	2	3	1	2	2	1	2	1	1	2	1	23	SERING
61	3	1	1	2	3	1	2	2	1	1	1	1	1	2	22	SERING
62	3	2	2	2	3	2	2	3	2	1	2	1	3	2	30	SELALU
63	3	1	1	3	3	1	2	3	1	1	1	1	1	1	23	SERING
64	3	2	2	3	3	2	1	2	1	1	1	1	2	2	26	SERING
65	3	2	3	3	3	1	3	3	1	1	1	1	1	1	27	SERING
66	3	1	2	3	1	2	1	3	1	1	1	1	3	1	24	SERING
67	3	1	1	3	3	1	3	3	1	1	1	1	1	1	24	SERING
68	3	2	3	2	3	2	2	2	1	1	1	1	1	1	25	SERING
69	3	2	3	3	3	2	1	2	1	1	1	1	1	1	25	SERING
70	3	2	1	3	3	2	2	3	1	1	1	1	1	3	27	SERING
71	3	2	3	3	3	1	3	3	1	1	1	1	1	1	27	SERING
72	3	2	1	3	3	2	2	3	1	2	1	1	1	2	27	SERING
73	3	2	1	3	3	1	3	3	1	1	1	1	1	1	25	SERING
74	3	2	3	2	3	2	2	3	1	2	1	1	2	2	29	SELALU
75	3	1	1	1	3	1	3	3	1	1	1	1	3	1	24	SERING
76	3	1	1	2	3	1	1	3	1	1	1	1	1	1	21	SERING
77	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	18	SERING
78	3	1	1	3	3	1	3	3	1	2	1	1	1	3	27	SERING
79	3	1	1	2	3	1	3	3	1	1	1	1	1	1	23	SERING
80	3	1	2	3	1	1	2	3	1	1	1	1	2	2	24	SERING
81	3	2	1	2	3	1	1	3	1	2	1	1	2	2	25	SERING
82	3	2	2	3	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	23	SERING
83	3	1	1	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	20	SERING
84	3	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	21	SERING
85	3	2	3	3	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	24	SERING
86	3	1	3	3	3	2	3	3	1	1	1	1	3	2	30	SELALU
87	3	1	1	3	3	1	3	2	1	1	1	1	2	1	24	SERING
88	3	1	1	2	3	1	2	2	1	1	1	1	1	1	21	SERING
89	3	1	1	3	3	1	1	3	1	1	1	1	1	1	22	SERING

90	3	1	1	2	3	3	1	3	1	1	1	1	1	1	23	SERING
91	3	2	1	3	3	1	1	3	1	1	1	1	1	1	23	SERING
92	3	2	2	3	3	2	1	3	1	2	1	1	1	1	26	SERING
93	3	2	2	3	3	1	1	3	1	1	1	1	1	1	24	SERING
94	3	1	1	3	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	21	SERING
95	3	2	1	3	3	1	1	3	1	2	1	1	1	2	25	SERING
96	3	2	1	2	3	1	3	1	1	1	1	1	1	1	22	SERING
97	3	1	1	3	3	1	3	3	1	1	1	1	1	1	24	SERING
98	3	2	3	2	3	2	2	3	1	2	1	1	2	3	30	SELALU
99	3	1	3	3	3	1	3	3	1	3	1	1	1	1	28	SERING
100	3	1	1	3	3	1	1	3	1	1	1	1	3	1	24	SERING
101	3	1	3	3	1	2	3	3	1	2	1	1	2	2	28	SERING
102	3	2	1	2	3	1	3	3	1	1	2	1	3	2	28	SERING
103	3	1	1	2	3	1	1	3	1	1	1	1	1	1	21	SERING
104	3	1	1	3	3	1	3	3	1	3	1	1	3	1	28	SERING
105	3	3	3	3	3	1	2	3	1	3	1	1	3	1	31	SELALU
106	3	2	3	3	3	1	2	3	1	3	1	1	3	3	32	SELALU
107	3	1	3	3	3	1	2	3	1	1	1	3	2	2	29	SELALU
108	3	2	1	3	3	1	2	3	1	2	1	1	1	2	26	SERING
109	3	2	1	3	1	1	1	3	1	2	2	2	1	1	24	SERING
110	3	1	1	2	1	1	3	2	1	1	1	1	1	1	20	SERING
111	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	34	SELALU
112	3	2	2	1	2	1	1	2	1	3	2	1	3	3	27	SERING
113	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42	SELALU
114	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	3	1	3	2	35	SELALU
115	3	2	1	3	3	1	3	3	1	1	1	1	1	2	26	SERING
116	3	1	3	2	3	1	3	3	1	1	1	1	1	2	26	SERING
117	3	2	2	3	3	1	3	3	1	3	1	1	1	1	28	SERING
118	3	1	1	3	3	2	3	3	1	2	1	1	2	1	27	SERING
119	3	2	2	2	3	1	3	2	1	3	1	1	2	2	28	SERING
120	1	1	1	3	3	1	3	1	1	1	1	1	1	1	20	SERING
121	3	1	1	2	3	1	3	2	1	1	1	1	1	1	22	SERING
122	3	1	2	1	3	1	3	3	1	3	1	1	3	3	29	SELALU
123	3	2	1	2	3	1	3	1	2	3	1	3	2	2	29	SELALU
124	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	18	SERING
125	3	3	1	2	3	1	1	2	1	1	1	1	3	3	26	SERING
126	3	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	3	22	SERING
127	3	1	1	2	2	1	1	3	1	1	1	1	1	1	20	SERING
128	3	1	1	1	3	1	3	3	1	1	1	1	3	3	26	SERING
129	3	3	1	3	3	1	2	2	1	1	2	1	2	2	27	SERING
130	3	2	1	2	3	2	2	2	1	1	1	1	1	1	23	SERING
131	3	1	1	2	3	1	2	3	1	2	1	1	1	2	24	SERING
132	3	2	3	2	3	2	1	2	1	2	1	1	1	2	26	SERING
133	3	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	2	2	20	SERING
134	1	1	1	1	3	1	1	1	1	2	1	1	1	1	17	SERING
135	3	2	1	2	3	1	2	3	1	2	2	3	3	2	30	SELALU
136	3	2	2	2	1	1	3	3	1	2	1	1	1	1	24	SERING
137	3	3	3	3	3	1	3	3	1	1	1	1	1	1	28	SERING

138	3	2	3	3	3	1	2	3	2	1	1	3	1	1	29	SELALU
139	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16	SERING
140	3	1	2	3	3	1	2	3	1	1	1	1	1	2	25	SERING
141	3	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1	1	3	1	21	SERING
142	3	1	2	3	3	1	1	3	1	2	1	1	2	2	26	SERING
143	3	1	1	3	3	1	3	3	1	1	1	1	1	1	24	SERING
144	3	2	3	3	3	3	1	3	1	2	1	1	2	1	29	SELALU
145	2	1	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	3	3	22	SERING
146	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	18	SERING
147	3	2	3	3	3	1	1	3	1	1	1	1	1	1	25	SERING
148	3	3	2	2	3	1	2	2	1	1	1	2	2	2	27	SERING
149	3	1	1	2	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	20	SERING
150	3	1	1	2	3	1	3	3	1	1	1	1	1	1	23	SERING
151	3	1	1	3	3	1	1	3	1	1	1	3	1	1	24	SERING
152	3	2	1	1	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	21	SERING
153	3	2	1	3	3	1	1	3	1	1	1	1	1	1	23	SERING
154	3	2	2	1	3	2	1	2	1	1	1	1	1	1	22	SERING
155	1	3	1	3	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	20	SERING
156	3	1	1	3	1	3	1	3	1	1	1	1	1	1	22	SERING
157	3	1	1	2	3	1	2	1	1	1	1	1	1	2	21	SERING

