

ANALISIS PENAWARAN SOUVENIR DI KOTA PEKANBARU

Oleh:

Novri Sasra

Pembimbing : Eka Armas Pailis dan Ufira Isbah

Faculty of Economic Universitas Riau, Pekanbaru, Indonesia

Email : novrysasra@gmail.com

Analysis Of Supply Souvenir In Pekanbaru City

ABSTRACT

This research was conducted in Pekanbaru City. Industry, trade, services, health services and other activities, where the cycle of world change recently changed a lot especially in the field of craft that very rapidly, so a good target for the sale or distribution of souvenirs and also the demand for products and other industrial services in Pekanbaru City. With the aim to know and analyze the influence of price, production cost, and profit on souvenir offer. The total population in this study is 12 ukm. The sample used in this research is 12. Using the census method, where the whole population becomes the sample. And data processing using multiple linear regression method with SPSS program. Based on the results of the test if the data using multiple linear regression can be taken several conclusions, namely: Price has a positive and significant influence on souvenir supply. Production costs have a positive and significant effect on souvenir offerings. Profits have a positive and significant effect on souvenir offerings. And price, production cost, and profit have influence together to souvenir offer in Pekanbaru City. Based on the analysis of factors affecting the supply of souvenirs, the effect of price, production cost, and profit can be given the following suggestions: a) The company needs to determine the pricing strategy, by stepping up and maintaining the quality and service for customer satisfaction. b) The Company may increase the amount of bid to raise profit by taking into account market conditions.

Keywords : Price, Production Cost, Profit, and Supply.

PENDAHULUAN

Kebutuhan manusia yang terus meningkat menyebabkan ilmu pengetahuan dan teknologi juga semakin meningkat. Banyak inovasi-inovasi yang dilakukan untuk mencapai kepuasan dalam memenuhi suatu kebutuhan. Dalam perkembangannya kegiatan perekonomian sangat membutuhkan inovasi yang berkelanjutan sehingga perekonomian mampu berkembang terarah.

Industry kecil di Kota Pekanbaru tumbuh dan berkembang tersebar diluar sentral-sentral industry yang ada. Salah satu industry yang berkembang di Kota

Pekanbaru adalah industry kerajinan seperti souvenir. Dimana perkembangan usaha kerajinan souvenir dipengaruhi oleh pertumbuhan penduduk. Bahwa pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat bukan dianggap sebagai suatu hal yang *negative*, namun dilihat dari nilai yang *positif*. Dimana hal tersebut menjadi modal dasar dalam pembangunan tetapi di sisi pembangunan ekonomi lainnya pertumbuhan penduduk berdampak *negative* yaitu terjadinya pengangguran tenaga kerja dan tekanan hidup.

Sektor kerajinan merupakan jenis industry kreatif yang di dalam meliputi proses kreasi, produksi dan juga

distribusi dari suatu produk kerajinan yang dihasilkan. Sektor kerajinan ini dibuat oleh tenaga pengrajin mulai dari design sampai proses hasil penyelesaiannya. Sektor kerajinan memanfaatkan serat alam maupun buatan, kulit, rotan, bamboo dan kayu dan nantinya akan dibuat menjadi seni kerajinan yang memiliki nilai jual yang tinggi (Antariksa, 2012).

Konsumsi masyarakat terhadap barang kerajinan terus meningkat, khususnya di sektor kerajinan souvenir. Peluang bisnis souvenir untuk kategori UKM (usaha kecil menengah) terdapat potensi yang layak dikembangkan dan dieksplorasi lebih mendalam. Apalagi terdapat beberapa kebutuhan manusia yang akan selalu dijalani seperti seminar, jambore, pernikahan, dan hadiah atau oleh-oleh dari lokasi wisata.

Para pelaku produsen souvenir dituntut untuk membuat souvenir yang kreatif dan unik untuk menarik minat konsumen dipasaran. Bukan tidak mungkin dengan semakin baiknya inovasi kreasi yang dikembangkan produsen dalam memproduksi souvenir berhasil menarik banyak minat konsumen dipasaran. Dan untuk menyiasati penawaran souvenir para produsen berlomba berani tampil dalam mengeksplorasi ide serta unsur seni kedalam bentuk apapun agar tampil beda dari yang lain namun memiliki ciri khas sendiri.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

Bagaimana faktor harga, biaya produksi, dan keuntungan mempengaruhi penawaran souvenir di Kota Pekanbaru ?

Adapun tujuan berdasarkan uraian masalah yang telah diuraikan maka tujuan penelitian ini yaitu Apakah faktor harga, biaya produksi, dan keuntungan mempengaruhi penawaran souvenir di Kota Pekanbaru.

TELAAH PUSTAKA

Pengertian Industri

Industri adalah jenis usaha yang terutama bergerak dalam proses pengubahan suatu barang atau bahan menjadi bahan atau barang lain yang berbeda bentuk atau sifatnya yang mempunyai nilai tambah (Wibowo, 2004).

Industri Kreatif

Dari aspek sejarah, istilah *industry kreatif* muncul pertama kali pada dekade 1990an di Australia dalam kaitannya dengan usaha untuk melakukan reformasi radikal dibidang justifikasi dan pendanaan yang berkaitan dengan kebijakan disektor seni dan budaya. Namun demikian istilah tersebut menjadi lebih dikenal luas ketika *industry kreatif* dikembangkan oleh pemerintah Inggris. Pada dekade 1980an, Inggris mengalami sejumlah persoalan yaitu tingkat pengangguran yang tinggi, berkurangnya aktifitas *industry* dan pengurangan dana anggaran pemerintah dalam bidang seni. Maka diperkenalkan sebuah konsep yaitu *culture as an industry*. Melalui konsep ini seni dan budaya tidak lagi dilihat dari sebagai sektor-sektor yang selalu membutuhkan subsidi melainkan justru didesain untuk mendukung pertumbuhan ekonomi dan kebijakan yang berkaitan dengan pengembangan inovasi (Antariksa, 2012).

Menurut (Moelyono, 2010) *industry kreatif* dikembangkan oleh beberapa factor. Dalam hal ini menawarkan konsep:

- a. Talenta: Proses kreasi harus dibekali oleh bakat (talenta) yang cukup, kemampuan ini bias menggerakkan perusahaan-perusahaan untuk proaktif, tidak mengikuti trend tetapi menciptakan trend.
- b. Tolerans: Ini berkaitan dengan iklim keterbukaan, dimana adanya toleransi yang tinggi diantara komunitas, yaitu komunitas yang menghargai perbedaan dan karya

cipta orang lain akan mendorong tumbuh kembangnya kreatifitas.

- c. Teknologi: Teknologi dapat menunjang produktifitas karena kemudahan dalam mengakses dan membeli teknologi serta transfer teknologi adalah factor penting dalam pengembangan industry kreatif.

Model pengembangan industry kreatif adalah layaknya sebuah bangunan yang akan menguatkan ekonomi Indonesia:

- a. Pondasinya adalah sumber daya insani yang kreatif
- b. Pilarnya ada 5 yakni industry, teknologi, sumberdaya, institusi, dan lembaga keuangan.
- c. Atapnya adalah actor penggerak utama kreatifitas yang dipayungi oleh hubungan antara cendekiawan, bisnis, dan pemerintah (*triple helix system*).

Departemen Perdagangan RI (2007) mendefinisikan industry kreatif sebagai industry yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksplorasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.

Teori Penawaran dalam Ilmu Ekonomi

Dalam ilmu ekonomi, penawaran (*supply*) menunjukkan jumlah maksimum barang yang akan dijual pada berbagai tingkat harga selama jangka waktu tertentu. Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat dilihat bahwa penawaran merupakan hubungan fungsional antara jumlah barang yang akan dijual (Q_s) dan harga per satuan (P). jumlah barang ditawarkan dipengaruhi oleh harga barang yang bersangkutan sebagaimana tercantum dalam hukum penawaran. (Gilarso, 2000).

Dalam ilmu ekonomi, penawaran (*supply*) diartikan sejumlah barang, produk atau komoditi yang tersedia dalam pasar yang siap untuk dijual kepada konsumen yang membutuhkan.

Penawaran juga dapat diartikan sebagai sejumlah barang (*goods*), jasa (*service*) atau komoditi yang tersedia di pasar dengan harga tertentu pada waktu tertentu.

Teori penawaran adalah analisis dalam ilmu ekonomi yang menerangkan faktor-faktor yang menentukan penawaran, dan bagaimana faktor-faktor ini akan menentukan keseimbangan dan perubahan keseimbangan di pasar.

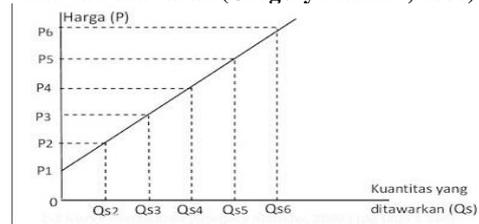
Penawaran (*supply*) menunjukkan seluruh hubungan antara jumlah suatu komoditi yang ditawarkan dan harga komoditi tersebut, *ceteris paribus*. Pengertian penawaran adalah unsur yang menunjukkan jumlah-jumlah barang yang di tawarkan untuk dijual pada berbagai tingkat harga dalam suatu pasar pada waktu tertentu (Rosyidi, 2004).

Definisi Hukum Penawaran

Hukum penawaran adalah suatu pernyataan yang menjelaskan tentang sifat hubungan antara harga suatu barang dan jumlah barang tersebut yang di tawarkan, dalam hukum ini dinyatakan bagaimana keinginan para penjual yang menawarkan barangnya apabila harganya tinggi dan bagaimana pula keinginan untuk menawarkan barang tersebut apabila harganya rendah (Sukirno, 2005).

Hubungan antara harga dan jumlah barang yang ditawarkan menggambarkan hokum penawaran yaitu makin tinggi harga suatu barang maka semakin banyak jumlah barang tersebut akan ditawarkan oleh penjual begitu juga sebaliknya dengan asumsi *Ceteris Paribus* ini juga bisa digambarkan dalam kurva sebagai berikut:

Gambar 1
Kurva Penawaran (Gregory Mankiw, 2000)



Pada kurva di atas faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran selain harga barang itu sendiri dianggap tetap. Gambar 1 menunjukkan jumlah kuantitas yang ditawarkan pada berbagai harga yang berbeda. Pada harga di bawah P2 tidak ada barang yang ditawarkan sama sekali. Saat harga P2 kuantitas yang ditawarkan sebesar Qs2. Ketika harga meningkat dari P2 ke P3 kuantitas yang ditawarkan meningkat dari Qs2 ke Qs3.

(Gregory Mankiw:2000) mengatakan bahwa pada penawaran, kuantitas yang ditawarkan berhubungan positif dengan harga barang. Kuantitas yang ditawarkan meningkat ketika harga meningkat dan menurun ketika harga menurun. Hubungan antara harga dan kuantitas yang ditawarkan ini dinamakan hukum penawaran (law of supply) dengan menganggap hal lainnya sama, ketika harga barang meningkat, maka kuantitas barang tersebut yang ditawarkan akan meningkat.

Menurut (Diprodjo:2007) Kurva penawaran adalah suatu kurva yang menggambarkan hubungan antara berbagai kuantitas yang ditawarkan pada berbagai alternatif harga. Kurva penawaran dapat di bentuk dengan menghubungkan titik-titik pasangan nilai yang di tawarkan produsen disuatu pasar pada berbagai harga, dengan asumsi *ceteris paribus*. Kurva penawaran bergeser jika salah satu atau lebih variabel yang dianggap konstan dalam fungsi penawaran berubah, arah pergeseran kekiri atau kekanan tergantung kepada hubungan antara jumlah barang yang ditawarkan dengan variabel-variabel yang berubah tersebut (Sumarso, 2007).

Keinginan para penjual menawarkan barangnya pada berbagai tingkat harga di tentukan oleh beberapa faktor, diantaranya yang paling penting adalah: (Sukirno, 2008)

- a. Harga barang itu sendiri
- b. Harga barang-barang lain

- c. Biaya produksi
 - d. Tujuan-tujuan operasi perusahaan tersebut
 - e. Tingkat teknologi yang digunakan
- Analisis permintaan dan penawaran merupakan alat yang penting untuk (Sugiarto, 2005):
1. Memahami respon harga dan kualitas suatu komoditas terhadap perubahan variabel-variabel ekonomi (misalnya variabel perubahan teknologi, selera konsumen, harga komoditas lain, harga faktor produksi).
 2. Menganalisis interaksi yang kompetitif antara penjual dan pembeli dalam menghasilkan harga dan kuantitas suatu komoditas.
 3. Menunjukkan kebebasan yang di berikan pasar kepada konsumen dan produsen.
 4. Menganalisis efek berbagai intervensi kebijakan pemerintah di pasar (seperti pengendalian harga, kuota, pajak, subsidi, penetapan upah minimum, insentif produksi, dan lainnya).

Definisi Fungsi Penawaran

Fungsi penawaran ialah fungsi yang menyatakan hubungan harga dari suatu barang dengan jumlah barang tersebut yang di tawarkan (Desmizar, 2003). Penawaran suatu produk adalah berbagai kuantitas produk (Qs) di mana produsen bersedia menjualnya pada berbagai harga alternatif (Soeharno, 2007).

Faktor Penawaran

1. Harga Barang Itu Sendiri

Harga suatu barang selalu dipandang sebagai faktor yang sangat penting dalam menentukan penawaran barang tersebut, oleh sebab itu teori penawaran memfokuskan perhatiannya kepada hubungan di antara tingkat harga dengan jumlah barang yang ditawarkan.

Harga suatu barang adalah corak permintaan dan penawaran yang pada umumnya terdapat pada suatu pasar dalam melakukan transaksi untuk menentukan tingkat harga terhadap

jumlah barang yang akan diperjual belikan (Sukirno, 2005).

Tujuan penetapan harga adalah sebagai berikut: (Angipora, 2002)

a. Mendapatkan laba maksimum

Sesuai dengan yang ingin dicapai, maka melalui penetapan harga atas setiap barang yang dihasilkan, perusahaan mengharapkan akan mendapatkan laba maksimal. Maka harapan-harapan lain yang ingin dicapai dalam jangka pendek atau jangka panjang.

b. Mendapatkan pengembalian investasi

Berdasarkan pada tujuan yang ingin dicapai maka perusahaan mengharapkan sedapat mungkin melalui penetapan harga dari setiap barang dan jasa yang dihasilkan mampu mendapatkan pengembalian atau seluruh nilai investasi yang dilakukan terhadap kegiatan yang dilakukan.

c. Mencegah atau mengurangi persaingan

Melalui tujuan ini perusahaan akan mengharapkan bahwa dengan tingkat harga yang ditetapkan pada setiap produk yang dihasilkan akan mencegah atau mengurangi tingkat persaingan dari industri yang masuk.

d. Mempertahankan atau memperbaiki *market share*

Tujuan penetapan harga ini diharapkan setidaknya-tidaknya mampu mempertahankan atau memperbaiki *market share* yang dimiliki perusahaan dalam jajaran persaingan industri saat ini. Pemilihan dan penetapan tujuan harga ini dengan harapan bahwa tingkat penjualan atas produk yang dihasilkan akan meningkat bila dibandingkan dengan perusahaan lain, secara tidak langsung kan memperbaiki *market share* yang dimiliki perusahaan dalam jajaran industri yang sama.

Dalam teori ekonomi mikro yang dimaksud dengan harga ialah harga dari suatu komoditi (suatu barang tertentu), sedangkan dalam teori ekonomi makro

dihubungkan dengan tingkat harga secara keseluruhan (Joelson, 2003).

2. Biaya Produksi

Biaya produksi dapat didefinisikan sebagai semua pengeluaran yang dilakukann oleh perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan-bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang-barang yang diproduksi perusahaan tersebut (Sukirno, 2013)

Menurut (Halim, 2010), biaya merupakan pengeluaran yang sudah terjadi (*expired*) yang digunakan dalam memproses produk yang dihasilkan. Sedangkan menurut (Mulyadi,1999) biaya dalam arti luas adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Dalam arti sempit, biaya merupakan sumber ekonomi untuk memperoleh harga pokok. Biaya dalam perspektif konsumen adalah pengorbanan yang harus dikeluarkan untuk mengkonsumsi sejumlah produk baik barang ataupun jasa. Sedangkan, biaya dalam perspektif produsen atau *supplier* adalah semua beban yang harus ditanggung oleh produsen untuk menghasilkan suatu produksi.

Pembayaran kepada faktor-faktor produksi merupakan pengeluaran yang sangat penting dalam proses produksi berbagai perusahaan. Pengeluaran tersebut mempunyai peranan yang ssangat besar dalam menentukan biaya produksi. Tanpa adanya kenaikan produktivitas dan efisiensi kenaikan harga faktor-faktor produksi akan menaikkan biaya produksi maka akan menyebabkan produksi melebihi hasil penjualannya dan mereka mengalami kerugian. Ini dapat menimbulkan penutupan usaha tersebut dan jumlah penawaran barang menjadi berkurang. Kenaikan harga faktor-faktor produksi mengurangi keuntungan mereka, kalau keuntungan suatu usaha tidak menarik

lagi mereka akan pindah ke usaha lain, hal ini akan mengurangi penawaran dalam suatu kegiatan ekonomi tertentu (Sukirno, 2013).

Biaya produksi yang dikeluarkan setiap perusahaan dapat dibedakan kepada dua jenis:

1. Biaya eksplisit

Merupakan pengeluaran perusahaan yang dicatat secara akuntansi berupa pembayaran dengan uang untuk mendapatkan faktor produksi dan bahan mentah yang dibutuhkan. Misal biaya untuk membayar listrik, membeli bahan baku pembuatan produk, membayar asuransi, dan sebagainya.

2. Biaya tersembunyi

Merupakan perkiraan pengeluaran terhadap faktor produksi yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri. Pengeluaran yang tergolong dalam biaya tersembunyi antara lain pembayaran untuk keusahawan produsen tersebut, modalnya sendiri yang digunakan dalam perusahaan, dan bangunan perusahaan yang dimilikinya.

Cara menaksir pengeluaran tersebut dapat dilakukan dengan melihat pendapatan yang paling tinggi yang diperoleh apabila produsen itu bekerja di perusahaan lain, modal dipinjamkan atau disesuaikan dengan kegiatan lain, dan bangunan yang dimilikinya disewakan kepada orang lain.

Biaya produksi dibedakan dalam dua jenis yaitu: biaya produksi jangka pendek yaitu, jangka waktu di mana sebagian faktor produksi dapat mengalami perubahan dan biaya produksi jangka panjang yaitu, jangka waktu dimana semua faktor produksi dapat mengalami perubahan (Sukirno, 2013).

Dalam menganalisis biaya produksi perlu dibedakan antara dua jangka waktu yaitu biaya produksi dalam jangka pendek dan biaya produksi dalam jangka panjang. Dari perbedaan tersebut dapat diketahui bahwa dalam jangka pendek perusahaan dapat menambah salah satu faktor produksi yang digunakan dalam

proses produksi, sedangkan dalam jangka panjang semua faktor dapat mengalami perubahan. Perbedaan tersebut perlu dilakukan pembedaan karena adanya perbedaan pada faktor yang mengalami perubahan dan biaya yang dikeluarkan pada biaya produksi dalam jangka pendek dan panjang.

1) Biaya Produksi Dalam Jangka Pendek

Biaya produksi jangka pendek merupakan biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi dimana dalam jangka waktu yang pendek hanya terjadi perubahan salah satu faktor produksi sedangkan faktor yang lainnya dianggap tetap atau tidak mengalami perubahan. Dari biaya produksi yang dikeluarkan produsen dapat membedakan kedalam dua jenis pembiayaan yaitu biaya yang selalu berubah dan biaya tetap, Berikut istilah biaya yang digunakan untuk analisis biaya produksi:

a) Biaya Total

Konsep biaya total sendiri dibedakan menjadi tiga pengertian yaitu Biaya Total (*Total Cost*), Biaya Tetap Total (*Total Fixed Cost*), dan Biaya Berubah (*Total Variable Cost*).

1. Biaya Total (*Total Cost*)

Biaya Total merupakan keseluruhan jumlah biaya produksi yang dikeluarkan dalam proses produksi.

2. Biaya Tetap Total (*Total Fixed Cost*)

Biaya Tetap Total merupakan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan faktor produksi yang jumlahnya tidak dapat diubah. Misal sebuah pabrik perlu membeli mesin produksi.

3. Biaya Variabel Total (*Total Variable Cost*)

Biaya Variabel Total merupakan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan faktor produksi yang jumlahnya dapat diubah.

Misal faktor produksi yang dapat berubah adalah tenaga kerja.

b) Biaya Rata-rata

Konsep Biaya Rata-rata meliputi:

1. Biaya Rata-rata (*Average Cost*)

Biaya rata-rata adalah biaya produksi per unit produk yang dihasilkan. Biaya rata-rata diperoleh dari pembagian antara Biaya Total (TC) untuk memproduksi sejumlah barang (Q) dengan jumlah produksi tersebut. Biaya Rata-rata dapat dihitung dengan rumus

$$AC = \frac{TC}{Q}$$

2. Biaya Tetap Rata-rata (*Average Fixed Cost*)

Biaya Tetap Rata-rata diperoleh dari pembagian antara Biaya Tetap Total (TFC) untuk memproduksi sejumlah barang (Q) dengan jumlah produksi tersebut. Biaya Tetap Rata-rata dapat dihitung dengan rumus

$$AFC = \frac{TFC}{Q}$$

3. Biaya Variabel Rata-rata (*Average Variable Cost*)

Biaya Variabel Rata-rata diperoleh dari pembagian antara Biaya Variabel Total (TVC) untuk memproduksi sejumlah barang (Q) dengan produksi tersebut, sehingga dapat dihitung Biaya Variabel Rata-rata menggunakan rumus

$$AVC = \frac{TVC}{Q}$$

c) Biaya Marjinal

Biaya Marjinal adalah biaya produksi yang dikeluarkan untuk menambah produksi sebanyak satu unit produk.

2) Biaya Produksi dalam Jangka Panjang

Dalam jangka panjang semua faktor produksi atau input mengalami perubahan, sehingga biaya produksi dalam jangka panjang ini tidak perlu

dibedakan antara biaya tetap dan biaya berubah. Banyaknya penambahan terhadap faktor produksi membuat biaya yang harus dikeluarkan pun semakin besar sehingga perlu dipikirkan bagaimana cara untuk meminimalkan biaya dalam jangka panjang.

Perlu diingat bahwa dalam jangka panjang semua faktor produksi adalah variabel yang dapat mengalami perubahan. Oleh karena itu perusahaan harus menentukan besarnya kapasitas pabrik (*plant size*) yang akan meminimumkan biaya produksi. Kapasitas pabrik dengan analisis ekonomi digambarkan oleh kurva biaya rata-rata (AC). Dengan demikian, dalam menganalisis kegiatan produksi untuk melakukan usaha meminimumkan biaya dapat dilakukan dengan memperhatikan kurva AC untuk kapasitas yang berbeda-beda. Meminimalkan biaya jangka panjang tergantung pada dua faktor yaitu:

- Tingkat produksi yang ingin dicapai
- Sifat dan pilihan kapasitas pabrik yang tersedia.

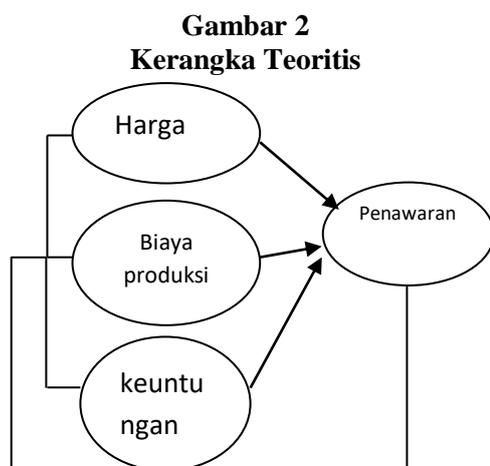
3. Tujuan Operasional Perusahaan

Dalam teori ekonomi selalu dimisalkan perusahaan memaksimalkan keuntungan, setiap perusahaan tidak berusaha untuk menggunakan kapasitas produksinya secara maksimal, tetapi akan menggunakannya pada kapasitas yang memaksimumkan keuntungan. Dalam prakteknya banyak perusahaan yang mempunyai tujuan lain, ada perusahaan yang tidak mau menanggung resiko daqn untuk itu mereka melakukan kegiatan yang lebih selamat walaupun keuntungannya lebih kecil. Ada pula perusahaan pemerintah, lebih menekankan pencapaian produksi yang maksimal dari pada keuntungan yang maksimal. Tujuan yang berbeda-beda tersebut menimbulkan efek yang berebeda terhadap tingkat produksi, dengan demikian penawaran suatu barang akan berbeda sifatnya sekiranya

terjadi perubahan dalam tujuan yang ingin dicapai perusahaan.

Kerangka Teoritis

Berdasarkan landasan teori yang telah dibahas dan penelitian terdahulu ada beberapa variabel yang dimasukkan dalam model ini, yaitu : Harga, Biaya Produksi, Tujuan Perusahaan. Oleh karena itu dapat disusun suatu kerangka pemikiran teoritis tentang analisis penawaran souvenir di Kota Pekanbaru.



Sumber : Sukirno (2013) dan Feldi(2015)

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Pekanbaru. Dipilihnya Kota Pekanbaru sebagai lokasi penelitian karena merupakan pusat kegiatan pemerintah, industri, perdagangan, jasa-jasa, pelayanan kesehatan, kegiatan-kegiatan lainnya dan sebagai pusat pembangunan. Dan penelitian ini dilakukan pada bulan Januari-Maret 2018 dimana pengamatan pada objek penelitian secara langsung kepada produsen souvenir di Kota Pekanbaru

Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian adalah pemilik 12 UKM Souvenir di Kota Pekanbaru. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini

adalah sensus, yaitu adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiono, 2008).

Sampel merupakan bagian atau sejumlah cuplikan tertentu yang diambil dari suatu populasi dan diteliti secara rinci (Tjiptono, 2004). Sampel pada penelitian ini adalah 12 UKM Souvenir yang tersebar di Kota Pekanbaru.

Jenis dan Sumber Data

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan skunder.

- a. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung meliputi dokumen-dokumen perusahaan, struktur organisasi dan lain-lain yang berhubungan dengan penelitian (Sugiyono, 2013: 137).
- b. Data skunder adalah data yang diperlukan untuk mendukung hasil penelitian berasal dari literatur, artikel dan berbagai sumber lainnya yang berhubungan dengan penelitian (Sugiyono, 2013: 137). yang berkaitan dengan penelitian.

Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka penulis menghimpun data melalui :

1. Studi Dokumentasi, yaitu Studi ini dilakukan dengan mengumpulkan dan mempelajari data-data yang diperoleh dari buku-buku literatur, jurnal dan situs internet yang berhubungan dengan penelitian ini.
2. Observasi, yaitu teknik pengumpulan data dimana penulis mengadakan pengamatan langsung terhadap objek penelitian.
3. *Questioner* (daftar pertanyaan), yaitu suatu metode pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan tertulis kepada responden yang menjadi sasaran penelitian ini (pabundu tika, 2006: 60).

Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data, penulis menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif. Metode Deskriptif Kuantitatif adalah suatu metode untuk menganalisis data primer yang langsung diambil melalui kuesioner, kemudian dianalisis dengan menggunakan penyajian tabel frekuensi. Sehingga tabel tersebut dapat menjelaskan jumlah atau proporsi sampel pada karakteristik tertentu (Usman,2006: 118).

Uji Instrument

Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya satu kuisisioner (Ghozali, 2006). Satu kuisisioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada pertanyaan kuisisioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Tingkat validitas dapat diukur dengan nilai *r tabel* dengan ketentuan untuk *degree of freedom* (df) = n-k, dimana n adalah jumlah sampel yang digunakan dan k adalah jumlah variabel independennya (Ghozali, 2006).

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika masing-masing pertanyaan dijawab responden secara konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu kuisisioner dikatakan handal jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,600 (Ghozali, 2006).

Uji Asumsi Klasik

Untuk menguji apakah persamaan garis regresi yang diperoleh linier dan bisa dipergunakan untuk melakukan peramalan, maka harus dilakukan uji asumsi klasik yaitu:

Uji Normalitas

Uji Normalitas dapat dilakukan dengan Metode Kolmogorov-Smirnov.

Uji normalitas dengan menggunakan statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov merupakan uji normalitas menggunakan fungsi distribusi kumulatif.

Tabel 1
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	12
Normal Parameters ^{a,b}	Mean Std. Deviation
	.0E-7 .01599006
Most Extreme Differences	Absolute Positive Negative
	.118 .118 -.112
Kolmogorov-Smirnov Z	.409
Asymp. Sig. (2-tailed)	.996

Sumber : Data Olahan, 2018

Berdasarkan hasil output diatas dapat terlihat bahwa nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0.5 lebih besar dari alpha atau (0.1 > 0,05). Oleh sebab itu H₀ tidak dapat ditolak. Hal ini berarti nilai residual terstandarisasi dinyatakan menyebar secara normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah pengujian untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linear secara sempurna antar variabel independen dengan model regresi. Indikator multikolinearitas adalah VIF (*Variance Inflation Factor*).

Tabel 2
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Ln_Harga	.411	2.435
Ln_Biaya Produksi	.218	4.587
1 Ln_Keuntungan	.142	7.033

Sumber : Data Olahan, 2018

1. Variabel harga mempunyai nilai VIF sebesar 2,435.

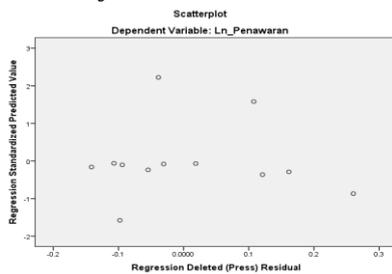
2. Variabel biaya produksi mempunyai nilai VIF sebesar 4,587.
3. Variabel Keuntungan mempunyai nilai VIF sebesar 7,033.

Nilai VIF variabel harga, biaya produksi, dan keuntungan < 10, maka tidak terjadi gejala multikolinieritas sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas.

Uji Heterokedastisitas

Dari grafik plot yaitu pada gambar 3 terlihat bahwa tidak terjadi pola tertentu pada grafik scatter p-plot antara SRESIDU dan ZPRED sehingga dapat dikatakan data dalam penelitian ini bebas dari heterokedastisitas.

Gambar 3
Grafik Scatter P-Plot



Sumber : Data Olahan, 2018

Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi menggunakan metode *Langrange Multiple (LM Test)* dapat digunakan untuk menguji ada atau tidaknya masalah autokorelasi. Jika nilai X^2 hitung > X^2 tabel maka menunjukkan adanya masalah autokorelasi.

Tabel 3
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.559 ^a	.312	-.146	51.36525502

Sumber : Data Olahan, 2018

Berdasarkan tabel diatas nilai R^2 sebesar 0,312. Nilai R^2 digunakan

sebagai dasar menghitung $X^2 = (n-1) \cdot R^2$. Diperoleh nilai R^2 sebesar 0,312 dan jumlah data sebanyak 12, maka X^2 hitung sebesar $(11 \times 0,312) = 3,432$. Sedangkan nilai X^2 tabel dengan df (10;0,05) sebesar 18,307. Karena nilai X^2 hitung $(0,312) < X^2$ tabel (18,307), maka model persamaan tidak mengandung masalah autokorelasi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu : Harga (X_1), Biaya Produksi (X_2), Keuntungan (X_3), terhadap penawaran souvenir di Kota Pekanbaru. Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 4

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	9.143	2.516		1.607	.000
Ln_Harga	.313	.047	.583	6.649	.000
Ln_Biaya Produksi	1.912	.286	.804	6.677	.000
Ln_Keuntungan	.146	.300	.272	2.822	.011

Sumber : Data Olahan, 2018

$$\text{Ln}Y = a + b_1\text{Ln}X_1 + b_2\text{Ln}X_2 + b_3\text{Ln}X_3 + e$$

$$\text{Penawaran} = 9,143 + (0,313)X_1 + (1,912)X_2 + (0,146)X_3 + e$$

Arti angka-angka dalam persamaan regresi diatas adalah :

- a. Nilai konstanta (a) sebesar 9,143. Artinya adalah apabila harga, biaya produksi, dan keuntungannya nol (0), maka penawaran akan bernilai 9,143.
- b. Nilai koefisien regresi variabel harga sebesar 0,313. Hal ini menunjukkan jika terjadi kenaikan 1 rupiah untuk harga maka akan

meningkatkan penawaran terhadap souvenir sebesar 0,313 unit dengan asumsi biaya produksi dan keuntungan tetap atau konstan.

- c. Koefisien variabel biaya produksi dalam persamaan regresi berganda adalah 1,912. Hal ini menunjukkan jika terjadi kenaikan sebesar 1 rupiah untuk biaya produksi maka akan meningkatkan penawaran terhadap souvenir sebesar 1,912 unit dengan asumsi variabel harga dan keuntungan tetap atau konstan.
- d. Koefisien dari variabel keuntungan dalam persamaan regresi berganda adalah 0,146. Hal ini menunjukkan jika terjadi kenaikan sebesar 1 rupiah untuk keuntungan maka akan dapat meningkatkan penawaran terhadap souvenir sebesar 0,146 unit dengan asumsi variabel biaya produksi dan harga tetap atau konstan.
- e. Standart error (*e*) mewakili semua faktor yang mempunyai pengaruh terhadap Y tetapi tidak dimasukkan dalam persamaan.

Uji Goodness of Fit (Uji F dan R²)

Tabel 5
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	3.350	3	1.117	102.743	.000 ^b
Residual	.087	8	.011		
Total	3.437	11			

Sumber : Data Olahan, 2018

Dari tabel yang disajikan diketahui F hitung (102,743) > F tabel (8,84) dengan Sig. (0,000) < 0,05. Artinya adalah bahwa variabel independen (Harga, Biaya Produksi, dan Keuntungan) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel independen (Penawaran). Maka Ho ditolak dan H₁ diterima.

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 6
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.987 ^a	.975	.965	.10425

1	.987 ^a	.975	.965	.10425
---	-------------------	------	------	--------

Sumber : Data Olahan, 2018

Berdasarkan Tabel diketahui nilai Adjusted R Square sebesar 0,965. Artinya adalah bahwa sumbangan pengaruh variabel independent (harga, biaya produksi, dan keuntungan) terhadap variabel dependen (penawaran) adalah sebesar 96,5% sedangkan sisanya sebesar 3,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Uji t (Uji Hipotesis secara parsial)

Variable Harga souvenir (H)

Perumusan Hipotesis :

Ho : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara harga (h) secara parsial terhadap penawaran (Q).

Ha : Ada pengaruh yang signifikan antara harga (h) secara parsial terhadap penawaran (Q).

Hasil perhitungan statistik untuk variabel harga (h) diperoleh nilai t hitung = 6,649 dengan signifikansi t sebesar 0,000. Dengan menggunakan signifikansi dan α 0,05. Maka diperoleh nilai signifikansi t hit (0,000) < 0,05. Hal ini berarti harga (h) berpengaruh secara signifikan terhadap penawaran (Q). Dengan demikian maka Ho ditolak dan Ha diterima, sehingga hipotesis yang menyatakan ada pengaruh positif dan signifikan antara harga (h) secara parsial terhadap penawaran (Q) dapat diterima.

Variabel Biaya produksi (Bp)

Perumusan Hipotesis :

Ho : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara biaya produksi (Bp) secara parsial terhadap penawaran (Q)

Ha : Ada pengaruh yang signifikan antara biaya produksi (Bp) secara parsial terhadap penawaran (Q)

Hasil perhitungan statistik untuk variabel biaya produksi (bp) diperoleh nilai t hitung = 6,677 dengan signifikansi sebesar 0,000. Maka

diperoleh nilai signifikansi t hit ($0,000 < 0,05$). Hal ini berarti biaya produksi (bp) berpengaruh secara signifikan terhadap penawaran (Q). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga hipotesis yang menyatakan ada pengaruh yang positif dan signifikan biaya produksi (bp) secara parsial terhadap penawaran (Q) diterima.

Variabel Keuntungan (K)

Perumusan Hipotesis:

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara keuntungan (k) secara parsial terhadap penawaran (Q)

H_a : Ada pengaruh yang signifikan antara keuntungan (k) secara parsial terhadap penawaran (Q)

Variabel Harga, Biaya Produksi dan Keuntungan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh signifikan variabel bebas (X) secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel terikat (Y). Sebelum melakukan pengujian, maka hipotesis penelitian perlu dijabarkan menjadi hipotesis statistik ($H_0 =$ Hipotesis nol, $H_1 =$ Hipotesis alternatif), yaitu :

$H_0 =$ Harga, biaya produksi, dan keuntungan tidak berpengaruh signifikan terhadap penawaran.

$H_a =$ Harga, biaya produksi, dan keuntungan berpengaruh signifikan terhadap penawaran.

Hasil perhitungan statistik untuk variabel keuntungan (k) diperoleh nilai t hitung = 2,822 dengan signifikansi sebesar 0,011. Maka diperoleh nilai signifikansi t hit ($0,011 < 0,05$). Hal ini berarti keuntungan (k) berpengaruh secara signifikan terhadap penawaran (Q). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga hipotesis yang menyatakan ada pengaruh yang positif dan signifikan antara keuntungan (k) secara parsial terhadap penawaran (Q) diterima.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan souvenir yang ada di Kota Pekanbaru yaitu sebanyak 12 perusahaan yang merupakan pusat penjualan souvenir di Kota Pekanbaru. Adapun nama dari perusahaan-perusahaan ini adalah ini adalah Al-Farah Souvenir, Craft Putra, Amanda Collection, Muthia Souvenir, Citra Raider, Kubus Tri Gumilang, Riau Souvenir, Kojima Souvenir, Najwa Souvenir, Putri Souvenir, Imug Store, Kreasi Bunda.

Pengaruh Harga terhadap Souvenir Penawaran

Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa secara statistik harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap penawaran souvenir. Dari hasil regresi dapat diketahui bahwa nilai koefisien dari variabel harga dalam persamaan regresi berganda adalah 0,313. Hal ini menunjukkan jika terjadi kenaikan 1 rupiah untuk harga souvenir maka akan meningkatkan penawaran souvenir sebesar 0,313 unit dengan asumsi variabel biaya produksi dan keuntungan tetap atau konstan.

Pada penelitian ini harga souvenir berhubungan positif dengan penawaran souvenir, artinya semakin tinggi harga maka penawaran akan menurun dan sebaliknya apabila harga turun, maka jumlah yang ditawarkan akan meningkat. Penetapan harga merupakan faktor penting untuk menentukan jumlah produk yang dapat ditawarkan oleh produsen souvenir sehingga strategi produsen dalam menetapkan harga sangatlah perlu agar dapat menarik konsumen.

Pengaruh Biaya Produksi Souvenir terhadap Penawaran

Hasil penelitian menemukan bahwa secara statistik menyatakan ada

pengaruh positif dan signifikan antara biaya produksi secara parsial terhadap penawaran souvenir. Dari hasil regresi dapat diketahui bahwa nilai koefisien dari variabel biaya produksi dalam persamaan regresi berganda adalah 1,912. Hal ini menunjukkan jika terjadi kenaikan sebesar 1 rupiah untuk biaya produksi maka akan meningkatkan penawaran souvenir sebesar 1,912 unit. Dengan asumsi variabel harga dan keuntungan tetap atau konstan.

Dari hasil penelitian diperoleh bahwa biaya produksi memiliki hubungan positif dengan penawaran souvenir dimaka jika biaya produksi tinggi maka jumlah penawaran juga tinggi dan sebaliknya jika biaya produksi rendah maka penawaran juga rendah. Hal ini karena biaya produksi yang dikeluarkan untuk menghasilkan souvenir berdasarkan jumlah penawaran souvenir itu sendiri dan produsen menawarkan produknya sesuai dengan permintaan konsumen. Biaya produksi yang dikeluarkan untuk menghasilkan souvenir yaitu upah tenaga kerja, biaya gedung dan biaya bahan baku mempengaruhi jumlah penawaran souvenir.

Pengaruh Keuntungan Souvenir terhadap Penawaran

Hasil penelitian ini menemukan bahwa secara statistik menyatakan ada pengaruh yang positif dan signifikan antara keuntungan secara parsial terhadap penawaran souvenir. Koefisien dari variabel keuntungan dalam persamaan regresi berganda adalah 0,146. Hal ini menunjukkan jika terjadi kenaikan sebesar 1 rupiah untuk keuntungan maka akan meningkatkan penawaran souvenir sebesar 0,146 unit. Dengan asumsi variabel biaya produksi dan harga tetap atau konstan.

Hasil penelitian ini didapat bahwa keuntungan berpengaruh positif terhadap penawaran souvenir. Jika keuntungan yang diperoleh tinggi maka jumlah yang ditawarkan juga tinggi dan sebaliknya

jika keuntungan rendah maka jumlah yang ditawarkan juga rendah. Hal ini tentunya sesuai dengan salah satu tujuan dari perusahaan yaitu untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal termasuk juga usaha souvenir merupakan usaha yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut: Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa secara statistik harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap penawaran souvenir. Dari hasil regresi dapat diketahui bahwa nilai koefisien dari variabel harga dalam persamaan regresi berganda adalah 0,313. Hal ini menunjukkan jika terjadi kenaikan 1 rupiah untuk harga souvenir maka akan meningkatkan penawaran souvenir sebesar 0,313 unit. Dengan asumsi variabel biaya produksi dan keuntungan tetap atau konstan. Hasil penelitian menemukan bahwa secara statistik menyatakan ada pengaruh positif dan signifikan antara biaya produksi secara parsial terhadap penawaran souvenir. Dari hasil regresi dapat diketahui bahwa nilai koefisien dari variabel biaya produksi dalam persamaan regresi berganda adalah 1,912. Hal ini menunjukkan jika terjadi kenaikan sebesar 1 rupiah untuk biaya produksi maka akan menurunkan penawaran souvenir sebesar 1,912 unit. Dengan asumsi variabel harga dan keuntungan tetap atau konstan. Hasil penelitian ini menemukan bahwa secara statistik menyatakan ada pengaruh yang positif dan signifikan antara keuntungan secara parsial terhadap penawaran souvenir. Koefisien dari variabel keuntungan dalam persamaan regresi berganda adalah 0,146. Hal ini menunjukkan jika terjadi kenaikan sebesar 1 rupiah untuk keuntungan maka

akan meningkatkan penawaran souvenir sebesar 0,146 unit. Dengan asumsi variabel biaya produksi dan harga tetap atau konstan.

Saran

Berdasarkan hasil analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran souvenir yaitu pengaruh harga, biaya produksi, dan pendapatan dapat diberi saran sebagai berikut.

1. Perusahaan perlu menentukan strategi penentuan harga, dengan langkah-langkah meningkatkan dan mempertahankan mutu serta pelayanan untuk kepuasan pelanggan.
2. Perusahaan dapat meningkatkan jumlah penawaran untuk menaikkan keuntungan dengan memperhatikan kondisi pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, A, & Wibowo, 2004, *Akuntansi Untuk Bisnis: Usaha Kecil Dan Menengah*, Jakarta: Grasindo.
- Angipora, M P, 2002, *Dasar-dasar Pemasaran*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Antariksa, Basuki, 2012, Konsep Ekonomi Kreatif: Peluang dan Tantangan Dalam Pembangunan di Indonesia, Bagian Hukum, Kepegawaian dan Organisasi Sekretariat Direktorat Jenderal Ekonomi Kreatif Berbasis Seni dan Budaya, *Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*.
- Desmizar, 2003, *Matematika Untuk Ekonomi dan Bisnis*, Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.
- Ebert, R. J & Griffin, R. W. (2006), *Business* (terjemahan: Sitha Wardhani), Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*, Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Gujarati, Damodar. 2006. *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Jakarta: Erlangga.
- Halim, Abdul, 2010, *Akuntansi Daerah Sektor Publik*, Jakarta : Salemba 4.
- Kuncoro, Mudrajat. 2001, *Metode Kuantitatif : Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta: UPP-AMP YKPN.
- Mankiw, N. Greogy. 2000. *Teori Makro Ekonomi. Edisi keempat*. Alih Bahasa: Imam Nurmawan. Jakarta: Erlangga
- Moelyono M, (2010), *Menggerakan Industri Kreatif*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Mulyadi. 1999, *Kosep, Manfaat, dan Rekayasa*, Jakarta : Salemba Empat.
- Rosyidi, Suherman, 2006, *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro (Edisi Revisi)*, PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Soeharno, 2007, *Teori Mikroekonomi*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Soekartawi, 2002, *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil – Hasil Pertanian Teori dan Aplikasinya*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Suliyanto. 2011, *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, Yogyakarta: ANDI

- Sugiarto Agus dan Teguh Wahyono. 2005, *Manajemen Kearsipan Modern*, Yogyakarta: Gava Media.
- Sugiyono, (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Sukirno, Sadono, 2005, *Teori Pengantar Mikro Ekonomi*, Jakarta: PT Raja Grafindo.
- _____, 2006, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, Edisi Ketiga, Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- _____, 2007, *ekonomi pembangunan: proses, masalah, dan dasar kebijakan*, Jakarta: kencana.
- _____, 2011, *Makro Ekonomi Teori Pengantar*, Edisi Ketiga, Jakarta: Rajawali Pers.
- _____, 2013, *Mikroekonomi Teori Pengantar*, Edisi Ketiga, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sundari, 2016, Analisis Penawaran Padi Gogo (Oryza Sativa) di Kabupaten Karanganyar, Vol.4, No.1
- Suparmoko, M. 2002, *Ekonomi Publik, Untuk Keuangan dan Pembangunan Daerah*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Swastha Basu, 2000, *Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*, Jakarta: Liberty
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*. Edisis Keempat Penerbit CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Tohardi Ahmad, 2002, *Pemahaman Praktis Manajemen Sumber Daya Manusia*, Universitas Tanjung Pura, Mandar Maju, Bandung.
- Umar Husein, 2003, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka.
- Usman, Akbar, 2006, *Metodologi Penelitian Sosial*, Jakarta : Bumi Aksara.