

**ANALISIS USAHA SAGU RUMAHTANGGA DAN PERSAINGAN
DAGANG TERHADAP HARGA PASAR DI KECAMATAN
SULI KABUPATEN LUWU**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Hukum Ekonomi Syariah (S.H.) pada Program Studi
Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Makassar

Oleh :

HASNIAR
10525 0213 14

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
1439 H/ 2018 M**



**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Kantor : Jl. Sultan Alauddin, Gedung Iqra, Lt. 4 II/17/Fax/Tel. (0411) 851914 Makassar 90223

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi saudara Hasniar, NIM. 105 25 0213 14 yang berjudul "**Analisis Usaha Sagu Rumah Tangga dan Persaingan Dagang Terhadap Harga Pasar Di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu**" telah diujikan pada hari Kamis, 03 Dzulhijjah 1439 H / 16 Agustus 2018 M, dihadapan tim penguji dan dinyatakan telah dapat diterima dan disahkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 04 Dzulhijjah 1439 H
16 Agustus 2018 M

Dewan Penguji,

Ketua : Dr.H. Agussalim Harrang, S.E., M.M. (.....)

Sekretaris : Hasanuddin, SE.Sy., M.E

Anggota : St. Marhumi, M.M. (.....)

: Sitti Walidah Mustamin, S.Pd., M.Si. (.....)

Pembimbing I : Hurriah Ali Hasan, S.T., M.E., Ph.D (.....)

Pembimbing II : Hasanuddin, SE.Sy., M.E

Disahkan Oleh :

Dekan FAKULTAS AGAMA ISLAM Unismuh Makassar



Drs. H. Mawardi Pewangi, M.Pd.I
NBM :554612



**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Kantor : Jl. Sultan Alauddin, Gedung Iqra, Lt. 4 II/17/Fax/Tel. (0411) 851914 Makassar 90223

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA MUNAQASYAH

Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar telah mengadakan sidang Munaqasyah pada : Hari / Tanggal : Kamis, 16 Agustus 2018 M / 04 Dzul-hijjah 1439 H Tempat : Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar Jl. Sultan Alauddin No. 259 Makassar Gedung Iqra Lantai 4 Fakultas Agama Islam.

MEMUTUSKAN

Bahwa Saudari

Nama : **Hasniar**

NIM : **10525021314**

Judul Skripsi : **Analisis Usaha Sagu Rumah Tangga dan Persaingan Dagang Terhadap Harga Pasar di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu**

Dinyatakan : **LULUS**

Ketua

Drs. H. Mawardi Pewangi, M.Pd.I
NIDN: 0931126249

Sekretaris

Dra. Mustalidang Usman, M.Si
NIDN: 0917106101

Dewan Penguji :

1. Dr. Agus Salim Harrang, SE.,MM
2. Hasanuddin, SE,Sy.,ME
3. St. Marhumi, S.E., M.M.
4. Siti Walida Mustamin, S.Pd., M.Si

Disahkan Oleh :
Dekan Fakultas Agama Islam Unismuh Makassar



Drs. H. Mawardi Pewangi, M.Pd.I
NBM : 554612

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Wulandari
NIM : 10525021214
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Agama Islam
Kelas : B

Dengan ini menyatakan hal sebagai berikut:

1. Mulai dari penyusunan proposal sampai selesai penyusunan skripsi ini, saya menyusun sendiri skripsi saya (tidak dibuatkan oleh siapapun)
2. Saya tidak melakukan penjiplakan (Plagiat) dalam penyusunan skripsi.
3. Apabila saya melanggar perjanjian pada butir 1, 2, dan 3 saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Demikian perjanjian ini saya buat dengan penuh kesadaran.

Makassar, 28 Dzulkaidah 1439 H

10 Agustus 2018M

Yang Membuat Pernyataan,



HASNIAR

NIM.10525021314

ABSTRAK

HASNIAR. 2018. *Analisis Usaha Sagu Rumah Tangga dan Persaingan Dagang Terhadap Harga Pasar di Kabupaten Luwu*, (dibimbing oleh Hurriah Ali Hasan dan Hasanuddin).

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh usaha sagu terhadap harga pasar di Kabupaten Luwu, menganalisis pengaruh persaingan dagang terhadap harga pasar di Kabupaten Luwu, dan menganalisis pengaruh usaha sagu dan persaingan dagang secara bersama-sama terhadap harga pasar di Kabupaten Luwu. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Jenis dan metode yang digunakan adalah metode analisis kuantitatif, yang merupakan pendekatan yang bermula dari studi tentang ilmu-ilmu alam (*natural science*) berupa kajian *pseudokuantitatif* yang mengharuskan semua kajian penelitian diukur dengan angka-angka kuantitatif secara ontologis dan harus diletakkan pada tatanan *realisme* dan *native realisme*.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diketahui bahwa hasil uji t_{hitung} pada variabel harga sagu sebesar -0,637 lebih kecil dari nilai t_{tabel} sebesar 1,66365, nilai signifikansi sebesar 0,526% yang berada di atas 0,05% dan koefisien harga sagu bertanda negatif sebesar -0.072. Dengan demikian H_{a1} ditolak. Jadi bias dikatakan, apabila variabel harga sagu mengalami penurunan maka harga pasar juga akan mengalami penurunan. Hasil uji t_{hitung} pada variabel persaingan dagang sebesar 7,673 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,66365 atau $7,673 > 1,66365$, nilai signifikansi sebesar 0,000% yang berada dibawah 0,05% dan koefisien kepuasan pelanggan bertanda positif sebesar 0.862. Dengan demikian H_{a2} diterima. Jadi bisa dikatakan bahwa apabila variabel persaingan dagang mengalami peningkatan maka harga pasar juga akan meningkat. Pada hasil perhitungan koefisien determinasi, diperoleh hasil sebesar 0,648 atau 64,80% artinya variabel harga pasar (Y) dapat dijelaskan oleh variabel bebas yang terdiri dari variabel usaha sagu (X_1) dan persaingan dagang (X_2) dan sisanya sebesar 35,20% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci : Usaha sagu, persaingan dagang, harga pasar

ABSTRACT

HASNIAR. 2018. Analysis of Household Sago Business and Trade Competition Against Market Prices in Luwu Regency, (guided by Hurriah Ali Hasan and Hasanuddin).

The purpose of this study was to analyze the effect of sago business on market prices in Luwu Regency, analyze the effect of trade competition on market prices in Luwu Regency, and analyze the influence of sago business and trade competition together on market prices in Luwu Regency. Data sources used are primary and secondary data. The type and method used is a method of quantitative analysis, which is an approach that starts from the study of natural sciences in the form of pseudokuantitative studies that require all research studies to be measured by quantitative ontological figures and must be placed in the realism and native order realism.

Based on the results of the study and discussion, it can be seen that the test results of t_{count} on the sago price variable of -0.637 is smaller than the t_{table} value of 1.66365 , the significance value is 0.526% which is above 0.05% and the coefficient of sago price is negative -0.072 . Thus H_{a1} was rejected. So the bias can be said, if the sago price variable decreases, the market price will also decrease. The test results of t_{count} on trade competition variables amounted to 7.673 greater than the t_{table} value of 1.66365 or $76.73 > 1.66365$, a significance value of 0.000% which was below 0.05% and a positive customer satisfaction coefficient of 0.862 . Thus H_{a2} is accepted. So it can be said that if the trade competition variable increases, the market price will also increase. On the calculation of the coefficient of determination, the result is 0.648 or 64.80% , which means that the market price variable (Y) can be explained by the independent variable consisting of sago business variables (X1) and trade competition (X2) and the remaining 35.20% is explained by other variables not examined.

Keywords: Sago business, trade competition, market prices

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN SKRIPSI	ii
BERITA ACARA MUNAQASYAH.....	iii
LEMBAR KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1. Latar Belakang	1
2. Rumusan Masalah	4
3. Tujuan Penelitian	5
4. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Kajian Teori	7
1. Pengertian Produksi	7
2. Fungsi Produksi.....	8
3. Pengertian Harga	10
4. Pengertian Harga Jual.....	14
5. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Jual.....	15
6. Pengertian Penjualan	20
7. Jenis-Jenis Penjualan.....	24
8. Tujuan dan Fungsi Penjualan	26
9. Pengertian Pasar.....	27
10. Jenis-Jenis Pasar	28
11. Persaingan Pasar.....	30

12. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persaingan Pasar.....	31
B. Tanaman Sagu dan Produksinya.....	35
C. Kerangka Konseptual	39
D. Kerangka Pikir	40
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Jenis Penelitian.....	41
B. Lokasi dan Objek Penelitian	41
C. Variabel Penelitian.....	41
D. Defenisi Operasional	42
E. Populasi dan Sampel Penelitian	43
F. Instrumen Penelitian	44
G. Sumber Data	45
H. Teknik Pengumpulan Data.....	45
I. Teknik Analisis Data	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
A. Sejarah SIngkat Objek Penelitian	52
B. Visi dan Misi Objek Penelitian.....	53
C. Hasil Penelitian dan Pembahasan	54
BAB V PENUTUP	71
A. Kesimpulan.....	71
B. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	74

DAFTAR TABEL

3.1.	Skala <i>likert</i>	45
5.1.	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	55
5.2.	Responden Berdasarkan Pendidikan	55
5.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
5.4.	Uji Validitas Data	57
5.5.	Uji Realibilitas Data	58
5.6.	Hasil Uji Autokorelasi	61
5.7.	Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
5.8.	Hasil Estimasi Regresi	64
5.9.	Uji T.....	66
5.10.	Uji F.....	67
5.11.	Koefisien Determinasi	68

DAFTAR GAMBAR

2.1.	Kerangka Konseptual	40
2.2.	Kerangka Pikir.....	40
5.1.	Hasil Uji Normalitas Data	59
5.2.	Hasil Uji Heteroskedastisitas	63

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuisisioner Penelitian
2. Tabulasi Variabel Usaha Sagu
3. Tabulasi Variabel Persaingan Dagang
4. Tabulasi Variabel Harga Pasar
5. Tabel Penolong
6. Olah Data SPSS
7. Tabel t
8. Tabel F
9. Tabel R
10. Surat Penelitian
11. Balasan Surat Penelitian

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbilalamin, puji dan syukur senantiasa teriring dalam setiap hela nafas atas kehadiran dan junjungan Allah SWT. Bingkisan salam dan shalawat tercurah kepada kekasih Allah, Nabiullah Muhammad SAW, para sahabat dan keluarganya serta ummat yang senantiasa istiqamah dijalan-Nya.

Tiada jalan tanpa rintangan, tiada puncak tanpa tanjakan, tiada kesuksesan tanpa perjuangan. Dengan kesungguhan dan keyakinan untuk terus melangkah, akhirnya sampai dititik akhir penyelesaian skripsi. Namun, semua tak lepas dari uluran tangan berbagai pihak lewat dukungan, arahan, bimbingan, serta bantuan moril dan materil. Maka melalui kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. Abd. Rahman Rahim, SE..MM. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Drs. H. Mawardi Pewangi, M.Pd.I, selaku Dekan Fakultas Agama Islam.
3. Bapak Dr. Ir. H. Muchlis Mappangaja, MP, selaku ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah.
4. Ibu Hurriah Ali Hasan ST.,M.E.,Phd dan Hasanuddin, SE.Sy.,ME, selaku pembimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak/ibu para dosen Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.

6. Kedua orang tua tercinta Basir. S dan Darmawati , yang tiada henti-hentinya mendoakan, memberi dorongan moril maupun materi selama menempuh pendidikan. Terima kasih atas doa, motivasi dan bantuannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman dan sahabat penulis, yang selalu memberikan dukungan dalam menyelesaikan proposal ini.
8. Terakhir ucapan terima kasih juga disampaikan kepada mereka yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu persatu tetapi banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis senantiasa mengharapkan mengharapkan kritikan dan saran dari berbagai pihak yang sifatnya membangun karena penulis yakin bahwa suatu persoalan tidak akan berarti sama sekali tanpa adanya kritikan. Mudah-mudahan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca, terutama bagi diri pribadi penulis. Amin.

Makassar, 20 Ramadhan 1439 H
05 Juni 2018 M

Penulis

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pohon sagu (*Metroxylon*) merupakan tanaman yang sangat penting bagi sebagian penduduk di Indonesia. Pohon sagu tumbuh liar di rawa-rawa dan lahan basah. Pohon sagu menyediakan bagian zat terbesar dari zat tepung bagi makanan penduduk. Batang pohon sagu diproses untuk menghasilkan zat tepung dari sari batangnya. Memproses batang pohon sagu secara tradisional adalah pekerjaan berat. Namun kerja keras tersebut dapat menghasilkan simpanan bahan makanan untuk sebulan¹.

Tepung sagu disimpan dalam tempayan tanah liat atau dalam wadah anyaman yang terbuat dari daun sagu. Pohon sagu selain menyediakan bahan makanan pokok, juga bermanfaat sebagai bahan bangunan. Daun sagu oleh masyarakat digunakan sebagai atap rumah, sedangkan pelepahnya berguna sebagai dinding rumah. Selain itu pelepah sagu juga digunakan untuk sekat dinding. Tali untuk mengikat daun dan pelepah sagu ini adalah rotan.

Tanaman sagu merupakan salah satu komoditi bahan pangan yang banyak mengandung karbohidrat, sehingga sagu merupakan bahan makanan pokok untuk beberapa daerah di Indonesia seperti Maluku, Irian Jaya dan sebagian Sulawesi. Sagu juga dapat

¹ Harsanto, P.B. *Budidaya dan Pengolahan Sagu*, (Yogyakarta : Kanisius, 1986), h.1.

dimanfaatkan sebagai bahan baku industri pangan yang antara lain dapat diolah menjadi bahan makanan seperti bagea, mutiara sagu, kue kering, mie, biskuit, kerupuk dan laksa

Sagu merupakan salah satu sub sektor perkebunan yang kurang berkembang di Indonesia dikarenakan kesesuaian karakteristik lahan, agroklimat dan wilayah yang kurang cocok untuk pengembangannya. Bahwa dari segi ekonomi, komoditas sagu mempunyai nilai ekonomi yang tinggi, sehingga dapat dijadikan usaha agribisnis perkebunan guna menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat. Berdasarkan sifat fisik dan kimia yang dimilikinya, sagu dapat dimanfaatkan tidak terbatas pada bahan pangan saja, tetapi dapat juga dimanfaatkan untuk bahan baku non-pangan (industri kertas dan tekstil).²

Sagu merupakan salah satu komoditas andalan perkebunan yang peranannya cukup penting bagi perekonomian nasional, khususnya sebagai penyedia lapangan kerja, sumber pendapatan dan devisa negara. Disamping itu sagu juga berperan dalam mendorong pengembangan wilayah dan pengembangan agroindustri. Sagu merupakan tanaman yang sering mengalami permasalahan pada aspek *off farm* yaitu fluktuasi harga yang tinggi. Permasalahan ini dikarenakan produksi sagu yang bersifat musiman dan sebagai salah

²Departemen Pertanian, *Budi Daya Tanaman Palawija Pendukung Program. Makanan Tambahan Anak Sekolah (PMT-AS) Jagung, Kedelai, Kacang Tanah, . Sorgum, Ubi Kayu, Sagu, Talas* (Jakarta ;Direktoral Jendral. Tanaman Pangan dan Hortikultura, 2007).

satu tanaman yang mudah rusak. Oleh Karena itu, aspek harga menjadi permasalahan penting pengembangan sagu di Indonesia.

Fluktuasi harga yang tinggi pada tanaman sagu menyebabkan semakin besar margin pemasaran dan semakin rendah harga yang diterima petani. Kecenderungan demikian terjadi karena harga yang berfluktuasi membuka peluang bagi pedagang untuk mempermainkan harga ditingkat petani dengan alasan adanya perubahan harga di tingkat konsumen. Dengan demikian permasalahan tersebut mempengaruhi proses transmisi harga dari produsen ke konsumen.

Oleh karena itu, penting untuk melihat transmisi harga antar lembaga pemasaran sagu di Indonesia. Selanjutnya, dalam proses transmisi harga juga terkait perilaku lembaga pemasaran yang terlibat dalam distribusi suatu komoditi. Dalam proses pembentukan harga tersebut, perilaku petani dan pedagang memiliki peranan penting karena terkait harga yang diterimanya. Dalam hal ini setiap pelaku pasar menyesuaikan perilakunya dalam menghadapi struktur pasar untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Adanya permasalahan harga, yaitu fluktuasi harga pada komoditi sagu, maka untuk itu akan diangkat sebagai sebuah penelitian.

Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa berikut pelayanannya.³

³ Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta :Balai Pustaka, 2008), h. 450.

Lebih lanjut, sehubungan dengan proses pemasaran sagu dari petani sampai ke tingkat konsumen, maka interaksi antar lembaga pemasaran menjadi penting dalam terbentuknya harga. Interaksi antar lembaga pemasaran ini dapat dilihat perilaku pasar setiap lembaga pemasaran dalam menetapkan harga. Melihat adanya perbedaan kondisi struktur pasar tersebut akan dipetakan perilaku pasar dari petani dan lembaga pemasaran lainnya. Kaitannya dengan transmisi harga, maka perlu adanya pemahaman mengenai keterkaitan pasar secara vertikal untuk memahami fenomena harga yang tidak simetris.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka penulis bermaksud mengadakan penelitian dengan judul: **“Analisis Usaha Sagu Rumah Tangga dan Persaingan Dagang Terhadap Harga Pasar di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan sebelumnya, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana usaha sagu mempengaruhi harga pasar di Kabupaten Luwu?.
2. Bagaimana persaingan dagang mempengaruhi harga pasar di Kabupaten Luwu?.
3. Bagaimana usaha sagu dan persaingan dagang secara bersama-sama mempengaruhi harga pasar di Kabupaten Luwu?.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh usaha sagu terhadap harga pasar di Kabupaten Luwu.
2. Untuk menganalisis pengaruh persaingan dagang terhadap harga pasar di Kabupaten Luwu.
3. Untuk menganalisis pengaruh usaha sagu dan persaingan dagang secara bersama-sama terhadap harga pasar di Kabupaten Luwu.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan dalam penelitian ini, maka manfaat yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan gambaran tentang perilaku pasar, utamanya adalah memberikan gambaran mengenai perilaku pengusaha sagu rumahan dalam menghadapi persaingan harga pasar.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pihak Petani

Penelitian ini diharapkan memberikan gambaran kepada pihak petani untuk terus meningkatkan perhatian terhadap mutu (kualitas) produk agar harga jual dipasaran makin tinggi.

b. Bagi Pedagang

Bagi pihak pedagang dapat menjadi salah satu alat ukur untuk mengetahui tentang perkembangan usaha dan juga memberikan gambaran tentang cara dalam mengembangkan usaha.

c. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan memberikan masukan bagi pengembangan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan ekonomi yang berkaitan dengan persoalan mikro dan makro ekonomi.

d. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan dapat membantu peneliti dimasa yang akan datang yang meneliti variabel yang terkait sehingga dapat mempermudah dalam penelitian yang akan dilakukannya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Produksi

Produksi adalah salah satu faktor penting dalam kegiatan suatu perusahaan yang berhubungan untuk menciptakan atau menghasilkan barang atau jasa. Pengertian produksi atau operasi dapat lebih luas dan jelas dari beberapa definisi yang dikemukakan oleh beberapa ahli:

Produksi dan operasi dalam arti luas sebagai suatu kegiatan yang mentransformasikan masukan (input) menjadi hasil keluaran (output) tercakup semua kegiatan yang menghasilkan barang dan jasa serta kegiatan lain yang mendukung atau menunjang usaha untuk menghasilkan produk tersebut.⁴

Produksi adalah proses kegiatan yang mengubah bahan baku menjadi barang lain yang mempunyai nilai tambah lebih tinggi.⁵

*Productions is the creation of goods and services.*⁶

Berdasarkan definisi-definisi di atas, dapat dijelaskan bahwa produksi atau operasi adalah suatu kegiatan mentransformasikan input menjadi output termasuk segala kegiatan menghasilkan barang dan jasa serta kegiatan lainnya yang mendukung dengan menggunakan sumber daya yang dimiliki. Dalam melakukan kegiatan produksi membutuhkan cara untuk merencanakan, mengatur, dan

⁴ Assauri, S. *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2010), h. 10.

⁵ Suyadi, Prawirosentono. *Manajemen Operasi : Analisis dan Studi. Kasus*, edisi ke 3 cetakan ke1 (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2001), h. 1.

⁶ Barry, Berman, and Joel R. Evans, *Retail Management. A Strategic Approach*. (New Jersey : Prentice Hall, 2001), h. 4.

mengelola faktor-faktor produksi seperti mesin, uang, manusia, metode, manajerial, dan manajemen sebagai kegiatan perencanaan, pengaturan, dan pengelolaan faktor-faktor produksi tersebut.

Manajemen operasional atau manajemen produksi adalah sebagai manajemen proses konversi, dengan bantuan fasilitas seperti: tanah, tenaga kerja, modal, dan manajemen masukan (input) yang diubah menjadi keluaran yang diinginkan, berupa barang atau jasa atau layanan.⁷

Manajemen operasi atau manajemen produksi, yaitu serangkaian kegiatan yang membuat barang dan jasa melalui perubahan dari masukan menjadi keluaran.⁸

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen produksi adalah suatu kegiatan dalam menciptakan dan menambah kegunaan suatu barang atau jasa, melalui perencanaan, pelaksanaan dan mengkoordinasikan faktor-faktor produksi tersebut untuk mencapai tujuan dan sasaran perusahaan.

B. Fungsi Produksi

Produksi sering diartikan sebagai penciptaan guna, yaitu kemampuan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia.

Produksi dalam hal ini mencakup semua aktifitas baik penciptaan

⁷ Manahan, P. Tampubolon, *Manajemen Keuangan*, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2004), h. 13.

⁸ Barry, Berman, and Joel R. Evans, *Retail Management. A Strategic Approach*. (New Jersey : Prentice Hall, 2001), h. 2.

barang maupun jasa-jasa. Proses penciptaan ini pada umumnya membutuhkan berbagai jenis faktor produksi yang dikombinasikan dalam jumlah dan kualitas tertentu. Istilah faktor produksi sering pula disebut korbanan produksi, karena faktor produksi tersebut dikorbankan untuk menghasilkan barang-barang produksi.

Penekanan dalam manajemen produksi adalah kerangka pengambilan keputusan dalam pelaksanaan fungsi produksi. Adapun fungsi produksi terdiri dari 4 (empat) hal utama, yaitu :⁹

- a. Proses pengolahan, merupakan metode atau teknik yang digunakan untuk mengolah masukan (input)
- b. Jasa-jasa penunjang, merupakan sarana yang berupa pengorganisasian untuk penetapan teknik dan metode yang akan dijalankan, sehingga proses pengolahan dapat dilaksanakan secara efektif dan efisien.
- c. Perencanaan, merupakan penetapan keterkaitan dan pengorganisasian dari kegiatan produksi dan operasi yang dilakukan dalam suatu dasar waktu atau periode tertentu.
- d. Pengendalian atau pengawasan, merupakan fungsi untuk menjamin terlaksananya kegiatan sesuai dengan yang direncanakan, sehingga maksud dan tujuan pada kenyataannya dapat dilaksanakan.

⁹ Assauri, S. *Manajemen Produksi dan Operasi*, (Jakarta :Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2008), h. 23.

Perusahaan harus memaksimalkan sumber dayanya dalam mengubah input menjadi output yang berkualitas baik dan mampu mencapai tujuan perusahaan. Agar output tersebut memiliki kualitas yang baik maka perlu dilakukan pengawasan dan pengendalian.

C. Pengertian Harga

Harga adalah satu-satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan semua elemen lainnya hanya mewakili harga. Harga adalah salah satu elemen yang paling fleksibel dari bauran pemasaran tidak seperti sifat-sifat produk dan komitmen jalur distribusi. Harga dapat berubah-ubah dengan cepat pada saat yang sama penetapan harga dan persaingan harga adalah masalah utama yang dihadapi banyak eksekutif pemasaran.

Harga menjadi ukuran bagi konsumen dimana ia mengalami kesulitan dalam menilai mutu produk yang kompleks yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan apabila barang yang diinginkan konsumen adalah barang dengan kualitas atau mutu yang baik maka tentunya harga tersebut mahal dan demikian sebaliknya.

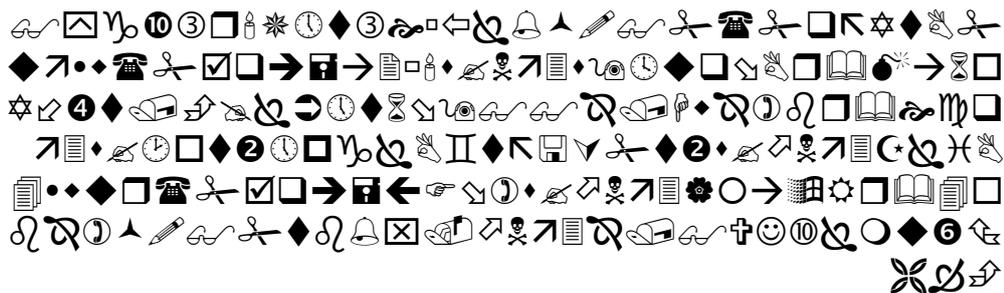
Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa berikut pelayanannya.¹⁰ Harga adalah jumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau

¹⁰ Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta :Balai Pustaka, 2008), h. 450.

jasa tersebut, atau dengan kata lain bahwa harga merupakan jumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa.¹¹

Defenisi di atas menjelaskan dimana suatu produk atau jasa memiliki sejumlah nilai dan biasanya dinilai dalam sejumlah uang, yang saat ini sering kita sebut dengan istilah harga, dan kemudian pihak konsumen akan menukarkan sejumlah nilai yang tentu saja dengan sejumlah uang tentunya yang mereka miliki dengan tujuan agar mereka akan dapat memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Oleh karena itu, Al-qur'an mengajarkan agar dalam praktik jual beli hendaknya ada saksi yang menyatakan keabsahan transaksi jual beli antara kedua belah pihak. Al-Qur'an Surah an-Nisa' ayat 29:



Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku suka-sama suka di antara kamu.”¹²

Ayat ini melarang manusia untuk melakukan perbuatan tercela dalam mendapatkan harta. Allah melarang manusia untuk tidak

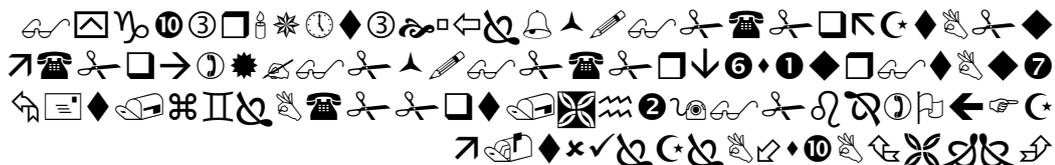
¹¹Kotler dan Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta :Erlangga, 2001), h. 296.

¹² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta : Darus Sunnah, 2002).

melakukan penipuan, kebohongan, perampasan, pencurian atau perbuatan lain secara batil untuk mendapatkan harta benda. Tetapi diperbolehkan mencari harta dengan cara jual beli yang baik yaitu didasari atas suka sama suka.

Konsep harga menurut Ibnu Taimiyah, harga yang adil pada hakikatnya telah ada digunakan sejak awal kehadiran agama Islam Al-Quran sendiri sangat menekan keadilan dalam setiap aspek kehidupan umat manusia. Oleh karena itu adalah hal wajar jika keahlian juga diwujudkan dalam aktivitas pasar khususnya harga, dengan ini, Rasulullah menggolongkan riba sebagai penjualan yang terlalu mahal yang melebihi kepercayaan konsumen.

Dijelaskan dalam firman Allah dalam surat Al-Baqarah: 278, yang berbunyi:



Terjemahnya :

“Hai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kepada Allah dan tinggalkanlah sisa-sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman” (QS. Al-Baqarah: 278)¹³

Istilah harga yang adil telah disebutkan dalam beberapa hadist Nabi Muhammad Saw dalam konteks kompensasi seorang majikan

¹³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta : Darus Sunnah, 2002).

membebasakan budaknya dalam hal ini budak tersebut menjadi manusia merdeka dan pemiliknya memperoleh kompensasi yang adil (*qimqh al-adl*) istilah yang sama juga telah pernah digunakan sahabat Nabi yakni Umar Ibn Khatab. Ketika menetapkan nilai baru untuk diyat, setelah daya beli dirham mengalami penurunan mengakibatkan kenaikan harga-harga.

Ibnu Taimiyah juga membedakan dua jenis harga yakni harga yang tidak ada dan dilarang dan harga ada dan disukai. Ibnu Taimiyah menganggap harga yang setara adalah harga yang adil, ia juga menjelaskan bahwa harga yang setara adalah harga yang dibentuk oleh kekuatan pasar yang berjalan secara bebas yakni pertemuan antar permintaan dan penawaran.¹⁴

Jadi bisa dikatakan bahwa harga suatu produk merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Seseorang akan berani membayar suatu produk dengan harga yang mahal apabila dia menilai kepuasan yang diharapkan terhadap produk yang akan dibelinya itu tinggi. Sebaliknya apabila seseorang itu menilai kepuasannya terhadap suatu produk itu rendah, maka dia tidak akan bersedia untuk membayar atau membeli produk tersebut dengan harga yang mahal.

D. Pengertian Harga Jual

¹⁴ Adiwarmanto, Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta : UII Indonesia, 2003). h. 230.

Keputusan penentuan harga jual sangat penting, karena selain mempengaruhi laba yang ingin dicapai perusahaan juga mempengaruhi kelangsungan hidupperusahaan. Oleh karena itu dalam menentukan harga jual produk, tidak dapat dilakukan sekali saja tetapi harus selalu dievaluasi dan disesuaikan dengan kondisi yang sedang dihadapi perusahaan.

Penentuan harga jual yang salah bisa berakibat fatal pada masalah keuangan perusahaan dan akan mempengaruhi kontinuitas usaha perusahaan tersebut seperti kerugian terus menerus. Perubahan harga jual mempunyai tujuan untuk menyesuaikan agar harga baru yang ditetapkan dapat mencerminkan biaya saat ini (*current cost*) atau biaya masa depan (*future cost*), return yang diinginkan oleh perusahaan, reaksi pesaing dan sebagainya.¹⁵

Penentuan harga jual berhubungan dengan:

a. Kebijakan penentuan harga jual (*pricing policies*)

Kebijakan penentuan harga jual adalah pernyataan sikap manajemen terhadap penentuan harga jual produk atau jasa. Kebijakan tersebut tidak menentukan harga jual, namun menetapkan faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dan aturan dasar yang perlu diikuti dalam penentuan harga jual.

b. Keputusan penentuan harga jual (*pricing decision*)

¹⁵ Supriyono, *Akuntansi Manajemen*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama. (Yogyakarta : BPF, 2001), h. 314.

Keputusan penentuan harga jual adalah penentuan harga jual produk atau jasa suatu organisasi yang umumnya dibuat untuk jangka pendek. Keputusan ini dipengaruhi oleh kebijakan penentuan harga jual, pemanfaatan kapasitas, dan tujuan organisasi.

E. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Jual

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual. Faktor tersebut dapat berasal dari dalam maupun luar perusahaan. Faktor dari dalam perusahaan berkaitan dengan biaya dan tingkat kualitas dari barang atau jasa yang dihasilkan, sedangkan faktor yang berasal dari luar perusahaan adalah faktor-faktor bukan biaya, misalnya permintaan dan penawaran pasar, tipe pasar, dan lain-lain. Kedua faktor ini sangat berpengaruh dan saling berkaitan dalam menentukan harga jual.

Banyak faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual, baik dipandang dari barang yang akan dijual atau pasarnya dan tak kalah pentingnya adalah biaya untuk membuat barang tersebut. Secara singkat berikut ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhinya:¹⁶

a. Faktor laba yang diinginkan

- 1) Apakah pengembalian modal (*return on capital*) sudah mencukupi.
- 2) Berapa laba yang dibutuhkan untuk membayar deviden.

¹⁶ Mas'ud, Machfoedz, *Akuntansi Manajemen 2*, Edisi 3, (Yogyakarta : BPFE, 2001), h. 249

- 3) Berapa laba yang dibutuhkan untuk perluasan.
 - 4) Berapa trend penjualan yang diinginkan.
- b. Faktor produk atau penjualan produk tersebut
- 1) Apakah volume penjualan tersebut betul-betul bisa direalisasikan.
 - 2) Apakah ada diskriminasi harga.
 - 3) Apakah ada kapasitas menganggur.
 - 4) Apakah harga tersebut logis untuk diterapkan.
- c. Faktor biaya dan produk tersebut
- 1) Apakah biaya variabel atau tetapnya tinggi.
 - 2) Apakah harga tersebut merupakan harga pertama.
 - 3) Apakah penggunaan modal sudah efektif.
 - 4) Apakah ada biaya bersama karena ada produk campuran.
- d. Faktor dari luar perusahaan (konsumen)
- 1) Permintaan pada produk tersebut elastis atau inelastis.
 - 2) Siapa langganan yang akan dicapai.
 - 3) Apakah produknya dipasar homogen atau heterogen.
 - 4) Persaingan tajam atau tidak.

Setelah mengetahui arah dan tujuan penentuan harga yang sudah ditentukan maka perhatian manajemen pemasaran dapat dialihkan kepada prosedur penentuan harga barang atau jasa, yang ditawarkan. Setiap perusahaan tidak menggunakan prosedur yang

sama dalam penentuan harga, dimana penetapan harga jual meliputi 5 tahap, yaitu:¹⁷

a. Mengestimasi Permintaan Barang Tersebut

Pada tahap ini seharusnya produsen perlu membuat estimasi permintaan barang atau jasa yang dihasilkan secara total. Hal ini untuk lebih memudahkan dilakukan terhadap permintaan barang yang ada dibandingkan dengan permintaan barang baru.

Pengestimasian tersebut dapat dilakukan dengan jalan :

- 1) Menentukan harga yang diharapkan (*expected price*)
- 2) Mengestimasi volume penjualan pada berbagai tingkat harga.

b. Mengetahui lebih dahulu reaksi dalam persaingan

Kebijakan penentuan harga tertentu harus memperhatikan kondisi persaingan yang ada di pasar serta sumber-sumber penyebab lainnya. Adapun sumber-sumber dapat berasal dari :

- 1) Barang sejenis yang dihasilkan oleh perusahaan lain.
- 2) Barang pengganti (*substitusi*)
- 3) Barang lain yang dibuat oleh perusahaan lain yang sama-sama menginginkan uang konsumen.

c. Menentukan *market share* yang dapat diharapkan.

¹⁷ Marius, P. Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Cetakan ke 2, (Jakarta :Raja Grafindo Persada, 2002), h. 276.

Bagi perusahaan yang ingin bergerak dan maju lebih cepat tentu selalu mengharapkan market share yang lebih besar. Untuk mendapatkan *market share* yang lebih besar harus ditunjang oleh kegiatan promosi dan kegiatan lain dari persaingan non harga, disamping dengan penentuan harga tertentu. Usaha peningkatan *market share* yang diharapkan tersebut akan sangat dipengaruhi oleh kapasitas produksi yang ada, biaya ekspensi dan mudahnya memasuki persaingan.

d. Memilih strategi harga untuk mencapai target pasar

Ada beberapa strategi harga yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai target pasar yang sesuai yaitu:

1) *Skim the cream pricing* (penetapan harga penyaringan)

Merupakan penetapan harga yang setinggi-tingginya, Untuk menutupi biaya penelitian, pengembangan dan promosi.

a) Strategi ini sesuai untuk barang baru sebab pada tahap permulaan harga masih sangat elastis karena persaingan belum banyak.

b) Membagi pasar berdasarkan tingkat penghasilan yaitu menjual barang baru pada segmen berpenghasilan tinggi.

c) Berfungsi untuk berjaga-jaga terhadap kekeliruan penetapan harga.

d) Dapat menghasilkan laba yang tinggi.

e) Harga tinggi dapat membatasi permintaan sesuai dengan kapasitas perusahaan.

2) *Penetration pricing* (penetapan harga penetrasi)

Merupakan strategi penetapan harga yang serendah-rendahnya yang bertujuan untuk mencapai volume penjualan sebesar-besarnya dalam waktu singkat.

e. Mempertimbangkan politik pemasaran perusahaan

Faktor lainnya harus mempertimbangkan dalam penentuan harga adalah mempertimbangkan politik pemasaran perusahaan dengan melihat barang, sistem distribusi dan program-program promosinya.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi harga termasuk pada produk tertentu yang dibebankan kepada masing-masing produk atau jasa yang dipasarkan. Namun harga jual dapat ditentukan oleh pembeli yang akan membeli produk atau jasa perusahaan. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat harga di suatu pasar yaitu:¹⁸

- a. Keadaan perekonomian. Sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku dipasaran. Pada keadaan perekonomian yang kurang stabil harga dapat berubah-ubah.
- b. Permintaan dan penawaran. Permintaan adalah sejumlah barang yang dibeli oleh pembeli pada tingkat harga tertentu. Pada umumnya tingkat harga yang lebih rendah akan mengakibatkan

¹⁸Swastha dan Irawan, 2005, *Asas-asas Marketing*, (Yogyakarta.Liberty, 2005), h. 242.

jumlah yang diminta lebih besar. Penawaran adalah suatu jumlah yang ditawarkan oleh penjual pada tingkat harga tertentu.

- c. Elastisitas permintaan. Faktor lain yang mempengaruhi penentuan harga adalah sifat permintaan pasar. Apabila terjadi kenaikan harga maka penjualan akan menurun harga, maka permintaan akan mengalami peningkatan.
- d. Persaingan harga jual. Dalam menetapkan harga jual biasanya perusahaan selalu berpedoman pada harga yang ditetapkan oleh pesaingnya.
- e. Biaya. Hal ini merupakan dasar dalam penentuan harga sebab suatu tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan.

F. Pengertian Penjualan

Penjualan merupakan salah satu fungsi pemasaran yang sangat penting dan menentukan bagi perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Konsep penjualan adalah gagasan bahwa konsumen tidak akan membeli cukup banyak produk perusahaan kecuali jika perusahaan tersebut melakukan usaha penjualan dan promosi dalam skala besar.¹⁹

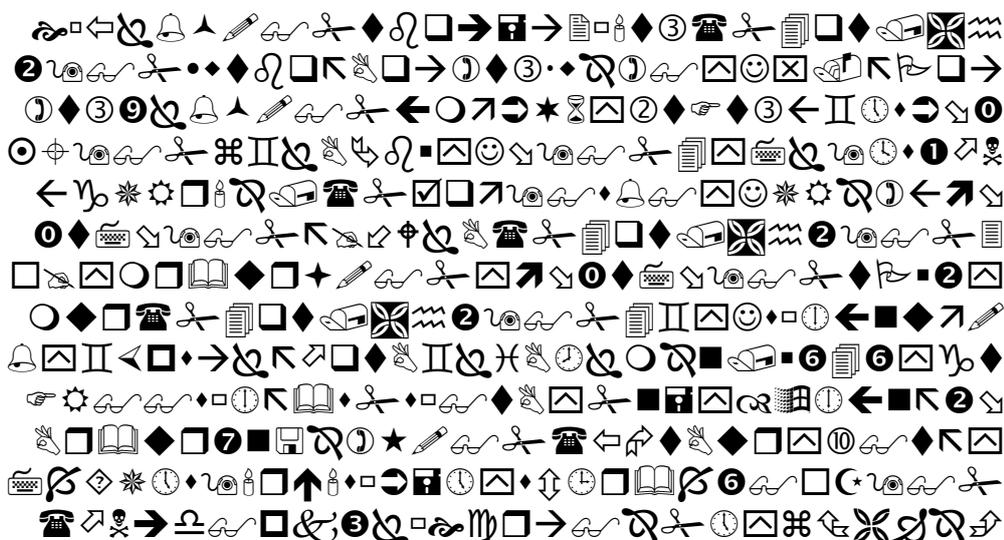
Penjualan merupakan salah satu fungsi pemasaran yang sangat penting dan menentukan bagi perusahaan dalam mencapai sebuah

¹⁹Kotler dan Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta :Erlangga, 2001), h. 23.

tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Penjualan adalah proses kegiatan menjual, yaitu dari kegiatan penetapan harga jual sampai produk distribusikan ke tangan konsumen.²⁰

Jual beli dalam bahasa arab disebut *ba'i* yang secara bahasa adalah tukar menukar, sedangkan menurut istilah adalah tukar menukar atau peralihan kepemilikan dengan cara pergantian menurut bentuk yang diperbolehkan oleh syara' atau menukarkan barang dengan barang atau barang dengan uang, dengan jalan melepaskan hak milik dari seseorang terhadap orang lainnya atas kerelaan kedua belah pihak.

Hukum melakukan jual beli adalah boleh (جواز) atau (مباح), sesuai dengan firman Allah dalam Q.S. al-Baqarah ayat 275:



Terjemahnya :

²⁰ Nafarin, M, *Penganggaran Perusahaan*, (Jakarta :Salemba Empat, 2009), h. 166.

"Orang-orang yang makan (bertransaksi dengan) riba, tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang dibingungkan oleh setan sehingga ia tak tahu arah disebabkan oleh sentuhan(nya). Keadaan mereka yang demikian itu disebabkan karena mereka berkata 'jual beli tidak lain kecuali sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Maka barang siapa yang telah sampai kepadanya peringatan dari tuhan(nya) (menyangkut riba), lalu berhenti (dari praktik riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (kembali) kepada Allah. Adapun yang kembali (bertransaksi riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya".(Q.S. Al-Baqarah : 275)²¹

Dari Abu Hurairah radhiallahu'anhun, dia berkata:

"Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam pernah melewati setumpuk makanan, lalu beliau memasukkan tangannya ke dalamnya, kemudian tangan beliau menyentuh sesuatu yang basah. Maka beliau pun bertanya, "Apa ini wahai pemilik makanan?" Dia menjawab, "Makanan tersebut terkena air hujan wahai Rasulullah." Beliau bersabda, "Mengapa kamu tidak meletakkannya di bagian atas agar manusia dapat melihatnya? Barangsiapa yang menipu maka dia bukan dari golonganku." (HR. Muslim no. 102)

Dari Hakim bin Hizam radhiallahu'anhun dari Nabi Shallallahu 'alaihi

wasallam beliau bersabda:

"Kedua orang yang bertransaksi jual beli berhak melakukan khiyar selama keduanya belum berpisah. Jika keduanya jujur dan terbuka, maka keduanya akan mendapatkan keberkahan dalam jual beli. Tapi jika keduanya berdusta dan tidak terbuka, maka keberkahan jual beli antara keduanya akan dihapus."(HR. Al-Bukhari no. 1937 dan Muslim no. 1532)

Abu Hurairah radhiallahu'anhun berkata: Aku mendengar

Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda:

"Sumpah itu (memang biasanya) melariskan dagangan jual beli namun bisa menghilangkan berkahnya". (HR. Al-Bukhari no. 1945 dan Muslim no. 1606)

²¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta : Darus Sunnah, 2002).

Dari Abu Qatadah Al-Anshari radhiallahu anhu, bahwa dia mendengar Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda:

“Jauhilah oleh kalian banyak bersumpah dalam berdagang, karena dia (memang biasanya) dapat melariskan dagangan tapi kemudian menghapuskan (keberkahannya).”(HR. Muslim No. 1607)

Salah satu profesi yang dianjurkan dalam Islam bahkan sering tersebut dalam Al-Qur`an dan As-Sunnah adalah profesi petani dan pedagang. Karenanya banyak sekali sahabat Rasulullah shallallahu alaihi wasallam berprofesi menjadi petani atau pedagang. Hanya saja, di dalam Islam setiap profesi yang dibenarkan untuk ditempuh tujuannya bukan semata-mata untuk menghasilkan uang atau meraih kekayaan, akan tetapi yang jauh lebih penting daripada itu adalah untuk mendapatkan keberkahan dari hasil jerih payahnya. Dan keberkahan dari harta bukan dinilai dari kuantitasnya akan tetapi dinilai dari kualitas, darimana dia peroleh dan kemana dia belanjakan.

Penjualan adalah suatu kegiatan yang ditujukan untuk mencari pembeli, mempengaruhi dan memberikan petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produk yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak.²² Penjualan adalah sejumlah uang yang dibebankan kepada pembeli atas barang atau jasa yang dijual.²³

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah suatu proses pembuatan dan cara untuk mempengaruhi

²² Moekijat, *Kamus Manajemen*, (Bandung :CV. Mandar Maju, 2000), h. 488.

²³ Kusnadi, *Akuntansi Keuangan Menengah (Intermediate) (Prinsip, Prosedur, dan Metode)*.(Malang :Universitas Brawijaya, 2000), h.19.

pribadi agar terjadi pembelian (penyerahan) barang atau jasa yang ditawarkan berdasarkan harga yang telah disepakati oleh kedua belah pihak yang terkait didalam kegiatan tersebut.

G. Jenis-Jenis Penjualan

Terdapat beberapa jenis penjualan yang biasa dikenal dalam masyarakat diantaranya adalah:²⁴

- a. *Trade Selling*, merupakan penjualan yang terjadi bilamana produsen dan pedagang besar mempersilahkan pengecer untuk berusaha memperbaiki distribusi produk mereka,. Hal ini melibatkan para penyalur dengan kegiatan promosi, peragaan, persediaan dan produk baru, jadi titik beratnya adalah para penjualan melalui penyalur bukan pada penjualan ke pembeli akhir.
- b. *Missionary Selling*, merupakan penjualan berusaha ditingkatkan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang dari penyalur perusahaan.
- c. *Technical Selling*, merupakan usaha meningkatkan penjualan dengan pemberian saran dan nasihat kepada pembeli akhir dari barang dan jasa.
- d. *New Businies Selling*, merupakan usaha membuka transaksi baru dengan membuat calon pembeli menjadi pembeli seperti halnya yang dilakukan perusahaan asuransi.

²⁴ Swastha, Basu dan Ibnu sukojwo, *Pengantar Bisnis Modern*, (Yogyakarta :Liberti, 2007), h. 228.

- e. *Responsive Selling*, Jenis penjualan ini tidak akan menciptakan penjualan yang besar, namun terjalin hubungan pelanggan yang baik yang menjurus pada pembelian ulang.

Selain itu terdapat berbagai macam transaksi penjualan yang dapat diklasifikasikan sebagai berikut :²⁵

- a. Penjualan secara tunai, adalah penjualan yang bersifat “*cash and carry*” dimana penjualan setelah terdapat kesepakatan harga antara penjual dengan pembeli, maka pembeli menyerahkan pembayaran secara kontan.
- b. Penjualan kredit, adalah penjualan *non cash* dengan tenggang waktu rata-rata diatas 1 bulan.
- c. Penjualan secara tender, adalah penjualan yang dilaksanakan melalui prosedur tender untuk memenuhi permintaan pihak pembeli yang membuka tender.
- d. Penjualan ekspor, adalah penjualan yang dilaksanakan dengan pihak pembeli luar negeri yang mengimpor barang yang biasanya menggunakan fasilitas *letter of credit* (LC).
- e. Penjualan secara konsiyasi, adalah penjualan barang secara “Titipan” kepada pembeli yang juga sebagai penjual apabila barang tersebut tidak terjual maka akan dikembalikan.

²⁵ Swastha, Basu dan Ibnu sukojwo, *Pengantar Bisnis Modern*, (Yogyakarta :Liberti, 2007), h. 230.

- f. Penjualan secara grosir, adalah penjualan yang tidak langsung kepada pembeli, tetapi melalui pedagang perantara yang menjadi perantara pabrik/importir dengan pedagang eceran.

H. Tujuan dan Fungsi Penjualan

Kemampuan perusahaan dalam menjual produk-produknya akan menentukan keberhasilan dalam mencari keuntungan, apabila perusahaan tidak mampu menjual maka perusahaan akan mengalami kerugian. Adapun tujuan umum penjualan dalam perusahaan yakni sebagai berikut :²⁶

- a. Tujuan yang dirancang untuk meningkatkan volume penjualan total atau meningkatkan penjualan produk-produk yang lebih menguntungkan.
- b. Tujuan yang dirancang untuk mempertahankan posisi penjualan yang efektif melalui kunjungan penjualan reguler dalam rangka menyediakan informasi mengenai produk baru.
- c. Menunjang pertumbuhan perusahaan

Fungsi penjualan meliputi aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh penjual untuk merealisasikan penjualan seperti :

- a. Menciptakan permintaan
- b. Mencari pembeli
- c. Memberikan saran-saran
- d. Membicarakan syarat-syarat penjualan

²⁶ Tjiptono, Frandi dkk, *Pemasaran Strategi*, (Yogyakarta : Andi, 2008), h. 204

e. Memindahkan hak milik

Pada umumnya, para pengusaha mempunyai tujuan, yaitu mendapatkan laba tertentu (semaksimal mungkin), dan mempertahankan atau bahkan berusaha meningkatkan laba yang diperoleh untuk jangka waktu yang lama. Tujuan tersebut dapat direalisasi apabila penjualan dapat dilaksanakan seperti yang telah direncanakan.

I. Pengertian Pasar

Pasar dalam pengertian ekonomi adalah situasi seseorang atau lebih pembeli (konsumen) dan penjual (produsen dan pedagang) melakukan transaksi setelah kedua pihak telah mengambil kata sepakat tentang harga terhadap sejumlah (kuantitas) barang dengan kualitas tertentu yang menjadi objek transaksi. Kedua pihak, pembeli dan penjual mendapat manfaat dari adanya transaksi atau pasar. Pihak pembeli akan mendapat barang yang diinginkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhannya sedangkan penjual mendapat imbalan pendapatan untuk selanjutnya digunakan untuk membiayai aktivitasnya sebagai pelaku ekonomi produksi atau pedagang.

Pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plasa, pusat perdagangan maupun

sebutan lainnya.²⁷ Pasar menurut kajian ilmu ekonomi adalah suatu tempat atau proses interaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) dari suatu barang/jasa tertentu, sehingga akhirnya dapat menetapkan harga keseimbangan (harga pasar) dan jumlah yang diperdagangkan.

Jadi, berdasarkan pernyataan diatas pasar adalah area tempat jual beli barang/ jasa dengan penjual lebih dari satu orang yang didalamnya terjadi proses interaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) sehingga menetapkan harga dan jumlah yang disepakati oleh penjual dan pembeli.

J. Jenis-Jenis Pasar

Pasar dibedakan menjadi 2, yaitu :²⁸

a. Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil, dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar. Lebih lanjut, pasar tradisional boleh berlokasi pada setiap sistem jaringan jalan, termasuk sistem jaringan jalan

²⁷ Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007, *Tentang : Pasar*

²⁸ *Ibid*

lokal atau jalan lingkungan pada kawasan pelayanan bagian kota/kabupaten atau lokal atau lingkungan (perumahan) di dalam kota/kabupaten.

Pasar tradisional adalah pasar yang dikelola dengan manajemen yang lebih tradisional dan simpel dari pada pasar modern, umumnya pasar tradisional tersebut terdapat di pinggiran-pinggiran perkotaan/jalan atau lingkungan perumahan.

Pasar tradisional di antaranya yaitu warung rumah tangga, warung kios, pedagang kaki lima dan sebagainya. Barang yang dijual di sini hampir sama seperti barang-barang yang dijual di pasar modern dengan variasi jenis yang beragam.

Pasar tradisional saat ini cenderung menjual barang-barang lokal saja dan jarang ditemui barang impor. Barang yang dijual dalam pasar tradisional cenderung sama dengan pasar modern, maka barang yang dijual pun mempunyai kualitas yang relatif sama terjaminnya dengan barang-barang di pasar modern.

Secara kuantitas, pasar tradisional umumnya mempunyai persediaan barang yang jumlahnya sedikit sesuai dengan modal yang dimiliki pemilik atau permintaan dari konsumen. Dari segi harga, pasar tradisional tidak memiliki label harga yang pasti karena harga disesuaikan dengan besarnya keuntungan yang diinginkan oleh setiap pemilik usaha.

b. Pasar Modern

Pasar modern adalah pasar yang dikelola dengan manajemen modern, umumnya terdapat di kawasan perkotaan (pemukiman banyak penduduk), sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen (umumnya anggota masyarakat kelas menengah ke atas). Contoh pasar modern antara lain *mall*, *supermarket*, *departement store*, *shopping centre*, waralaba, toko mini swalayan, pasar serba ada, toko serba ada dan sebagainya yang luas usahanya kurang dari 400 m².

Barang yang dijual di pasar modern memiliki variasi jenis yang beragam. Selain menyediakan barang-barang lokal, pasar modern juga menyediakan barang impor. Barang yang dijual mempunyai kualitas yang relatif lebih terjamin karena melalui penyeleksian terlebih dahulu secara ketat sehingga barang yang rijek/tidak memenuhi persyaratan klasifikasi ditolak. Secara kuantitas, pasar modern umumnya mempunyai persediaan barang di gudang yang terukur.

K. Persaingan Pasar

Persaingan usaha dapat didefinisikan sebagai persaingan usaha antara para penjual didalam merebut pembeli dan pangsa pasar. Persaingan yang dilakukan para pedagang dipasar tradisional berdasarkan 4p dalam komponen bauran pemasaran, tetapi hanya 3p

yang paling diutamakan dalam persaingan para pedagang yaitu produk, harga dan tempat.²⁹

Persaingan atau kompetisi dalam suatu komunitas dapat dikelompokkan menjadi dua jika dilihat dari asalnya yakni persaingan yang berasal dari dalam populasi jenis itu sendiri yang disebut intraspesifik dan persaingan yang berasal dari luar populasi tersebut yang disebut ekstraspesifik. Pengertian persaingan usaha dari pengertian persaingan tidak sehat yang tercantum pada Pasal 1 angka 6 yaitu persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.

Dari defenisi-defenisi yang telah dikemukakan, maka dapat dilihat bahwa tujuan yang hendak dicapai oleh setiap pelaku ataupun pelaku usaha yang bersaing adalah untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Pencapaian keuntungan yang maksimal tersebut dapat diperoleh dengan dilakukan dari berbagai bentuk, baik itu dari segi harga, kualitas dan kuantitas produk, pelayanan ataupun kombinasi dari berbagai elemen.

L. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persaingan Pasar

Beberapa variabel yang memengaruhi daya saing pasar adalah sebagai berikut:³⁰

²⁹ Siswanto, Arie, *Hukum Persaingan Usaha*, (Bogor :Ghalia Indonesia, Bogor, 2002), h. 14.

a. Faktor Modal Kerja

Modal kerja dapat dibagi menurut konsep berikut:

1) Konsep Kuantitatif

Modal kerja berdasarkan konsep kuantitatif menggambarkan keseluruhan atau jumlah dari aktiva lancar seperti kas, surat-surat berharga, piutang, persediaan atau keseluruhan dari jumlah aktiva lancar dimana aktiva lancar ini sekali berputar dan dapat kembali ke bentuk semula atau dana tersebut dapat bebas lagi dalam waktu yang relatif pendek atau singkat. Artinya, konsep ini hanya menunjukkan jumlah dari modal kerja yang digunakan untuk menjalankan kegiatan operasi perusahaan sehari-hari yang sifatnya rutin, dengan tidak mempersoalkan dari mana diperoleh modal kerja tersebut, apakah dari pemilik hutang jangka panjang atau hutang jangka pendek.

2) Konsep Kualitatif

Modal kerja menurut konsep ini merupakan sebagian dari aktiva yang benar-benar dapat digunakan untuk membiayai operasi perusahaan tanpa menunggu likuiditasnya. Konsep ini biasanya disebut dengan modal kerja netto (*net working capital*). Definisi ini bersifat kualitatif karena menunjukkan tersedianya aktiva lancar yang lebih besar dari hutang lancar

³⁰ Riyanto, Bambang, *Dasar-Dasar Pembelian Perusahaan*, Edisi. Keempat, Cetakan Ketujuh, (Yogyakarta : BPFE, 2001), h. 23.

dan menunjukkan tingkat keamanan bagi kreditur jangka pendek serta menjamin kelangsungan operasi dimasa mendatang dan kemampuan perusahaan untuk memperoleh tambahan jangka pendek dengan jaminan aktiva lancar.

3) Konsep Fungsional

Modal kerja berdasarkan konsep fungsional ini menitikberatkan pada fungsi dari pada dana (*income*) dari usaha pokok perusahaan. Setiap dana yang digunakan dalam perusahaan dimaksudkan untuk menghasilkan pendapatan. Ada sebagian dana digunakan dalam satu periode akuntansi tertentu yang menghasilkan pendapatan pada periode tersebut. Ada pula dana yang dimaksudkan untuk menghasilkan pendapatan pada periode-periode selanjutnya atau dimasa yang akan datang, misalnya bangunan, mesin-mesin, alat-alat kantor dan aktiva tetap lainnya yang disebut *future income*.

b. Faktor Kemasan Produk

Kemasan produk menunjukkan bagaimana produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan yang lain. Salah satu faktor yang mempengaruhi nilai jual suatu produk adalah dilihat dari bagaimana kemasannya. Beberapa indikator yang mempengaruhi kemasan produk adalah kemampuan perusahaan dalam melakukan inovasi.

c. Faktor Relasi

Relasi adalah orang-orang yang tergabung dan menjalin kerja sama dalam suatu perusahaan untuk menghasilkan produk atau jasa yang diinginkan. Dalam penelitian ini relasi ini menunjukkan keunggulan suatu perusahaan dalam mencari jaringan usaha serta berapa besar kontribusi yang diberikan rekan kerja terhadap kelancaran usaha yang dijalankan.

d. Faktor Pengembangan Usaha

Pengalaman berusaha memperoleh banyak pembelajaran tentang informasi apa yang dibutuhkan dan digunakan dalam pengambilan keputusan. Manajemen perusahaan akan membutuhkan informasi yang lebih banyak akan disiapkan dan digunakan dalam pengambilan keputusan apabila tingkat kompleksitas usaha serta persaingan semakin tetap.

e. Faktor Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia merupakan potensi yang terkandung di dalam diri manusia untuk mewujudkan perannya sebagai makhluk sosial yang adaptif dan transformatif yang mampu mengelola dirinya sendiri serta seluruh potensi yang terkandung di alam menuju tercapainya kesejahteraan kehidupan dalam tatanan yang seimbang dan berkelanjutan. SDM adalah kemampuan terpadu

dari daya pikir dan daya fisik yang dimiliki individu, perilaku dan sifatnya.

M. Tanaman Sagu dan Produksinya

Lebih lanjut, disparitas harga sagu yang besar di tingkat konsumen menunjukkan pengecer mengambil *mark up* harga yang lebih pada harga yang terbentuk. Secara teori, harga komoditas yang terbentuk pada tingkat akhir atau level pengguna/konsumen sangat tergantung pada efisiensi pasar yang terjadi.

Efisiensi pasar sangat dipengaruhi oleh panjang mata rantai distribusi dan besarnya margin keuntungan yang ditetapkan oleh setiap mata rantai distribusi. Semakin pendek mata rantai distribusi dan semakin kecil margin keuntungan, maka kegiatan distribusi tersebut semakin efisien. Selain itu, pada komoditi sagu pemenuhan kebutuhan nasional juga dilakukan melalui impor untuk mengatasi adanya kelebihan permintaan yang terjadi antar waktu. Adanya impor sagu, akan mempengaruhi harga yang terbentuk pada tingkat akhir. Harga yang terbentuk juga dipengaruhi oleh kondisi sektor transportasi dalam hal ini gangguan terhadap sektor transportasi yang berakibat pada meningkatnya biaya.

Pohon sagu (*Metroxylon*) merupakan tanaman yang sangat penting bagi sebagian penduduk di Indonesia. Pohon sagu tumbuh liar di rawa-rawa dan lahan basah. Pohon sagu menyediakan bagian zat terbesar dari zat tepung bagi makanan penduduk. Batang pohon sagu

diproses untuk menghasilkan zat tepung dari sari batangnya. Memproses batang pohon sagu secara tradisional adalah pekerjaan berat. Namun kerja keras tersebut dapat menghasilkan simpanan bahan makanan untuk sebulan³¹.

Sagu merupakan salah satu sub sektor perkebunan yang kurang berkembang di Indonesia dikarenakan kesesuaian karakteristik lahan, agroklimat dan wilayah yang kurang cocok untuk pengembangannya. bahwa dari segi ekonomi, komoditas sagu mempunyai nilai ekonomi yang tinggi, sehingga dapat dijadikan usaha agribisnis perkebunan guna menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat. Berdasarkan sifat fisik dan kimia yang dimilikinya, sagu dapat dimanfaatkan tidak terbatas pada bahan pangan saja, tetapi dapat juga dimanfaatkan untuk bahan baku non-pangan (industri kertas dan tekstil).³²

Tanaman sagu memerlukan waktu 11 tahun dalam siklus hidupnya (dari biji sampai membentuk biji) yang terdiri dari empat fase pertumbuhan yaitu fase awal pertumbuhan atau gerombol diperlukan waktu 3,75 tahun, fase batang diperlukan waktu 4,5 tahun, fase pembungaan diperlukan waktu satu tahun dan fase pembentukan biji diperlukan waktu selama satu tahun. Pati sagu terakumulasi dalam empulur batang sagu dari dasar sampai pucuk. Dalam semua tahap

³¹Harsanto, P.B. *Budidaya dan Pengolahan Sagu*, (Yogyakarta : Kanisius, 1986).

³²Departemen Pertanian, *Budi Daya Tanaman Palawija Pendukung Program Makanan Tambahan Anak Sekolah (PMT-AS) Jagung, Kedelai, Kacang Tanah, . Sorgum, Ubi Kayu, Sagu, Talas* (Jakarta ;Direktoral Jendral. Tanaman Pangan dan Hortikultura, 2007).

pertumbuhan, jumlah senyawa fenolik kurang dari 1%, di mana kandungan lignin berkisar 9 sampai 22%. Tanaman sagu dapat tumbuh pada ketinggian 0 - 700 m di atas permukaan laut, tetapi dapat tumbuh secara optimal pada ketinggian 0 - 400 m di atas permukaan laut dengan suhu 24 - 30oC. Sagu tumbuh di daerah rawa yang berair tawar atau daerah yang bergambut dan di daerah sepanjang aliran sungai, sekitar sumber air atau di hutan-hutan rawa yang kadar garamnya (salinitas) tidak terlalu tinggi.³³

Pati sagu merupakan hasil proses ekstraksi empelur batang. Faktor genetik dan proses ekstraksi sangat mempengaruhi sifat dan kualitas pati, seperti penggunaan alat, cara penyimpanan potongan batang sagu, dan penyaringan. Langkah-langkah pokok dalam kegiatan pengolahan batang sagu sebagai berikut:³⁴

1. Proses penebangan dan pembuangan kulit batang sagu. Pohon sagu ditebang dan batang sagu dibersihkan dari bekas-bekas pelepah mulai dari pangkal tebangan sampai dengan 1 m dari daun terbawah, batang dibagi-bagi biasanya setiap 2-3 m dan dibelah menjadi dua bagian.
2. Proses penghancuran empelur batang sagu. Batang sagu yang telah dibersihkan dan dipotong kemudian diparut untuk mendapatkan remahan batang sagu.

³³ Baharuddin dan Taskirawati, *Hasil Hutan Bukan Kayu*. Buku ajar. Fakultas. Kehutanan. (Makassar : Universitas Hasanuddin, 2009)

³⁴ Louhenapessy, J.E. *Evaluasi dan Klasifikasi Keseuaian Lahan bagi Sagu (Metroxylon spp)*. (Yogyakarta : Universitas Gajah Mada, 1994).

3. Proses ekstraksi. Remahan batang sagu kemudian diberi air untuk mengeluarkan larutan pati sagu, kemudian disaring untuk membebaskan pati sagu dari ampas dan bahan-bahan lain selain pati.
4. Proses pengendapan. Hasil ekstraksi berupa larutan pati kemudian diendapkan dalam bak penampungan. Pada industri moderen, dilakukan proses pengendapan, larutan pati hasil ekstraksi akan melalui tahap sentrifugasi sehingga terjadi pemisahan antara padatan yang berupa pati dan air.
5. Proses pengeringan. Padatan hasil proses pengendapan kemudian dikeringkan menggunakan alat pengering ataupun sinar matahari. Kadar air pati kering dapat diperkirakan berkisar antara 13-14% .

Kegiatan produksi berlangsung selama bahan baku dan bahan pembantu tersedia. Jumlah produksi yang dihasilkan tergantung bahan yang tersedia, dan kemampuan peralatan untuk mendukung proses produksi relatif tetap. Peningkatan produksi merupakan tambahan hasil yang diperoleh produsen sagu. Produk yang dihasilkan mempunyai kualitas yang baik dan menarik bagi pihak konsumen maupun langganan (pedagang).

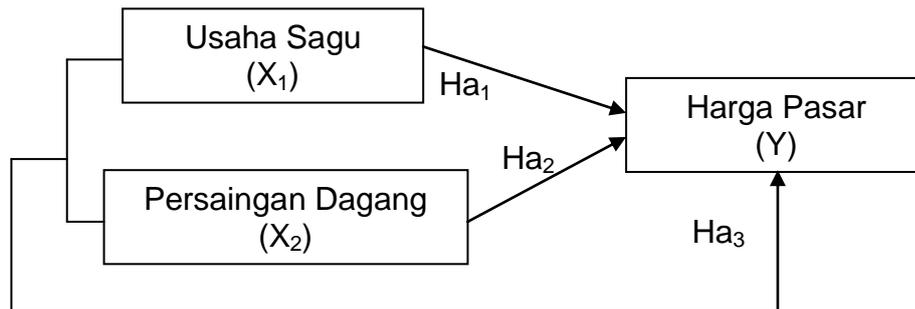
Peranan industri pengolahan sagu dalam diversifikasi pangan adalah untuk mengurangi ketergantungan akan tepung-tepungan atau mensubtitusi beras, tepung terigu dan tepung tapioka. Tepung sagu

dapat diolah menjadi berbagai macam produk sehingga memperkaya keanekaragaman makanan tradisional Indonesia.

Produk-produk sagu yang dihasilkan kemudian dijual. Produsen menjual produk-produk ini dengan harga yang ditentukan sendiri oleh produsen. Harga ini ditentukan berdasarkan perhitungan semua biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi. Diversifikasi produk sagu sangat membantu masyarakat pedesaan untuk meningkatkan pendapatan rumah tangga. Hal ini dapat dilihat bahwa produsen sagu dapat memproduksi berbagai jenis produk sagu yang kemudian dipasarkan ke beberapa tempat. Produk sagu dipasarkan dengan rantai pemasaran yang bervariasi dan tingkat harga rata-rata sama untuk semua produsen sagu. Jika terjadi kenaikan harga bahan baku dan bahan lainnya maka produsen akan secara otomatis menaikkan harga jual untuk menutupi biaya produksi yang dikeluarkan.

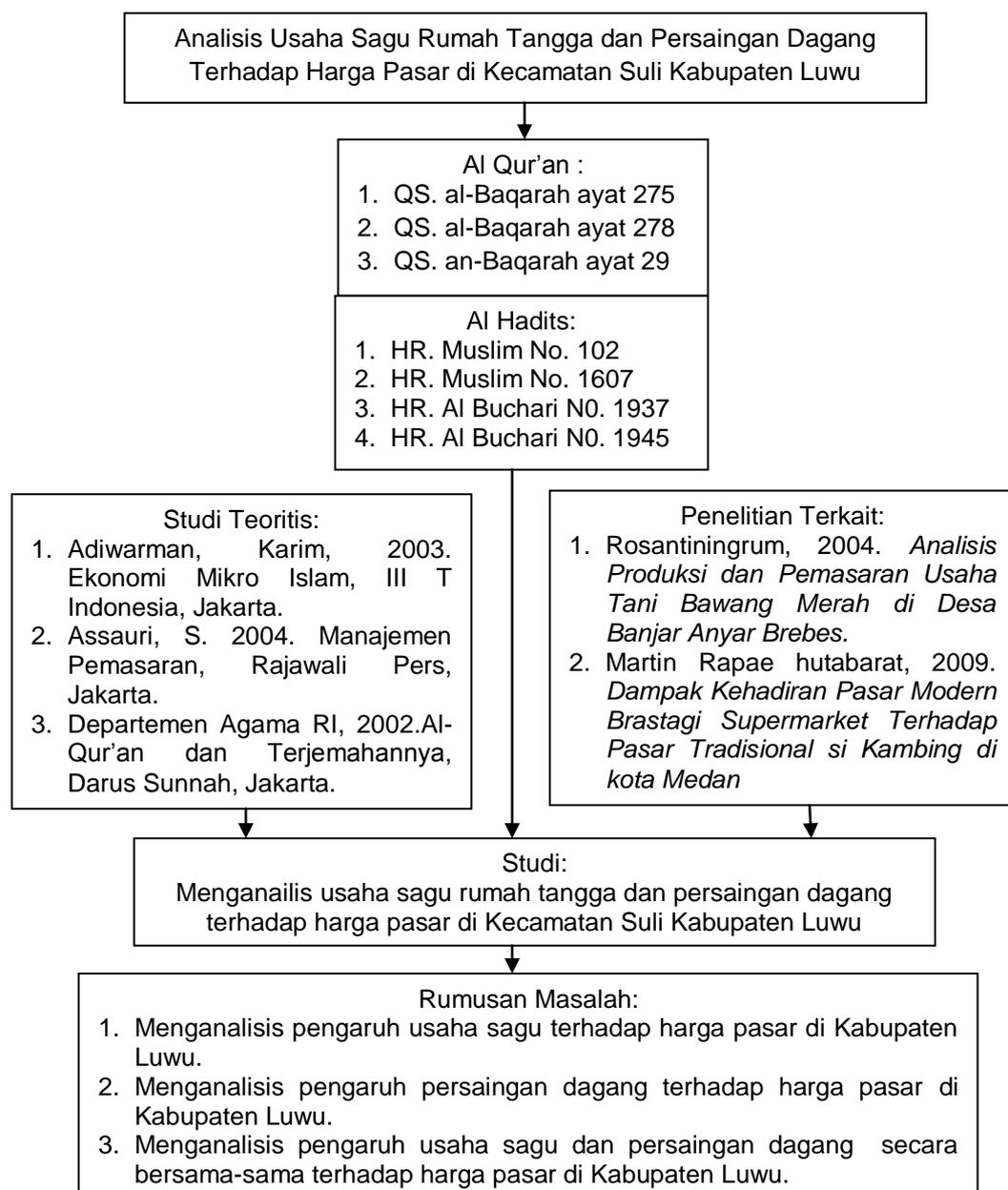
N. Kerangka Konseptual

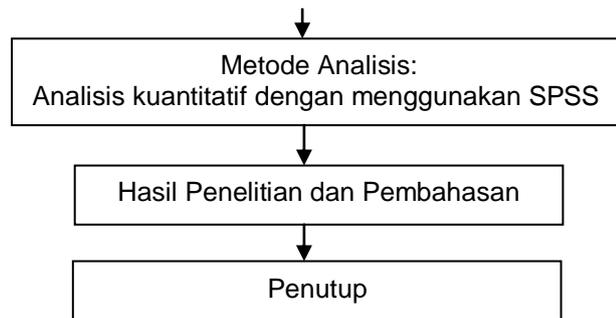
Kerangka konseptual adalah suatu hubungan antara konsep satu dengan yang lainnya dari suatu permasalahan yang akan diteliti. Berlandaskan landasan teori yang telah diuraikan dalam pembahasan yang terkait, maka pada bab ini, penelliti menentukan dua variabel, yakni variabel terikat dan variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel variabel bebasnya (X) adalah usaha sagu (X_1) dan persaingan dagang (X_2) sedangkan untuk variabel terikat (Y) adalah harga pasar. Untuk lebih jelasnya berikut kerangka konseptual penelitian ini:



Gambar 2.1. Kerangka Konseptual

O. Kerangka Pikir





Gambar 2.2. Kerangka Pikir

P. Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

- Ha₁ : Diduga ada pengaruh usaha sugu terhadap harga
- Ha₂ : Diduga ada pengaruh persaingan dagang terhadap harga
- Ha₃ : Diduga ada pengaruh usaha dan persaingan secara bersama-sama berpengaruh terhadap harga

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis dalam skripsi ini adalah penelitian yang sifatnya kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan yang bermula dari studi tentang ilmu-ilmu alam (*natural science*) berupa kajian *pseudokuantitatif* yang mengharuskan semua kajian penelitian diukur dengan angka-angka kuantitatif secara ontologis dan harus diletakkan pada tatanan *realisme* dan *native realisme*.³⁵

B. Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada industri sagu rumahan yang berada di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu, Provinsi Sulawesi Selatan.

C. Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Usaha sagu dalam hal ini dianggap sebagai variabel yang mempengaruhi (X_1) atau disebut juga variabel bebas.
2. Persaingan dagang dalam hal ini dianggap sebagai variabel yang mempengaruhi (X_2) atau disebut juga variabel bebas.

³⁵ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung : Alfabeta, 2015), h. 15.

3. Harga pasar dalam hal ini dianggap sebagai variabel yang dipengaruhi (Y) atau disebut juga variabel terikat.

D. Defenisi Operasional

Berdasarkan kerangka teori, maka berikut akan dijelaskan mengenai defenisi operasional penelitian ini:

1. Petani merupakan pelaku dalam pengelolaan usaha sagu yang ada di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu Sulawesi Selatan.
2. Sagu merupakan tanaman yang dibudidayakan oleh petani yang ada di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu Sulawesi Selatan.
3. Usaha sagu merupakan salah satu usaha yang dilakukan oleh petani yang ada di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu Sulawesi Selatan sebagai salah satu sumber pendapatan dan penghasilan.
4. Persaingan dagang merupakan cara-cara yang dilakukan oleh petani yang ada di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu Sulawesi Selatan dalam menjual produk mereka.
5. Harga pasar merupakan harga yang ditentukan oleh para petani yang ada di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu Sulawesi Selatan dalam menjual sagu mereka.

E. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 1000 orang petani sagu yang

tersebar di 10 Kecamatan di Kabupaten Luwu, dimana lahan pertanian terluas berada di Kecamatan Suli, yakni seluas 3000 Ha yang dikelola oleh 500 petani.

2. Sampel

Melihat banyak jumlah populasi yang ada, maka penentuan sampel yang akan dipergunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan tehnik pengambilan sampel rumus slovin, dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian (5% atau 0,05)

Dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian ini adalah :

$$\begin{aligned} n &= \frac{500}{1 + 500 (0,01)} \\ &= \frac{500}{1 + 5} \\ &= \frac{500}{6} \\ &= 84 \text{ responden} \end{aligned}$$

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini berupa angket atau kuisisioner yang dibuat sendiri oleh peneliti.

Instrumen penelitian adalah suatu alat pengumpul data yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.³⁶ Dengan demikian, penggunaan instrumen penelitian yaitu untuk mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah, fenomena alam maupun sosial dengan menggunakan skala *likert*.

G. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data primer, adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden yang erat kaitannya dengan masalah yang diteliti, sebagai sumber utama adalah pengusaha sagu rumahan.
2. Data sekunder, adalah sumber data yang tidak langsung dari informan atau data tambahan yang digunakan apabila diperlukan nantinya.

H. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penulisan skripsi ini, adalah:

1. Penelitian kepustakaan (*library research*), yakni mendapat data-data yang berhubungan langsung dengan penelitian dan dokumen lain yang diterbitkan perusahaan.

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung : Alfabeta, 2015), h. 134.

2. Penelitian lapangan (*field research*), yakni mendapat data-data yang berhubungan langsung dengan penelitian, yaitu dengan cara mengadakan kegiatan terhadap pengenalan obyek penelitian dengan menggunakan teknik berikut:

a. Observasi

Suatu teknik pengumpulan data, dimana penelitian dilakukan dengan mengamati langsung ataupun tidak langsung (tanpa alat) terhadap gejala obyek yang diselidiki.

b. Wawancara

Mengumpulkan informasi dengan mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan untuk dijawab secara lisan pula.

c. Dokumentasi

Dokumentasi, merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan dan gambar.

d. Kuisisioner

Merupakan selebaran pernyataan maupun pertanyaan yang diberikan kepada subjek dalam penelitian. Dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menghasilkan data yang akurat yaitu dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur suatu sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial. Peneliti menggunakan jenis instrumen angket atau kuisisioner dengan pemberian skor sebagai berikut:

Tabel 3.1. Skala *likert*

Pilihan Jawaban	Kode	Bobot/Nilai
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Ragu-Ragu	R	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

I. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang penulis gunakan dalam penulisan ini, adalah:

1. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas instrumen dilakukan untuk menunjukkan keabsahan dari instrumen yang akan dipakai pada penelitian. Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen.³⁷ Pengertian validitas tersebut menunjukkan ketepatan dan kesesuaian alat ukur yang digunakan untuk mengukur variabel. Alat ukur dapat dikatakan valid jika benar-benar sesuai dan menjawab secara cermat tentang variabel yang akan diukur. Validitas juga menunjukkan sejauh mana ketepatan pernyataan dengan apa yang dinyatakan sesuai dengan koefisien validitas.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui ketetapan suatu instrumen (alat ukur) didalam mengukur gejala yang sama

Arikunto. S, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Ed Revisi VI, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006), h. 168.

walaupun dalam waktu yang berbeda. Reliabilitas instrumen yaitu suatu instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, maka akan menghasilkan data yang sama. Hasil pengukuran yang memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi akan mampu memberikan hasil yang terpercaya. Tinggi rendahnya reliabilitas instrumen ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas. Jika suatu instrumen dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukurannya yang diperoleh konsisten, instrumen itu reliabel. Untuk mengujinya menggunakan koefisien reliabilitas *Alfa Cronbach*, yaitu:

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{V_t^2} \right]$$

Dimana:

r = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir/item

V_t^2 = Varian total

Hasil perhitungan r_{hitung} dibandingkan dengan r_{tabel} pada $\alpha = 5\%$ dengan kriteria kelayakan jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ berarti dinyatakan reliabel, dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dinyatakan tidak reliabel. Perhitungan dalam pengujian reliabilitas menggunakan bantuan SPSS 24.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk mengetahui apakah data yang dihasilkan berdistribusi normal atau tidak. Apabila data yang dihasilkan normal, maka menggunakan statistik parametrik, dan apabila tidak berdistribusi normal maka menggunakan data statistik nonparametrik.

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada *problem* autokorelasi.

c. Multikolinieritas

Tujuan digunakannya uji ini adalah untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terdapat atau terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat *problem* multikolinieritas (multiko). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.

d. Heteroskedastisitas

Menguji apakah dalam model regresi terjadi atau terdapat ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke

pengamatan yang lain. Jika varians dari nilai residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut dengan Homokedastisitas. Dan jika varians berbeda dari satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya, maka disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi Heteroskedastisitas, atau dengan kata lain model regresi yang baik adalah yang Homokedastisitas.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t

Bandingkan antara nilai t-tabel dan t-hitung

- 1) Jika nilai $t_{\text{hitung}} \leq$ nilai t_{tabel} , maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh secara parsial antara variabel X_1 , dan X_2 terhadap variabel Y.
- 2) Jika nilai $t_{\text{hitung}} >$ nilai t_{tabel} , maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh secara parsial antara variabel X_1 , dan X_2 terhadap variabel Y.

b. Uji F

- 1) Jika nilai $F_{\text{hitung}} >$ nilai F_{tabel} , maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh secara simultan antara variabel X_1 , dan X_2 terhadap variabel Y.
- 2) Jika nilai $F_{\text{hitung}} >$ nilai F_{tabel} , maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh secara simultan antara variabel X_1 , dan X_2 terhadap variabel Y.

c. Uji Determinan

Apabila koefisien korelasi menghasilkan korelasi yang signifikan, maka besarnya kontribusi antara variabel:

$$D = \sum r_{xy}^2 \times 100\%$$

Keterangan :

D : Koefisien determinasi

$\sum r_{xy}^2$: Kuadrat koefisien korelasi

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Singkat Objek Penelitian

Kabupaten Luwu adalah sebuah kabupaten di Sulawesi Selatan yang dalam kurun waktu tiga tahun dimekarkan menjadi tiga daerah strategis, yaitu Kabupaten Luwu, Kabupaten Luwu Utara yang kemudian dimekarkan lagi menjadi Kabupaten Luwu Timur dan Kota Palopo. Pemekaran ini turut menjadikan Kota Palopo selaku pemerintahan otonom kota Palopo. Luas wilayah Kabupaten Luwu 3.000,25 km², sebelum Kota Palopo menjadi kota otonom dengan jarak tempuh dari Kota Makassar lebih dari 367 km.

Pemekaran kabupaten Luwu yang kemudian melahirkan kabupaten Luwu Utara dan kota otonom Palopo di bawah kepemimpinan Bupati Luwu Dr. Kamrul Kasim yang menjabat Bupati Luwu dari tahun 1999 sampai tahun 2003.

Kabupaten Luwu memindahkan pusat pemerintahan dari kota Palopo ke kota Belopa, sejak tahun 2006, seiring ditetapkannya Belopa sebagai Ibukota Kabupaten Luwu berdasarkan Peraturan Pemerintah RI Nomor 80 Tahun 2005, dan diresmikan menjadi ibu kota sejak 13 Februari 2006. Periode 2004-2009 Luwu dipimpin oleh Bupati H.M. Basmin Mattayang kemudian dilakukan pemilihan Kepala Daerah langsung pertama di daerah itu dan memilih Ir. H. Andi Mudzakkar sebagai bupati terpilih periode 2009-2014.

Secara geografi Kabupaten Luwu terletak pada koordinat antara 2°3'45" sampai 3°37'30" LS dan 119°15" sampai 121°43'11" BB. Kabupaten Luwu memiliki wilayah geografis yang unik karena wilayahnya terbagi dua yang dipisahkan oleh sebuah daerah otonom yakni Kota Palopo, ada pun daerah yang terpisah tersebut adalah wilayah Walenrang dan Lamasi atau yang juga dikenal dengan sebutan WALMAS.³⁸

B. Visi dan Misi Objek Penelitian

1. Visi

Visi ini bermakna bahwa pada tahun 2021 Kabupaten Luwu merupakan daerah terkemuka dibanding Kabupaten/Kota lain di wilayah Provinsi Sulawesi Selatan. Aspek-aspek yang menjadi penanda dari Kabupaten Luwu yang terkemuka tersebut adalah Daerah dan Masyarakat Kabupaten Luwu yang Maju, Sejahtera dan Mandiri.

2. Misi

- a. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah dan kesejahteraan social masyarakat yang berbasis sumber daya dan didukung oleh stabilitas keamanan wilayah dan nilai nilai budaya.
- b. Mendorong peningkatan investasi daerah.

³⁸https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Luwu diakses pada tanggal 3 Juli 2018 pukul 12.30 WITA

- c. Meningkatkan kualitas layanan pendidikan dan kesehatan dalam mencapai kualitas manusia yang tinggi.
- d. Memanfaatkan ruang sesuai dengan tata ruang wilayah untuk menjamin kelestarian sumber daya alam dan lingkungan hidup.
- e. Meningkatkan kapasitas infrastruktur serta sarana dan prasarana wilayah untuk menunjang percepatan pembangunan daerah.
- f. Mendorong reformasi birokrasi untuk tata kelola pemerintahan yang baik.
- g. Mendorong berkembangnya masyarakat yang religius dan kerukunan intra dan antar umat beragama.
- h. Meningkatkan koordinasi dan kerja sama antar daerah.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Hasil Penelitian

a. Deskripsi Responden

Responden penelitian ini adalah Pedagang Sagu yang ada di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu, dimana karakteristik respondennya cukup beragam baik dari jenis kelamin, pendidikan dan usia. Untuk jelasnya dapat dilihat pada penjelasan tiap karakteristik responden melalui penjelasan di bawah ini :

1) Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun karakteristik responden menurut jenis kelamin Pedagang Sagu pada Kecamatan Suli Kabupaten Luwu dapat dijelaskan pada tabel di bawah ini :

Tabel 5.1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid L	29	34.5	34.5	34.5
P	55	65.5	65.5	100.0
Total	84	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut, maka diperoleh data dari 84 orang responden. bahwa jumlah responden berdasarkan jenis kelamin yang terbanyak adalah jenis kelamin perempuan sebanyak 55 orang responden atau sebesar 65,5%.

2) Berdasarkan Pendidikan

Tingkat pendidikan responden Pedagang Sagu pada Kecamatan Suli Kabupaten Luwu dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SD	29	34.5	34.5	34.5
SMA	14	16.7	16.7	51.2
SMP	41	48.8	48.8	100.0
Total	84	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah, 2018

Dari tabel di atas, maka dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan responden yang terbanyak adalah tingkat pendidikan SLTP yakni sebanyak 41 orang responden dengan persentase sebesar 48,8%.

3) Berdasarkan Usia

Tingkat usia responden dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		Frequency	Percent
Valid	21 – 30 Tahun	14	16.0
	31 – 40 Tahun	30	36
	41 – 50 Tahun	29	34.8
	51 – 60 Tahun	11	13.2
	Total	84	100.0

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut, maka dapat dilihat bahwa komposisi tingkat usia responden yang terbanyak adalah berada pada tingkat usia 31 – 40 tahun sebanyak 30 orang responden.

b. Uji Validitas dan Rehabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas instrumen dilakukan untuk menunjukkan keabsahan dari instrumen yang akan dipakai pada penelitian. Validitas adalah suatu ukuran yang

menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen.

Hasil uji validitas ditunjukkan pada tabel 5.4 dibawah ini :

Tabel 5.4. Uji Validitas Data

No	Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Q1	0,587	0,220	Valid
2	Q2	0,347	0,220	Valid
3	Q3	0,399	0,220	Valid
4	Q4	0,433	0,220	Valid
5	Q5	0,366	0,220	Valid
6	Q6	0,434	0,220	Valid
7	Q7	0,626	0,220	Valid
8	Q8	0,261	0,220	Valid
9	Q9	0,623	0,220	Valid
10	Q10	0,617	0,220	Valid
11	Q11	0,240	0,220	Valid
12	Q12	0,622	0,220	Valid
13	Q13	0,419	0,220	Valid
14	Q14	0,778	0,220	Valid
15	Q15	0,715	0,220	Valid
16	Q16	0,396	0,220	Valid
17	Q17	0,041	0,220	Tidak Valid
18	Q18	0,771	0,220	Valid

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel 5.4 di atas, menunjukkan bahwa semua butir pernyataan variabel usaha sagu (X_1) dan variabel persaingan dagang (X_2) dinyatakan valid, namun ada satu pernyataan pada variabel harga pasar (Y) yang tidak valid karena berada dibawah nilai r_{tabel} , dimana nilai r_{hitung} sebesar 0,041 sedangkan nilai r_{tabel} sebesar 0,220 yang diperoleh dari $N=82$.

2. Uji Reliabilitas

Hasil uji realibilitas ditunjukkan pada tabel 5.5 dibawah ini:

Tabel 5.5. Uji Realibilitas Data

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Usaha Sagu	0,697	Reliabel
2	Persaingan Dagang	0,758	Reliabel
3	Harga Pasar	0,760	Reliabel

Sumber : Data diolah, 2018

Untuk menilai apakah nilai-nilai di atas reliabel, bandingkan dengan nilai probabilitas 0,05 dan nilai r_{tabel} sebesar 0,220.

- a) Pada variabel pertama, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0,697 > 0,220$, dan lebih besar dari 0,05, maka soal nomor 1 dikatakan reliabilitas.
- b) Pada variabel kedua, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0,758 > 0,220$, dan lebih besar dari 0,05, maka soal nomor 2 dikatakan reliabilitas.
- c) Pada variabel ketiga, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0,760 > 0,220$, dan lebih besar dari 0,05, maka soal nomor 3 dikatakan reliabilitas.

c. Uji Asumsi Klasik

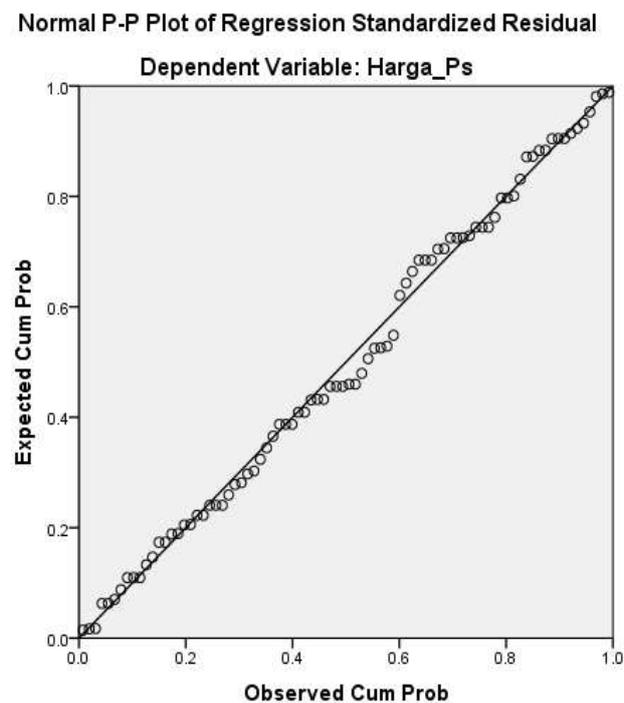
1. Normalitas

Untuk mendeteksi normalitas adalah dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal pada grafik.

Dasar pengambilan keputusannya adalah :

- a) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah pada diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Berikut ini adalah grafik untuk mendeteksi normalitas:



Sumber : Data diolah, 2018

Gambar 5.1. Uji Normalitas Data

Pada gambar 5.1 dijelaskan bahwa penyebaran sebagian besar titik-titik berada disekitar garis diagonal dan searah dengan garis diagonal, hal ini menunjukkan bahwa data normal.

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan dengan menggunakan uji *Durbin-Watson* (DW test). Pengambilan keputusan untuk menentukan apakah terjadi autokorelasi atau tidak, dapat dilihat dari nilai DW dan dibandingkan dengan nilai tabel dengan menggunakan nilai signifikansi sebesar 0,05 jumlah sampel 84 dan jumlah variabel *independen* ($k=2$).

Tabel 5.6. Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.805 ^a	0.648	0.639	1.408	1.791

a. Predictors: (Constant), Pers_Da, Usaha_SG

b. Dependent Variable: Harga_Ps

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel di atas, hasil perhitungan *Durbin-Watson* (DW) menunjukkan angka sebesar 1,791. Berdasarkan tabel DW yang menggunakan derajat kepercayaan 5% jumlah sampel 84 dan jumlah variabel *independen* ada 2, maka akan didapatkan nilai batas bawah (dL) 1,6143 dan batas atas (dU) 1,791. Model regresi tidak memiliki persoalan autokorelasi jika memenuhi kriteria $du \leq dw \leq (4-du)$, dengan demikian hasil perhitungan DW sebesar $1,791 > 1,6143$ maka dapat disimpulkan masuk dalam *grey area*, artinya data dari penelitian ini masih bisa diolah.

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diuji dengan melihat nilai *tolerance* serta nilai *variance inflation factor* (VIF). Dikatakan tidak terdapat multikolinearitas dalam model regresi jika $tolerance > 0,1$ atau $VIF < 10$.

Tabel 5.7. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Usaha_SG	0.345	2.899
Pers_Da	0.345	2.899

a. Dependent Variable: Harga_Ps

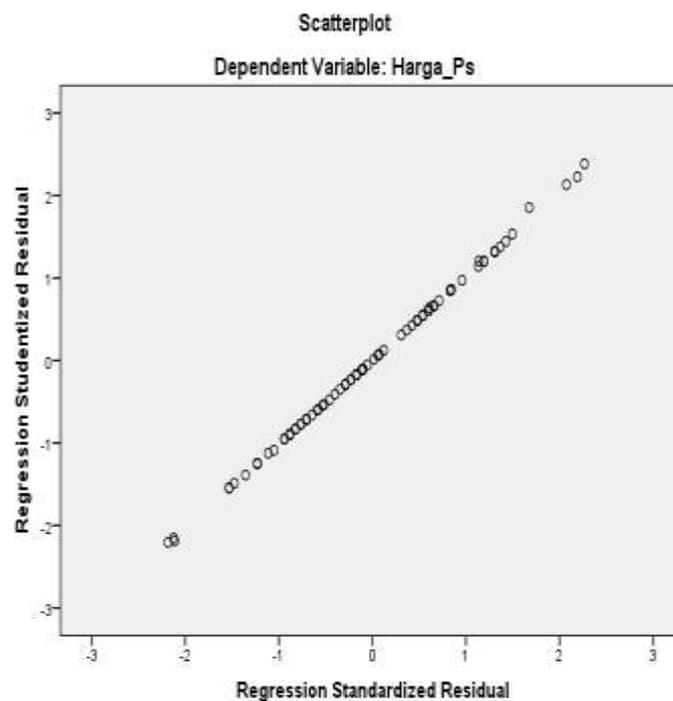
Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel 5.7 di atas, hasil perhitungan nilai *tolerance* tidak menunjukkan bahwa ada variabel independen yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,1 dan tidak ada satupun variabel *independen* yang memiliki $VIF > 10$. Jadi, dapat disimpulkan tidak ada korelasi antar variabel *independen* (bebas) atau tidak terjadi multikolinearitas.

4. Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah yang heteroskedastisitas, ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan melihat grafik plot antara ada tidaknya gejala heteroskedastisitas. Adapun dasar atau kriteria pengambilan keputusan tersebut adalah :

- a) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 5.2.Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan gambar 5.2 di atas, terlihat titik-titik yang tersebar secara lurus ke atas, dan membentuk suatu pola tertentu yang jelas, serta tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Regresi

Regresi adalah metode statistika yang digunakan untuk membentuk hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas. Persamaan regresi adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Berdasarkan analisis data yang menggunakan perhitungan regresi linear berganda dengan program *Statistical for product and servise solution* (SPSS) versi 24, maka didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel.5.8. Hasil Estimasi Regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Toleranc e	VIF
(Constant)	4.333	1.868		2.320	0.023		
1 Usaha_SG	-0.080	0.126	-0.072	-0.637	0.526	0.345	2.899
Pers_Da	0.916	0.119	0.862	7.673	0.000	0.345	2.899

a. Dependent Variable: Harga_Ps

Sumber : Hasil olah data SPSS 24, 2018

Maka diperoleh :

$$Y = 4.333 - 0,080X_1 + 0,916X_2$$

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dijabarkan bahwa untuk mendapatkan nilai usaha sagu (X_1) dan persaingan dagang(X_2) dan nilai harga pasar (Y) dimasukkan dalam tabel olah data SPSS 24, kemudian diperoleh hasil:

- 1) Nilai konstanta sebesar 4,333 menunjukkan pengaruh positif variabel independen (usaha sagu (X_1) dan persaingan dagang(X_2)). Bila variabel independen naik atau berpengaruh dalam satu satuan, maka variabel harga pasar (Y) akan naik atau terpenuhi sebesar 4,333.
- 2) Nilai -0,080, merupakan nilai koefisien regresi variabel usaha sagu (X_1) terhadap variabel harga pasar (Y), yang berarti jika usaha sagu (X_1) mengalami penurunan sebesar satu satuan, maka harga pasar (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,080, koefisien regresi bernilai negative artinya variabel usaha sagu (X_1) dan harga pasar (Y) tidak memiliki hubungan yang berarti.
- 3) Nilai 0,916, merupakan nilai koefisien regresi variabel persaingan dagang (X_2) terhadap variabel harga pasar (Y), yang berarti jika persaingan dagang (X_2) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka harga pasar (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,916, koefisien regresi bernilai positif artinya variabel persaingan dagang (X_2) dan harga pasar (Y) memiliki hubungan positif.
- 4) Pada nilai signifikansi, didapatkan nilai sig. yang paling berpengaruh adalah persaingan dagang (X_2), sebesar 0,000, dimana nilai ini lebih kecil dari standar signifikansi sebesar 0,05. Jadi dapat dikatakan bahwa variabel

persaingan dagang (X_2) berpengaruh signifikan terhadap harga pasar (Y).

e. Uji Hipotesis

1. Uji t_{hitung} (Parsial)

Melalui uji t dapat diketahui mengenai informasi tentang seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Syarat diterimanya hipotesis :

- a) Membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} . Apabila $t_{hitung} >$ dari nilai t_{tabel} maka hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima, sebaliknya $t_{hitung} <$ dari t_{tabel} maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- b) Dengan menggunakan sampel 84 dengan $df = n - k$ atau $df = 84 - 2 = 82$ dengan tingkat signifikansinya (α) = 0,05 maka, diperoleh t -tabel sebesar 1,66365.

Tabel 5.9. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.333	1.868		2.320	0.023
1 Usaha Sagu	-0.080	0.126	-0.072	-0.637	0.526
Persaingan	0.916	0.119	0.862	7.673	0.000

a. Dependent Variabel: Harga Pasar

Sumber : Data diolah, 2018

Pengujian statistik uji t pada tabel di atas, pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel

independen secara parsial dalam menerangkan variasi variabel dependen.

- a) Hasil pengujian dari uji_t pada usaha sagu (X1) diperoleh $t_{hitung} = 0,637$ yang berarti $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $0,637 < 1,66365$, yang berarti H_0 diterima atau tidak ada pengaruh usaha sagu terhadap harga pasar.
- b) Hasil pengujian dari uji_t pada persaingan dagang (X2) diperoleh $t_{hitung} = 7,673$ yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $7,673 > 1,66365$, yang berarti H_a diterima atau ada pengaruh persaingan dagang terhadap harga pasar.

2. Uji F_{hitung} (Simultan)

Untuk menguji apakah kedua variabel bebas bersama-sama mempengaruhi variabel terikat, maka berikut akan dijelaskan berdasarkan hasil perhitungan:

Tabel. 5.10. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	295.315	2	147.657	74.455	.000 ^b
	Residual	160.638	81	1.983		
	Total	455.952	83			

a. Dependent Variable: Harga_Ps

b. Predictors: (Constant), Pers_Da, Usaha_SG

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan hasil perhitungan, maka dapat dilihat bahwa secara bersama-sama, antara variabel independen, yakni variabel usaha sugu (X_1) dan variabel persaingan pasar (X_2) berpengaruh terhadap harga pasar (Y) di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu. Dimana dapat dilihat dari nilai sig. sebesar 0,000 yang berada dibawah nilai standar sebesar 0,05 dan nilai F_{hitung} sebesar 74.455 lebih besar dari nilai F_{tabel} yakni 3,11, atau $74,455 > 3,11$ yang berarti X_1 dan X_2 secara bersama-sama berpengaruh terhadap harga pasar.

3. Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan analisis data yang menggunakan perhitungan korelasi sederhana dengan program *Statistical for product and servise solution* (SPSS) versi 24, maka didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel. 5.11. Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.805 ^a	0.648	0.639	1.408	1.791

a. Predictors: (Constant), Pers_Da, Usaha_SG

b. Dependent Variable: Harga_Ps

Sumber : Data diolah, 2018

Pada tabel koefisien determinasi sebesar 0,648 artinya 64,80%. variabel harga pasar (Y) dapat dijelaskan oleh

variabel bebas yang terdiri dari variabel usaha sagu (X_1) dan persaingan dagang (X_2) dan sisanya sebesar 35,20% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

2. Pembahasan

a. Pengaruh Usaha Sagu (X_1) Terhadap Harga Pasar

Nilai -0,080, merupakan nilai koefisien regresi variabel usaha sagu (X_1) terhadap variabel harga pasar (Y), yang berarti jika usaha sagu (X_1) mengalami penurunan sebesar satu satuan, maka harga pasar (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,080%, koefisien regresi bernilai negative artinya variabel usaha sagu (X_1) dan harga pasar (Y) tidak memiliki hubungan yang berarti.

Hasil uji t_{hitung} pada variabel harga sagu sebesar -0,637 lebih kecil dari nilai t_{tabel} sebesar 1,66365, nilai signifikansi sebesar 0,526% yang berada di atas 0,05% dan koefisien harga sagu bertanda negatif sebesar -0.072. Dengan demikian H_{a1} ditolak. Jadi bisa, apabila variabel harga sagu mengalami penurunan maka harga pasar juga akan mengalami penurunan.

b. Pengaruh Persaingan Dagang Terhadap Harga Pasar

Nilai 0,916, merupakan nilai koefisien regresi variabel persaingan dagang (X_2) terhadap variabel harga pasar (Y), yang berarti jika persaingan dagang (X_2) mengalami kenaikan

sebesar satu satuan, maka harga pasar (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,916%, koefisien regresi bernilai positif artinya variabel persaingan dagang (X_2) dan harga pasar (Y) memiliki hubungan positif.

Hasil uji t_{hitung} pada variabel persaingan dagang sebesar 7,673 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,66365 atau $76,73 > 1,66365$, nilai signifikansi sebesar 0,000% yang berada dibawah 0,05% dan koefisien kepuasan pelanggan bertanda positif sebesar 0.862. Dengan demikian H_{a2} diterima. Jadi bisa dikatakan bahwa apabila variabel persaingan dagang mengalami peningkatan maka harga pasar juga akan meningkat.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Nilai -0,080, merupakan nilai koefisien regresi variabel usaha sugu (X_1) terhadap variabel harga pasar (Y), yang berarti jika usaha sugu (X_1) mengalami penurunan sebesar satu satuan, maka harga pasar (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,080%, koefisien regresi bernilai negative artinya variabel usaha sugu (X_1) dan harga pasar (Y) tidak memiliki hubungan yang berarti. Hasil uji t_{hitung} pada variabel harga sugu sebesar -0,637 lebih kecil dari nilai t_{tabel} sebesar 1,66365, nilai signifikansi sebesar 0,526% yang berada di atas 0,05% dan koefisien harga sugu bertanda negatif sebesar -0.072. Dengan demikian H_{a1} ditolak. Jadi bisa, apabila variabel harga sugu mengalami penurunan maka harga pasar juga akan mengalami penurunan.
2. Nilai 0,916, merupakan nilai koefisien regresi variabel persaingan dagang (X_2) terhadap variabel harga pasar (Y), yang berarti jika persaingan dagang (X_2) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka harga pasar (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,916%, koefisien regresi bernilai positif artinya variabel persaingan dagang (X_2) dan harga pasar (Y) memiliki hubungan positif. Hasil uji t_{hitung} pada variabel persaingan dagang sebesar

7,673 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,66365 atau $76,73 > 1,66365$, nilai signifikansi sebesar 0,000% yang berada dibawah 0,05% dan koefisien kepuasan pelanggan bertanda positif sebesar 0.862. Dengan demikian H_{a2} diterima. Jadi bisa dikatakan bahwa apabila variabel persaingan dagang mengalami peningkatan maka harga pasar juga akan meningkat.

3. Berdasarkan hasil perhitungan, maka dapat dilihat bahwa secara bersama-sama, antara variabel independen, yakni variabel usaha sagu (X_1) dan variabel persaingan pasar (X_2) berpengaruh terhadap harga pasar (Y) di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu. Dimana dapat dilihat dari nilai sig. sebesar 0,000 yang berada dibawah nilai standar sebesar 0,05 dan nilai F_{hitung} sebesar 74.455 lebih besar dari nilai F_{tabel} yakni 3,11, atau $74,455 > 3,11$ yang berarti X_1 dan X_2 secara bersama-sama berpengaruh terhadap harga pasar.
4. Pada hasil perhitungan koefisien determinasi, diperoleh hasil sebesar 0,648 atau 64,80% artinya variabel harga pasar (Y) dapat dijelaskan oleh variabel bebas yang terdiri dari variabel usaha sagu (X_1) dan persaingan dagang (X_2) dan sisanya sebesar 35,20% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

B. Saran

1. Penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan strategi yang akan diambil oleh pemerintah

setempat, yakni pihak Kecamatan Suli di waktu yang akan datang, khususnya dalam hal penentuan harga pasar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pedagang merasa nyaman dengan harga yang telah ditentukan oleh pihak pemerintah bukan dari pihak tengkulak atau pengumpul, karena adanya penentuan secara adil yang dilakukan oleh pihak Kecamatan Suli, maka persaingan dagang antara pedagang dapat terjaga dengan baik.

2. Oleh karena penelitian ini dilakukan di Kecamatan Suli, maka untuk peneliti selanjutnya diharapkan melakukan penelitian yang sama pada objek yang berbeda agar nantinya dapat memberikan kesimpulan yang berbeda dan menjadi pembandingan dengan penelitian penulis.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman, Karim, 2003. *Ekonomi Mikro Islam*, III T Indonesia, Jakarta.
- Assauri, S. 2004. *Manajemen Pemasaran*, Rajawali Pers, Jakarta.
- . 2008. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Lembaga Penerbit. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Baharuddin dan Taskirawati, 2009. *Hasil Hutan Bukan Kayu*. Buku ajar. Fakultas Kehutanan. Universitas Hasanuddin, Makassar.
- Barry, Berman, and Joel R. Evans, 2001. *Retail Management. A Strategic Approach*. Prentice Hall, New Jersey.
- Burhan, Bungin, 2009. *Analisis Data Kualitatif : Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*, Cet. III. Jakarta : Rajawali Press.
- Departemen Pertanian, 2007. *Budi Daya Tanaman Palawija Pendukung Program Makanan Tambahan Anak Sekolah (PMT-AS) Jagung, Kedelai, Kacang Tanah, Sorgum, Ubi Kayu, Sagu, Talas* Direktorat Jenderal Tanaman Pangan dan Hortikultura, Jakarta.
- Departemen Agama RI, 2002. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Darus Sunnah, Jakarta.
- Harsanto, P.B. 1986. *Budidaya dan Pengolahan Sagu*, Kanisius, Yogyakarta.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2008. Balai Pustaka, Jakarta.
- Kotler dan Armstrong, 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Kusnadi. 2000. *Akuntansi Keuangan Menengah (Intermediate) (Prinsip, Prosedur, dan Metode)*. Universitas Brawijaya, Malang.
- Louhenapessy, J.E. 1994. *Evaluasi dan Klasifikasi Keseuaian Lahan bagi Sagu (Metroxylon spp)*. Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Manahan, P. Tampubolon, 2004. *Manajemen Keuangan*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Marius P. Angipora, 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*, Cetakan ke 2, Raja Grafindo Persada, Jakarta.

- Mas'ud, Machfoedz, 2001. *Akuntansi Manajemen 2*, Edisi 3, BPFE, Yogyakarta.
- Moekijat, 2000. *Kamus Manajemen*, CV. Mandar Maju, Bandung.
- Muhammad Ali, 2010. *Penelitian Kependidikan Prosedur dan Strategi*, Bandung : Angkasa.
- Nafarin, M, 2009. *Penganggaran Perusahaan*, Salemba Empat, Jakarta.
- Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007, *Tentang : Pasar*.
- Riyanto, Bambang, 2001. *Dasar-Dasar Pembelian Perusahaan*, Edisi Keempat, Cetakan Ketujuh, BPFE, Yogyakarta.
- Siswanto, Arie, 2002, *Hukum Persaingan Usaha*, Ghalia Indonesia, Bogor.
- Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Bandung : Alfabeta.
- Supriyono, 2001. *Akuntansi Manajemen*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama. BPFE, Yogyakarta.
- Suyadi, Prawirosentono, 2001. *Manajemen Operasi : Analisis dan Studi Kasus*, edisi ke 3 cetakan ke1, PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Swastha, Basu dan Ibnu sukojwo, 2007. *Pengantar Bisnis Modern*, Liberti, Yogyakarta.
- Swastha, Basu dan Irawan, 2005, *Asas-asas Marketing*, Liberti, Yogyakarta.
- Tjiptono, Frandi dkk, 2008. *Pemasaran Strategi*, Andi, Yogyakarta.

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

ANALISIS USAHA SAGU RUMAH TANGGA DAN PERSAINGAN DAGANG TERHADAP HARGA PASAR DI KECAMATAN SULI KABUPATEN LUWU

Nama : Hasniar
NIM : 10525 0213 14
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah
Universitas : Universitas Muhammadiyah Makassar

Kepada Yth,
Bapak/Ibu

Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya adalah Hasniar, Mahasiswi tingkat akhir prodi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar, akan melakukan penelitian ditempat Bapak/Ibu, dengan judul penelitian: "*Analisis Usaha Sagu Rumah Tangga dan Persaingan Dagang Terhadap Harga Pasar di Kecamatan Suli Kabupaten Luwu*".

Demi tercapainya tujuan penelitian ini, maka penyusun memohon kesediaan dan kesadaran Bapak/Ibu untuk mengisi angket atau daftar pernyataan yang telah disediakan berikut sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, karena dalam hal ini jawaban Anda:

- ❖ Dijamin kerahasiaannya
- ❖ Tidak ada kaitannya dengan pekerjaan Bapak/ibu
- ❖ Tidak ada kaitannya dengan Parpol manapun
- ❖ Semata-mata hanya untuk kepentingan ilmu pengetahuan

Dengan ini, saya memohon kesediaan dari Bapak/Ibu untuk melaksanakan penelitian di tempat Bapak/Ibu, berhubung penelitian ini adalah pengisian angket kuesioner. Atas kesediaan dan bantuan dari Bapak/Ibu, kami haturkan banyak terimakasih.

*Billahi fiisabililhaq.Fastabiqul khaerat.
Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

➤ **Petunjuk Pengisian**

1. Bacalah dengan teliti setiap pertanyaan dalam menjawab
2. Berilah tanda silang (X) pada alternative jawaban yang dianggap sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya
3. Apabila anda ingin mengganti jawaban yang sudah di silang, maka anda melingkari jawaban yang dianggap tidak sesuai kemudian menggantinya dengan jawaban yang sesuai

Mohon bapak/ibu/sdr member tanda (X) pada jawaban berikut:

1. Usia :
2. Pendidikan :
3. Jeniskelamin :

A. Variabel Usaha Sagu

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Hargasagudipasaranditentukanoleh pedagang sagu di pasar					
2	Hargasaguditentukanolehtingkat kualitas darisagu yang akandijual					
3	Sagu yang dijual sudah melewati proses pemeriksaan oleh Dinas Tanaman Pangan Pemerintah Kabupaten Luwu.					
4	Anda mengambil sagu untuk dijual hanya dari petani tertentu saja					
5	Untuk mendapatkan sagu yang akandijual, Anda hanya membeli sagu yang berkualitas					
6	Bahan mentah sagu diperoleh dari kebun sendiri					

B. Variabel Persaingan Dagang

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Anda membuat kemasan khusus untuk sagu yang Anda jual					
2	Anda selalu menarik perhatian perhatian pembeli dengan memanggil pengunjung pasar agar mau membeli sagu ditempat Anda					

3	Andamenggunakanstrategihargamurah untukmenarikataumemikatpembeli					
4	Andamenawarkankualitassagu yang lebih baguskepadapelanggan					
5	Andabersaingsecarasehatmendapatkan pembelidenganpedagangsagu lain					
6	Harga yang ditawarkankepembelitidak bervariatif					

C. VariabelHargaPasar

No	Pernyataan	PilihanJawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Dalammenentukanharga, Andasudah mengikutiharga yang ditetapkanoleh pedagang lain					
2	Andabisamenetapkanhargasesukahati					
3	Andasudahbekerjasamadenganpenjual lain dalammenentukanhargasagu yang akandijual					
4	Pemerintahikutcampurdalammenetapkan hargasagu di pasaran					
5	Hargasagu yang ditawarkanterjangkau olehpembeli					
6	Hargasagu yang ditawarkankepembeli mengikutihargapasar lain					

Lampiran 2. Tabulasi Variabel Usaha Sagu

Resp.	Pertanyaan						Σ
	1	2	3	4	5	6	
1	4	4	4	4	4	4	24
2	4	4	4	4	3	4	23
3	4	4	5	4	4	4	25
4	3	3	4	3	4	4	21
5	4	4	4	4	4	5	25
6	3	4	4	3	4	4	22
7	4	4	5	4	4	5	26
8	3	4	3	4	4	4	22
9	4	4	4	3	4	4	23
10	4	4	5	4	5	4	26
11	5	4	4	4	4	4	25
12	5	4	5	4	4	4	26
13	4	3	3	4	3	4	21
14	5	4	4	4	4	4	25
15	3	4	3	4	4	4	22
16	4	3	4	4	4	4	23
17	4	4	3	3	4	3	21
18	4	4	4	4	4	4	24
19	4	4	4	4	4	5	25
20	5	4	4	5	4	4	26
21	3	3	4	3	4	3	20
22	4	4	4	4	4	4	24
23	4	5	4	4	4	5	26
24	3	4	3	4	4	3	21
25	4	4	4	5	5	4	26
26	4	4	5	4	4	5	26
27	5	5	4	4	5	4	27
28	4	4	5	4	4	4	25
29	4	5	4	4	5	4	26
30	4	3	4	4	4	4	23
31	5	4	5	4	4	4	26
32	4	5	4	4	5	4	26
33	3	4	4	3	4	3	21
34	4	4	4	5	4	4	25
35	4	5	4	4	4	5	26
36	5	4	4	5	4	4	26

37	4	5	4	4	5	5	27
38	5	4	4	4	4	4	25
39	3	3	3	3	4	4	20
40	3	4	3	3	3	4	20
41	5	4	4	5	4	4	26
42	5	4	4	4	5	5	27
43	5	4	5	5	4	4	27
44	5	4	4	4	4	4	25
45	4	4	5	4	4	4	25
46	5	4	4	4	4	4	25
47	4	4	4	5	5	4	26
48	4	4	4	4	4	4	24
49	5	5	4	4	4	4	26
50	3	4	4	3	4	4	22
51	4	5	4	4	4	4	25
52	4	4	5	4	5	4	26
53	4	5	4	4	4	4	25
54	5	4	5	5	4	5	28
55	4	5	4	4	4	4	25
56	3	3	3	4	4	3	20
57	4	4	4	4	3	4	23
58	4	4	5	4	4	5	26
59	4	5	4	5	4	4	26
60	3	4	3	4	4	4	22
61	4	4	4	5	4	5	26
62	3	4	3	4	3	3	20
63	4	4	4	5	4	4	25
64	5	5	4	4	5	4	27
65	4	4	4	4	4	4	24
66	4	4	4	5	4	4	25
67	5	4	4	4	5	4	26
68	4	4	5	4	4	4	25
69	5	4	4	4	4	4	25
70	3	4	4	3	3	3	20
71	5	5	4	5	4	4	27
72	4	4	4	5	4	5	26
73	4	4	4	4	5	4	25
74	4	4	4	4	4	5	25
75	4	4	4	5	4	5	26

76	3	4	4	3	4	4	22
77	4	4	4	5	4	4	25
78	3	3	4	4	4	4	22
79	5	4	4	4	5	5	27
80	4	4	4	4	4	4	24
81	4	4	4	4	4	5	25
82	3	3	4	4	4	4	22
83	4	4	4	5	5	5	27
84	5	4	4	4	4	5	26
Σ	340	340	339	342	344	347	2052

Lampiran 3. Tabulasi Variabel Persaingan Dagang

Resp.	Pertanyaan						Σ
	1	2	3	4	5	6	
1	4	4	4	4	4	4	24
2	4	4	4	4	3	4	23
3	4	4	4	4	4	4	24
4	3	3	4	3	4	4	21
5	4	4	4	4	4	4	24
6	3	4	3	3	4	3	20
7	4	4	4	4	4	4	24
8	4	4	3	4	4	3	22
9	3	4	4	3	4	4	22
10	4	4	4	4	5	4	25
11	4	4	5	4	4	5	26
12	4	4	5	4	4	5	26
13	4	4	4	4	3	4	23
14	4	4	5	4	4	5	26
15	4	4	3	4	4	3	22
16	4	3	4	4	4	4	23
17	3	4	4	3	4	4	22
18	4	4	4	4	4	4	24
19	4	4	4	4	4	4	24
20	5	4	5	5	4	5	28
21	3	3	3	3	4	3	19
22	4	4	4	4	4	4	24
23	4	5	4	4	4	4	25
24	4	4	4	4	4	4	24
25	5	4	4	5	5	4	27
26	4	4	4	4	4	4	24
27	4	5	5	4	5	5	28
28	4	4	4	4	4	4	24
29	4	5	4	4	5	4	26
30	4	4	4	4	4	4	24
31	4	4	5	4	4	5	26
32	4	5	4	4	5	4	26
33	3	4	3	3	4	3	20
34	5	4	4	5	4	4	26
35	4	5	4	4	4	4	25
36	5	4	5	5	4	5	28

37	4	5	4	4	5	4	26
38	4	4	5	4	4	5	26
39	3	3	3	3	4	3	19
40	3	4	3	3	3	3	19
41	5	4	5	5	4	5	28
42	4	4	5	4	5	5	27
43	5	4	5	5	4	5	28
44	4	4	5	4	4	5	26
45	4	4	4	4	4	4	24
46	4	4	5	5	4	5	27
47	5	4	4	5	5	4	27
48	4	4	4	4	5	4	25
49	4	5	5	4	4	5	27
50	3	4	3	4	4	3	21
51	4	5	4	4	4	4	25
52	4	4	4	4	5	4	25
53	4	5	4	4	4	4	25
54	5	4	5	5	4	5	28
55	4	5	4	4	4	4	25
56	4	3	3	4	4	5	23
57	4	4	4	4	4	4	24
58	4	4	4	4	4	4	24
59	5	5	4	5	4	4	27
60	4	4	4	4	4	4	24
61	5	4	4	5	4	4	26
62	4	4	3	4	3	3	21
63	5	4	4	5	4	4	26
64	4	5	5	4	5	5	28
65	4	4	4	4	4	4	24
66	5	4	4	5	4	4	26
67	4	4	5	4	5	5	27
68	4	4	4	4	4	4	24
69	4	4	5	4	4	5	26
70	4	4	4	4	4	5	25
71	5	5	4	5	4	5	28
72	5	4	4	5	4	4	26
73	4	4	4	4	5	4	25
74	4	4	4	4	4	4	24
75	5	4	4	5	4	4	26

76	4	4	4	4	5	5	26
77	5	4	4	5	4	4	26
78	4	5	4	4	4	4	25
79	4	4	3	4	5	5	25
80	4	4	4	4	4	4	24
81	4	4	4	4	4	4	24
82	4	4	3	4	4	3	22
83	5	4	4	5	5	4	27
84	4	4	5	4	4	5	26
Σ	344	345	343	346	348	350	2076

Lampiran 4. Tabulasi Variabel Harga Pasar

No	Pertanyaan						Σ
	1	2	3	4	5	6	
1	4	4	5	4	4	4	25
2	3	4	4	3	4	4	22
3	4	4	4	4	4	5	25
4	4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	4	3	4	23
6	4	3	3	4	4	3	21
7	4	4	4	4	3	4	23
8	4	3	3	4	4	3	21
9	4	4	4	4	4	4	24
10	5	4	4	5	5	4	27
11	4	5	5	4	5	5	28
12	4	5	5	4	4	5	27
13	3	4	4	3	5	4	23
14	4	5	5	4	3	5	26
15	4	3	3	4	4	3	21
16	4	4	4	4	4	4	24
17	4	4	4	4	4	4	24
18	4	4	4	4	4	4	24
19	4	4	4	4	5	4	25
20	4	5	5	4	3	5	26
21	4	3	3	4	4	3	21
22	4	4	4	4	4	4	24
23	4	4	4	4	4	4	24
24	4	4	4	4	4	4	24
25	5	4	4	5	4	4	26
26	4	4	4	4	5	4	25
27	5	5	5	5	4	5	29
28	4	4	4	4	4	4	24
29	5	4	4	5	4	5	27
30	4	4	4	4	5	4	25
31	4	5	5	4	4	5	27
32	5	4	4	5	3	4	25
33	4	3	3	4	4	3	21
34	4	4	4	4	4	4	24
35	4	4	4	5	5	4	26
36	4	5	5	4	4	5	27

37	5	4	4	5	5	4	27
38	4	5	5	4	3	5	26
39	4	3	3	4	3	3	20
40	3	3	3	3	5	3	20
41	4	5	5	4	5	5	28
42	5	5	5	5	5	5	30
43	4	5	5	4	5	5	28
44	4	5	5	4	4	5	27
45	4	4	4	4	5	4	25
46	4	5	5	4	4	5	27
47	5	4	4	5	4	4	26
48	5	4	4	5	5	4	27
49	4	5	5	4	3	5	26
50	4	3	3	4	4	3	21
51	4	4	4	4	4	4	24
52	5	4	4	5	4	4	26
53	4	4	4	4	5	4	25
54	4	5	5	4	4	5	27
55	4	4	4	4	5	4	25
56	4	5	5	4	4	5	27
57	4	4	4	4	4	4	24
58	4	4	4	4	4	4	24
59	4	4	4	4	4	4	24
60	4	4	4	4	4	4	24
61	4	4	4	4	3	4	23
62	3	3	3	3	4	3	19
63	4	4	4	4	5	4	25
64	5	5	5	5	4	5	29
65	4	4	4	4	4	4	24
66	4	4	4	5	5	4	26
67	5	5	5	5	4	5	29
68	4	4	4	4	5	5	26
69	4	5	5	4	5	5	28
70	4	5	5	4	5	5	28
71	4	5	5	4	4	5	27
72	4	4	4	5	4	4	25
73	5	4	4	5	4	4	26
74	4	4	4	4	4	4	24
75	4	4	4	4	4	4	24

76	5	5	4	5	4	5	28
77	4	4	4	4	4	4	24
78	4	4	4	4	4	4	24
79	5	5	4	5	4	5	28
80	4	4	4	5	4	5	26
81	4	4	4	4	3	4	23
82	4	3	3	4	4	3	21
83	5	4	4	5	5	4	27
84	4	5	5	4	5	5	28
Σ	348	350	349	352	349	354	2102

Lampiran 5. Tabel Penolong

Resp.	Usaha Sagu (X1)	Persaingan Dagang (X2)	Harga Pasar (Y)
1	24	24	25
2	23	23	22
3	25	24	25
4	21	21	24
5	25	24	23
6	22	20	21
7	26	24	23
8	22	22	21
9	23	22	24
10	26	25	27
11	25	26	28
12	26	26	27
13	21	23	23
14	25	26	26
15	22	22	21
16	23	23	24
17	21	22	24
18	24	24	24
19	25	24	25
20	26	28	26
21	20	19	21
22	24	24	24
23	26	25	24
24	21	24	24
25	26	27	26
26	26	24	25
27	27	28	29
28	25	24	24
29	26	26	27
30	23	24	25
31	26	26	27
32	26	26	25
33	21	20	21
34	25	26	24
35	26	25	26
36	26	28	27

37	27	26	27
38	25	26	26
39	20	19	20
40	20	19	20
41	26	28	28
42	27	27	30
43	27	28	28
44	25	26	27
45	25	24	25
46	25	27	27
47	26	27	26
48	24	25	27
49	26	27	26
50	22	21	21
51	25	25	24
52	26	25	26
53	25	25	25
54	28	28	27
55	25	25	25
56	20	23	27
57	23	24	24
58	26	24	24
59	26	27	24
60	22	24	24
61	26	26	23
62	20	21	19
63	25	26	25
64	27	28	29
65	24	24	24
66	25	26	26
67	26	27	29
68	25	24	26
69	25	26	28
70	20	25	28
71	27	28	27
72	26	26	25
73	25	25	26
74	25	24	24
75	26	26	24

76	22	26	28
77	25	26	24
78	22	25	24
79	27	25	28
80	24	24	26
81	25	24	23
82	22	22	21
83	27	27	27
84	26	26	28
Σ	2052	2076	2102

Titik Persentase Distribusi t

d.f. = 1 - 200

Diproduksi oleh: Junaidi
<http://junaidichaniago.wordpress.com>

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

df	Pr 0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 121 –160)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
122	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
129	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
130	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
131	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
132	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
135	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
137	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
140	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
141	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
142	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
145	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660
148	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
151	0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508
152	0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
153	0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435
154	0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400
155	0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364
156	0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
157	0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295
158	0.67605	1.28693	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261
159	0.67604	1.28690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14228
160	0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 161 –200)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
161	0.67602	1.28683	1.65437	1.97481	2.34973	2.60671	3.14162
162	0.67601	1.28680	1.65431	1.97472	2.34959	2.60652	3.14130
163	0.67600	1.28677	1.65426	1.97462	2.34944	2.60633	3.14098
164	0.67599	1.28673	1.65420	1.97453	2.34930	2.60614	3.14067
165	0.67598	1.28670	1.65414	1.97445	2.34916	2.60595	3.14036
166	0.67597	1.28667	1.65408	1.97436	2.34902	2.60577	3.14005
167	0.67596	1.28664	1.65403	1.97427	2.34888	2.60559	3.13975
168	0.67595	1.28661	1.65397	1.97419	2.34875	2.60541	3.13945
169	0.67594	1.28658	1.65392	1.97410	2.34862	2.60523	3.13915
170	0.67594	1.28655	1.65387	1.97402	2.34848	2.60506	3.13886
171	0.67593	1.28652	1.65381	1.97393	2.34835	2.60489	3.13857
172	0.67592	1.28649	1.65376	1.97385	2.34822	2.60471	3.13829
173	0.67591	1.28646	1.65371	1.97377	2.34810	2.60455	3.13801
174	0.67590	1.28644	1.65366	1.97369	2.34797	2.60438	3.13773
175	0.67589	1.28641	1.65361	1.97361	2.34784	2.60421	3.13745
176	0.67589	1.28638	1.65356	1.97353	2.34772	2.60405	3.13718
177	0.67588	1.28635	1.65351	1.97346	2.34760	2.60389	3.13691
178	0.67587	1.28633	1.65346	1.97338	2.34748	2.60373	3.13665
179	0.67586	1.28630	1.65341	1.97331	2.34736	2.60357	3.13638
180	0.67586	1.28627	1.65336	1.97323	2.34724	2.60342	3.13612
181	0.67585	1.28625	1.65332	1.97316	2.34713	2.60326	3.13587
182	0.67584	1.28622	1.65327	1.97308	2.34701	2.60311	3.13561
183	0.67583	1.28619	1.65322	1.97301	2.34690	2.60296	3.13536
184	0.67583	1.28617	1.65318	1.97294	2.34678	2.60281	3.13511
185	0.67582	1.28614	1.65313	1.97287	2.34667	2.60267	3.13487
186	0.67581	1.28612	1.65309	1.97280	2.34656	2.60252	3.13463
187	0.67580	1.28610	1.65304	1.97273	2.34645	2.60238	3.13438
188	0.67580	1.28607	1.65300	1.97266	2.34635	2.60223	3.13415
189	0.67579	1.28605	1.65296	1.97260	2.34624	2.60209	3.13391
190	0.67578	1.28602	1.65291	1.97253	2.34613	2.60195	3.13368
191	0.67578	1.28600	1.65287	1.97246	2.34603	2.60181	3.13345
192	0.67577	1.28598	1.65283	1.97240	2.34593	2.60168	3.13322
193	0.67576	1.28595	1.65279	1.97233	2.34582	2.60154	3.13299
194	0.67576	1.28593	1.65275	1.97227	2.34572	2.60141	3.13277
195	0.67575	1.28591	1.65271	1.97220	2.34562	2.60128	3.13255
196	0.67574	1.28589	1.65267	1.97214	2.34552	2.60115	3.13233
197	0.67574	1.28586	1.65263	1.97208	2.34543	2.60102	3.13212
198	0.67573	1.28584	1.65259	1.97202	2.34533	2.60089	3.13190
199	0.67572	1.28582	1.65255	1.97196	2.34523	2.60076	3.13169
200	0.67572	1.28580	1.65251	1.97190	2.34514	2.60063	3.13148

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi F

Probabilita = 0.05

Diproduksi oleh: Junaidi
<http://junaidichaniago.wordpress.com>

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
136	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74
137	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
138	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
139	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
140	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
141	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
142	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
143	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
144	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
145	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
146	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.74
147	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
148	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
149	3.90	3.06	2.67	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
150	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
151	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
152	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
153	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
154	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
155	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
156	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
157	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
158	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
159	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
160	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
161	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
162	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
163	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
164	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
165	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
166	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
167	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
168	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
169	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
170	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
171	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
172	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
173	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
174	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
175	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
176	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
177	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
178	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
179	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
180	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
181	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
182	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
183	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
184	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
185	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.75	1.72
186	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.75	1.72
187	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
188	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
189	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
190	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
191	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
192	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
193	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
194	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
195	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
196	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
197	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
198	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
199	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
200	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
201	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
202	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
203	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
204	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
205	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
206	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
207	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.71
208	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
209	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
210	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
211	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
212	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
213	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
214	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
215	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
216	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
217	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
218	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
219	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
220	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
221	3.88	3.04	2.65	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
222	3.88	3.04	2.65	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
223	3.88	3.04	2.65	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
224	3.88	3.04	2.64	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
225	3.88	3.04	2.64	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71

RIWAYAT HIDUP

HASNIAR 20 februari 1996 anak ketujuh dari Sembilan bersaudara dari pasangan Basir.S dan Darmawati, penulis manamatkan sekolah dasar pada tahun 2008 di SDN 38 jambu , kemudian pada tahun yang sama melanjutkan pendidikan sekolah menengah pertama di SMPN 3 bajo dan tamat pada tahun 2011.

Kemudian pada tahun yang sama melanjutkan pendidikan sekolah mengah atas di SMAN 1 belopa dan tamat pada tahun 2014. Atas Ridho Allah SWT, dan do'a restu kedua orang tua sehingga pada tahun 2014 penulis lulus dan terdaftar sebagai mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.

(HASNIAR)
10525021314