

SKRIPSI
FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI DAYA
BELI KEBUTUHAN POKOK MASYARAKAT DI
KOPERASI DINAS PERINDUSTRIAN DAN
PERDAGANGAN (PERINDAKOP) DISTRIK WAMENA
KABUPATEN JAYAWIJAYA



Oleh:

TEKI KIWO
N I M.201713078

YAYASAN PENDIDIKAN ISLAM DI TANAH PAPUA
CABANG KABUPATEN JAYAWIJAYA
UNIVERSITAS AMAL ILMIAH YAPIS WAMENA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
TAHUN 2020

HALAMAN PENGESAHAN

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI DAYA BELI
KEBUTUHAN POKOK MASYARAKAT DI KOPERASI DINAS
PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN (PERINDAKOP) DISTRIK
WAMENA KABUPATEN JAYAWIJAYA**

Telah dipertahankan skripsi ini didepan panitia ujian skripsi
pada hari..... tanggal

PANITIA UJIAN SKRIPSI

Ketua

Sekretaris,

.....
...
NIDN.

.....
.....
NIDN.

Anggota,

Anggota,

.....
...
NIDN.

.....
.....
NIDN.

Mengetahui,
Rektor Universitas Amal Ilmiah Yapis Wamena

Dr. H. RUDIHARTONO ISMAIL, M.Pd

NIP 19700401 199702 1 002

HALAMAN PERSETUJUAN

FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI DAYA BELI KEBUTUHAN POKOK MASYARAKAT DI KOPERASI DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN (PERINDAKOP) DISTRIK WAMENA KABUPATEN JAYAWIJAYA

Identitas penulis,

NAMA : TEKI KIWO
NIM : 2017 130 78
PROGRAM STUDI : ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS

Telah diperiksa dan disetujui
Pada tanggal :

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II

NURAINI S.Sos., M.AP
NIDN. 1422127401

WAHYUNI N. SULISTIOWATI S.Sos.,M.M
NIDN.1416019201

Mengetahui :

**KETUA PROGRAM STUDI
ADMINISTRASI BISNIS**

NANANG GUNAWAN. S.Sos., M.AB.
NIDN.

ABSTRAK

TEKI KIWO NIM. 201713078 “*Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Daya Beli Kebutuhan Pokok Masyarakat Di Dinas Perindustrian Dan Perdagangan (Prindag) Distrik Wamena Kabupaten Jayawijaya*” (Pembimbing : **NURAINI dan WAHYUNI N. SULISTIOWATI**).

Kebutuhan pokok adalah segala sesuatu yang dibutuhkan manusia, atau hasrat manusia untuk memiliki dan menikmati kegunaan barang atau jasa yang dapat memberikan kepuasan bagi jasmani rohani untuk kelangsungan hidup seseorang. Tujuan skripsi ini adalah untuk mengetahui faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi daya daya beli kabutuhan pokok masyarakat di Koperasi Dinas Perindustrian Dan Perdagangan (Prindagkop) Distrik Wamena Kabupaten Jayawijaya.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif sehingga dapat mengetahui tanggapan masyarakat mengenai **Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Daya Beli Kabutuhan Pokok Masyarakat Di Dinas Perindustrian Dan Perdagangan (Prindagkop)**. Adapun sumber data yang digunakan meliputi data primer yang diperoleh melalui kuesioner dan data sekunder yang berasal dari dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian. Metode penarikan sampel yang digunakan *Accidental sampling*, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Teknik pengumpulan data yaitu dengan cara Pengamatan, kuesioner dan studi Pustaka. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis skor.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor – faktor yang mempengaruhi daya daya beli kabutuhan pokok masyarakat di Koperasi Dinas Perindustrian Dan Perdagangan (Prindagkop) Distrik Wamena Kabupaten Jayawijaya dapat diukur dengan menggunakan teknik analisis deskriptif kuantitatif. Melalui analisis ini hasil penelitian dideskripsikan atau diuraikan untuk memperoleh gambaran yang lengkap terhadap kondisi subjek penelitian. Indikator yang akan digunakan meliputi indikator Tingkat Pendapatan, Tingkat Pendidikan, Tingkat Kebutuhan, Kebiasaan Masyarakat, Harga Barang, dan Mode. Berdasarkan hasil penelitian, sebagian besar responden memberikan tanggapan sangat baik.

Kata Kunci : Daya beli kebutuhan pokok.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat, rahmat, hidayah, petunjuk, perlindungan serta pertolonganNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Didalam proses penyusunan dan penulisan proposal ini, penulis banyak menerima bimbingan, petunjuk serta bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu dalam kesempatan ini secara khusus penulis menyampaikan terima kasih banyak kepada :

1. Bapak **Dr. H. Rudihartono Ismail, M.Pd** selaku Rektor Universitas Amal Ilmiah Yapis Wamena.
2. Ibu **NURAINI S.Sos., M.AP** dan Ibu **WAHYUNI N. SULISTIOWATI S.Sos., M.M** selaku Pembimbing I dan Pembimbing II yang bersedia meluangkan waktu untuk penulis, guna memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
3. Bapak **NANANG GUNAWAN. S.Sos., M.AB.** selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis S1.
4. Ibu **Rianik Thomas, SE, M.Si** selaku dosen wali menuntun penulis selama dibangku kuliah.
5. Bapak/ibu seluruh pegawai dan staff serta Dosen Civitas Akademika pada Universitas Amal Ilmiah Yapis Wamena.
6. Orang tua tercinta Ayahanda **Arius Kiwo** dan Ibunda **Baki Kogoya** selaku Ayah dan Ibu Kandung yang selalu memberikan doa terbaik serta dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan tulisan ini.
7. Bapak **Sudi Togodly, S.Pd** selaku Kepala Bidang Tenaga Kerja Dinas Tenaga Kerja, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Jayawijaya atas bantuan dan kerja samanya selama penulis melaksanakan penelitian di **Dinas Tenaga Kerja, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Jayawijaya.**

8. Seluruh Staf Dinas Tenaga Kerja, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Jayawijaya yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penulisan ini.
9. Seluruh teman-teman mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis S1 Universitas Amal Ilmiah Yapis Wamena yang telah membantu penulis serta atas kebersamaan selama dibangku kuliah.

Sebagai manusia biasa, penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini mungkin masih jauh dari sempurna, oleh karena itu atas segala kekurangan penulis dengan senang hati menerima saran dan kritik yang sifatnya membangun dari berbagai pihak demi menyempurnakan tulisan ini.

Semoga semua amal jasa dan bantuan yang diberikan kepada penulis dibalas oleh Tuhan Yang Maha Esa dan semoga skripsi ini memberi bagi pembaca.

Wamena, September 2020

Penulis,

TEKI KIWO

NIM. 201713078

DAFTAR ISI

ABSTRAK

BAB I PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. BATASAN MASALAH	4
C. RUMUSAN MASALAH	4
D. TUJUAN DAN KEGUNAAN PENELITIAN	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
A. KAJIAN TEORI	6
1. Konsep Kebutuhan Pokok	6
2. Konsep Harga Kebutuhan Pokok	9
3. Teori Pendapatan	12
4. Konsep Daya Beli Masyarakat	16
5. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Daya Beli Kebutuhan Pokok Masyarakat	17
B. PENELITIAN TERDAHULU	28
C. DEFENISI OPERASIONAL	33
D. KERANGKA KONSEPTUAL PENELITIAN	34
BAB III METODE DAN TEKNIK PENELITIAN	36
A. LOKASI DAN WAKTU PENELITIAN	36
B. JENIS PENELITIAN	36
C. POPULASI DAN SAMPEL	36
D. INSTRUMEN PENELITIAN	37
E. TEKNIK PENGUMPULAN DATA	38
F. TEKNIK ANALISIS DATA	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
A. HASIL PENELITIAN	41
1. KEADAAN LOKASI PENELITIAN	41

	2. KEADAAN RESPONDEN	52
	3. ANALISA DATA.....	37
	B. PEMBAHASAN	52
BAB V	PENUTUP	77
	A. KESIMPULAN.....	77
	B. SARAN- SARAN	77

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN - LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Pengukuran Variabel Instrument Skala Likert.....	38
Tabel 3.2	Nilai interpretasi skor	40
Tabel 4.1	Keadaan Pegawai Menurut Jenis Kelaminnya.....	49
Tabel 4.2	Keadaan Pegawai Menurut pangkat / golongan.....	50
Tabel 4.3	Keadaan Pegawai Menurut agama.....	50
Tabel 4.4	Keadaan Pegawai Menurut tingkat pendidikan	51
Tabel 4.5	Sarana dan prasarana pada kantor Dinas Perindustrian, Dan Perdagangan Kabupaten Jayawijaya.....	52
Tabel 4.6	Keadaan Responden Menurut umur	53
Tabel 4.7	Keadaan Responden Menurut jenis kelamin.....	54
Tabel 4.8	Keadaan Responden pekerjaan.....	54
Tabel 4.9	Keadaan Responden pendidikan.....	55
Tabel 4.10	Tanggapan responden mengenai Barang yang dijual di perindag memiliki harga yang relative murah sehingga sangat dapat dijangkau oleh masyarakat yang berpendapatan menengah hingga yang berpendapatan rendah.....	56
Tabel4.11	Tanggapan responden mengenai Masyarakat yang berpendapatan rendah sulit untuk menjangkau harga barang di toko lain sehingga perindag dapat menjadi solusi untuk mendapatkan barang dengan harga yang lebih murah.....	57
Tabel 4.12	Tanggapan responden mengenai Masyarakat yang membeli barang di perindag adalah masyarakat dengan tingkat pendidikan rendah karena pendapatannya pun juga rendah	58

Tabel 4.13	Tanggapan responden mengenai Masyarakat yang berpendidikan tinggi sangat sedikit melakukan transaksi pembelian di perindag karena mampu menjangkau harga barang di toko lain	59
Tabel 4.14	Tanggapan responden mengenai Barang yang dijual di perindag dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari.....	60
Tabel 4.15	Tanggapan responden mengenai Bukan hanya barang untuk keperluan makanan saja yang dijual di perindag tetapi juga bahan bangunan untuk keperluan tempat tinggal.....	61
Tabel 4.16	Tanggapan responden mengenai Masyarakat terbiasa mencari barang murah untuk menghemat pengeluaran rumah tangga dan perindag merupakan tempat untuk membeli barang yg relative murah untuk menghemat pengeluaran rumah tangga.....	62
Tabel 4.17	Tanggapan responden mengenai Masyarakat terbiasa untuk memenuhi kebutuhan hidup dengan membeli barang - barang yang benar-benar dibutuhkan dan barang-brang tersebut tersedia di perindag	63
Tabel 4.18	Tanggapan responden mengenai Harga barang yang dijual pada perindag memiliki harga yang lebih murah dibandingkan dengan harga di toko-toko lain.....	64
Tabel 4.19	Tanggapan responden mengenai Harga barang yang murah tidak membuat produk yang dijual mempunyai kualitas yang rendah	65
Tabel 4.20	Tanggapan responden mengenai Kualitas dan merk-merk barang yang dijual di perindag sama seperti yang dijual di toko-toko lain	66

Tabel 4.21 Tanggapan responden mengenai Meskipun harga barang di perindag lebih murah tetapi mode barang yang dijual merupakan mode-mode terbaru	67
Tabel 4.22 Rata-rata persentase tingkat pendapatan	68
Tabel 4.23 Rata-rata persentase tingkat pendidikan	70
Tabel 4.24 Rata-rata persentase tingkat kebutuhan.....	71
Tabel 4.25 Rata-rata persentase kebiasaan masyarakat	72
Tabel 4.26 Rata-rata persentase harga barang	73
Tabel 4.27 Rata-rata persentase mode	75
Tabel 4.28 Rata-rata persentase variable daya beli.....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	35
--------------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kebutuhan pokok masyarakat adalah aspek penting kesejahteraan masyarakat, dimana pemerintah dalam upaya menjaga kestabilan harga pemerintah telah memberlakukan harga nasional yang sering diinformasikan di website kementerian perdagangan, hal ini dilakukan agar tidak terjadi simpang siur informasi yang beredar di masyarakat. Masyarakat senantiasa diberikan penjelasan mengenai harga kebutuhan pokok oleh pemerintah, namun diberbagai daerah mungkin ada harga yang beredar diluar dari pada yang ditetapkan pemerintah. Seperti halnya yang terjadi di kabupaten jayawijaya dimana harga kebutuhan pokok berada diatas dari harga yang ada diluar daerah papua lainnya misalnya di jayapura hal tersebut dikarenakan kebutuhan pokok yang dikirim ke kabupaten jayawijaya hanya dilalui oleh jalur transportasi udara.

Kegiatan perekonomian daerah seperti di Kabupaten Jayawijaya ini sebagian besar ditunjang oleh kegiatan yang bersumber dari usaha mikro, kecil dan menengah. Hal itu terbukti dalam kenyataan yang kita lihat sekarang bahwa disudut Kabupaten Jayawijaya saat ini telah terdapat banyak usaha – usaha kecil, menengah dan besar yang menjual berbagai kebutuhan pokok masyarakat.

Sejak dulu dinas perindustrian dan perdagangan melayani pembelian bahan pokok bagi masyarakat yang ada di kabupaten jayawijaya. Berbagai bahan pokok seperti beras, minyak goreng, gula

pasir dan bahan-bahan pokok lainnya tersedia disana dengan harga jual yang lebih murah dibandingkan dengan toko-toko lain yang ada di kabupaten jayawijaya hal inilah yang membuat masyarakat dengan tingkat ekonomi rendah dan menengah sering melakukan pembelian bahan pokok di kantor ini.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memutuskan pembelian. Konsumen tentu menginginkan kualitas yang terbaik dari produk yang akan dibeli. Menurut Kotler & Amstrong (2001) kualitas produk yang merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Jadi hanya perusahaan dengan kualitas produk paling baik yang akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka waktu yang panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain. Suatu perusahaan dalam mengeluarkan produk sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Kualitas produk merupakan faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian terhadap suatu produk, pengalaman yang baik atau buruk terhadap produk akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian kembali atau tidak sehingga pengelola usaha dituntut untuk menciptakan sebuah produk yang disesuaikan dengan kebutuhan atau selera konsumen.

Selain kualitas produk terdapat faktor yang sangat berpengaruh terhadap keputusan konsumen yaitu pertimbangan masalah harga. Faktor penting yang bisa mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli bahan pokok kebanyakan darikalangan bawah dan menengah. Harga adalah elemen dalam bauran pemasaran yang tidak hanya menentukan profitabilitas tetapi juga sebagai sinyal untuk mengkomunikasikan proporsi nilai suatu produk. Pemasaran produk perlu memahami aspek psikologis dari informasi harga yang

meliputi harga referensi (*reference price*) , inferensi kualitas berdasarkan harga (*price - quality inferences*) dan petunjuk harga (*priceclues*) (Kotler dan Keller,2009:125).

Setelah mempertimbangkan kualitas produk dan harga, konsumen juga mempertimbangkan tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, tingkat kebutuhan, dan mode. Dimana keseluruhan dari faktor - faktor tersebut merupakan faktor yang mempengaruhi daya beli masyarakat di Wamena Kabupaten Jayawijaya, tingkat pendidikan mempengaruhi daya beli masyarakat di karenakan tingkat pendidikan pula mempengaruhi tingkat pendapatan seseorang dimana masyarakat yang berpendapan rendah cenderung membeli barang yang relative murah. Kebiasaan masyarakat juga mempengaruhi daya beli dimana masyarakat terbiasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dengan membeli barang yang benar - benar di butuhkan yang tersedia pada suatu toko tempat mereka melakukan kebiasaan membeli barang, begitupun dengan mode (merk) suatu barang masyarakat cenderung mengabaikan mode - mode barang tersebut dikarenakan mode suatu barang yang tidak populer juga mampu memenuhi kebutuhan masyarakat di Wamena Kabupaten Jayawijaya.

Berdasarkan dari penjelasan tersebut maka, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk mengkaji atau membuktikan bahwa adanya **Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Daya Beli Kebutuhan Pokok Masyarakat Di Dinas Perindustrian Dan Perdagangan (Prindagkop) Distrik Wamena Kabupaten Jayawijaya.**

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka penulis membatasi masalah penelitian yakni untuk mengetahui

daya beli kebutuhan pokok masyarakat di koperasi dinas perindustrian dan perdagangan (prindagkop) distrik wamena kabupaten jayawijaya dengan indikator tingkat pendapata, tingkat pendidikan, tingkat kebutuhan, kebiasaan masyarakat, harga barang dan mode .

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut: Apa Saja Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Daya Beli Kabutuhan Pokok Masyarakat Di Koperasi Dinas Perindustrian Dan Perdagangan (Prindag) Distrik Wamena Kabupaten Jayawijaya?

D. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi daya daya beli kabutuhan pokok masyarakat di Koperasi Dinas Perindustrian Dan Perdagangan (Prindagkop) Distrik Wamena Kabupaten Jayawijaya.

2. Kegunaan Penelitian

Secara teoritis dan praktis, penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk:

- a. Kegunaan teoritis
 - a) Memberikan informasi yang bermanfaat kepada pelaku usaha yang memiliki permasalahan yang terkait dengan penelitian ini.

- b) Memberikan ilmu pengetahuan terutama di bidang pemasaran tentang faktor - faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.
 - c) Memberikan kontribusi berupa informasi dan bahan masukan bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian ini.
- b. Kegunaan praktis
- a) Penelitian ini dapat memberikan informasi tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pembeli dalam memutuskan melakukan pembelian bahan pokok tersebut.
 - b) Penelitian ini dapat memberikan masukan bagi pemilik usaha berupa faktor – faktor yang dapat mempengaruhi pembeli dalam memutuskan melakukan pembelian bahan pokok tersebut, sehingga dapat meningkatkan pendapatan.

BAB II

TINJAUAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Konsep Kebutuhan Pokok

Adapun pengertian dari kebutuhan adalah segala sesuatu yang dibutuhkan manusia, atau hasrat manusia untuk memiliki dan menikmati kegunaan barang atau jasa yang dapat memberikan kepuasan bagi jasmani rohani untuk kelangsungan hidupnya. Kebutuhan dalam diri seseorang bisa bermacam – macam, begitu kebutuhan yang satu terpenuhi akan muncul kebutuhan yang lain sehingga muncullah adanya keinginan untuk memenuhinya.

Keinginan adalah segala sesuatu baik berupa barang maupun jasa yang diinginkan manusia guna mencapai kepuasan, yang dapat dipenuhi setelah kebutuhan terpenuhi. Oleh karena itu perlu adanya penahanan diri untuk membedakan antara kebutuhan dengan keinginan, sehingga tidak memicu adanya masalah ekonomi.

Dalam konsep kebutuhan, maka kebutuhan manusia dapat dikelompokkan menjadi 5, yaitu :

- a. Kebutuhan manusia menurut tingkat kepentingan yang terdiri atas kebutuhan primer, sekunder, dan tersier.
- b. Kebutuhan manusia tingkat waktu yang terdiri atas kebutuhan sekarang dan kebutuhan akan datang .
- c. Kebutuhan manusia tingkat subjek, yaitu kebutuhan perorangan dan kebutuhan kelompok.
- d. Kebutuhan manusia tingkat sifat, antara lain kebutuhan jasmani dan rohani.
- e. Kebutuhan manusia tingkat wujud yang terdiri atas kebutuhan material dan immaterial

2. Teori Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif adalah sebuah konsep di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi yang utama. Konsep ini biasanya akan didukung dengan keberadaan industri kreatif yang menjadi pengejawantahannya. Seiring berjalannya waktu, perkembangan ekonomi sampai pada taraf ekonomi kreatif setelah beberapa waktu sebelumnya, dunia dihadapi dengan konsep ekonomi informasi yang mana informasi menjadi hal yang utama dalam pengembangan ekonomi.

John Howkins dalam bukunya *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas* pertama kali memperkenalkan istilah ekonomi kreatif. Howkins menyadari lahirnya gelombang ekonomi baru berbasis kreativitas setelah melihat pada tahun 1997, Amerika Serikat menghasilkan produk-produk Hak Kekayaan Intelektual (HKI) senilai 414 miliar dolar yang menjadikan HKI sebagai barang ekspor nomor satu di Amerika Serikat.

John Howkins mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai the creation of value as a result of idea. Dalam sebuah wawancara bersama Donna Ghelfi dari World Intellectual Property Organization (WIPO), Howkins menjelaskan ekonomi kreatif sebagai "kegiatan ekonomi dalam masyarakat yang menghabiskan sebagian besar waktunya untuk menghasilkan ide, tidak hanya Berkas : Ekonomi - kibtis turk devleti kreatif.gif Salah satu iklan ekonomi kreatif Indonesia Mendefinisi melakukan hal-hal yang rutin dan berulang. Karena bagi masyarakat ini, menghasilkan ide merupakan hal yang harus dilakukan untuk kemajuan."

United Nations Conference on Trade and Development mendefinisikan ekonomi kreatif "An evolving concept based on

creative assets potentially generating economic growth and development.

Karakteristik Ekonomi Kreatif

Tercatat beberapa hal yang menjadi karakteristik dari ekonomi kreatif: Diperlukan kolaborasi antara berbagai aktor yang berperan dalam industri kreatif, yaitu cendekiawan (kaum intelektual), dunia usaha, dan pemerintah yang merupakan prasyarat mendasar. Berbasis pada ide atau gagasan. Pengembangan tidak terbatas dalam berbagai bidang usaha. Konsep yang dibangun bersifat relatif.

Perkembangan Ekonomi Kreatif

Dimulai pada tahun 2006 di mana Presiden Susilo Bambang Yudhoyono menginstruksikan untuk mengembangkan ekonomi kreatif di Indonesia. Proses pengembangan ini diwujudkan pertama kali dengan pembentukan Indonesian Design Power oleh Departemen Perdagangan untuk membantu pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Pada tahun 2007 dilakukan peluncuran Studi Pemetaan Kontribusi Industri Kreatif Indonesia 2007 pada Trade Expo Indonesia.

Pada tahun 2008, dilakukan peluncuran Cetak Biru Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025 dan Cetak Biru Pengembangan 14 Subsektor Industri Kreatif Indonesia. Selain itu, dilakukan penancangan tahun Indonesia Kreatif 2009. Untuk mewujudkan Indonesia Kreatif, tahun 2009 diadakan Pekan Produk Kreatif dan Pameran Ekonomi Kreatif yang berlangsung setiap tahunnya.

3. Konsep Harga Kebutuhan Pokok

Harga bukan hanya angka-angka di label harga. Dimana dijelaskan didalam hokum penawaran apabila peningkatan harga pasarakan mengakibatkan peningkatan kuantitas yang ditawarkan, dan penurunan harga pasarakan mengakibatkan penurunan kuantitas

yang ditawarkan. Didalam kurva permintaan hubungan antara kuantitas yang diminta dan harga suatu barang. Harga mempunyai banyak bentuk dan melaksanakan banyak fungsi. Sewa, uang sekolah, ongkos, upah, bunga, tarif, biaya penyimpanan, gaji dan komisi semuanya merupakan semuanya merupakan harga yang harus anda bayar untuk mendapatkan barang atau jasa. Strategi penentuan harga sanga penting dalam pemberian nilai kepada konsumen dan mempengaruhi image produk, serta keputusan konsumen untuk membeli. Harga juga berhubungan dengan pendapatan dan turutmempengaruhi marketing channels. Akan tetapi yang paling penting adalah keputusan dalam harga harus konsisten dengan strategi-strategi pemasaran secara keseluruhan (Lupiyoadi, 2001 : 61). Untuk memutuskan strategi dalam penetapan harga dapat dianalogikan seperti tumpuan berkaki tiga dimana tiga buah kaki yang mendasarinya adalah biaya,kompetisi dan nilai. Biaya yang akan dicover, menjadi lantai dari tumpuan berkaki tiga tersebut terhadap harga yang akan dikenakan terhadap suatu produk jasa tertentu, sementara nilai dari produk jasa tersebut menjadi atap, dimana harga yang dikenakan pesaing untuk produk jasa pengganti atau yang sejenis. Harga juga memainkan peranan yang penting dalam mengkomunikasikan kualitas dari jasa tersebut dimana perubahan harga suatu produk akan mempengaruhi kuantitas yang diminta perperiode. Adapun indicator yang dapat mengukur harga antara lain:

- (1) keterjangkauan harga
 - (2) kesesuaian harga dengan kualitas produk
 - (3) daya saing harga
 - (4) kesesuaian harga dengan manfaat (Rosvita, 2010:24).
- Dengan ketiadaan petunjuk-petunjuk yang bersifat nyata,

konsumen mengasosiasikan harga yang tinggi dengan tingkat kinerja suatu produk jasa yang tinggi pula. Harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu peranan alokasi dan peranan informasi (Fandy,2002).

Peranan alokasi dari harga adalah fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan kekuatan membelinya. Dengan demikian adanya harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan kekuatan membelinya pada berbagai jenis barang dan jasa. Pembeli membandingkan harga dari berbagai alternative yang tersedia, kemudian memutuskan alokasi dana yang dikehendaki. Peranan informasi dari harga adalah fungsi harga dalam "mendidik"

konsumen mengenai faktor produk, misalnya kualitas. Hal ini terutama bermanfaat dalam situasi dimana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produk atau manfaatnya secara objektif. Persepsi yang sering berlaku adalah bahwa harga yang mahal mencerminkan kualitas yang tinggi (Fandy,2002).

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk memperoleh produk tersebut. Harga adalah satu-satunya unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan penjualan karena unsur yang lain adalah mengeluarkan biaya (Tan,2011:26). Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang dan

jasa. Harga merupakan faktor penentu yang mempengaruhi pilihan pembelian (Kotler,2010).

1) Tujuan Penetapan Harga

Metode penentuan harga harus dimulai dengan pertimbangan atas tujuan penentuan harga itu sendiri. Adapun tujuan - tujuan menurut *Adrian Payne* antara lain:

a. *Survival*

Usaha untuk tidak melaksanakan tindakan-tindakan untuk meningkatkan profit ketika perusahaan dalam kondisi pasar yang tidak menguntungkan. Usaha tersebut cenderung dilakukan untuk bertahan.

b. *Profit Maximization*

Penentuan harga bertujuan untuk memaksimalkan profit dalam periode tertentu.

c. *Sales Maximization*

Penentuan harga bertujuan untuk membangun bangsa pasar (*market share*) dengan melakukan penjualan pada harga awal yang merugikan.

d. *Prestige*

Tujuan penentuan harga disini adalah untuk mempromosikan jasa perusahaan tersebut sebagai jasa yang eksklusif.

e. *ROI*

Tujuan penentuan harga didasarkan pada atas pencapaian return on investment yang diinginkan (ROI).

2) Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Penentuan Harga

Adapun faktor– faktor yang mempengaruhi atau perlu dipertimbangkan dalam penetapan harga jasa di antara lain adalah:

a. Elastisitas Permintaan

Perusahaan jasa perlu mengetahui hubungan antara harga dan permintaan dan bagaimana besarnya permintaan bervariasi pada berbagai tingkat harga yang berbeda. Hal ini juga berlaku pada setiap segmen pasar.

b. Struktur Biaya

Para pemasar perlu mengetahui biaya dalam menyediakan layanan jasa dan bagaimana biaya - biaya bergerak seiring berjalannya waktu dan tingkat permintaan.

c. Persaingan

Posisi biaya - biaya (cost position) dan perilaku penentuan harga dari pesaing-pesaing merupakan elemen penting yang harus diperhatikan. Perusahaan jasa harus mengamati persaingan-persaingan yang dapat menentukan biaya- biaya, harga dan keuntungan perusahaan itu sendiri.

d. Positioning dari Jasa yang Ditawarkan

Positioning memegang peranan yang sangat besar dalam strategi pemasaran, setelah melakukan analisis pasar dan analisis persaingan dalam suatu analisis internal perusahaan (total situation analysis). Oleh karena itu, agar dapat berhasil dalam suatu masyarakat yang over komunikasi, perusahaan apapun sebaiknya mampu menciptakan suatu posisi yang mempertimbangkan tidak hanya kekuatan dan kelemahan perusahaan sendiri, tetapi juga

kekuatan dan kelemahan pesaingnya dalam pikiran prospeknya.

4. Teori Pendapatan

a. Pengertian Pendapatan

Pendapatan merupakan salah satu unsur yang paling utama dari pembentukan laporan laba rugi dalam suatu perusahaan. Banyak yang bingung mengenai istilah pendapatan. Hal ini disebabkan pendapatan dapat diartikan sebagai revenue dan dapat juga diartikan sebagai income, maka income dapat diartikan sebagai penghasilan dan kata revenue sebagai pendapatan penghasilan maupun keuntungan.

Pendapatan sangat berpengaruh bagi keseluruhan hidup perusahaan, semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar kemampuan perusahaan untuk membiayai segala pengeluaran dan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan oleh perusahaan. Selain itu pendapatan juga berpengaruh terhadap laba rugi perusahaan yang tersaji dalam laporan laba rugi maka, pendapatan adalah darah kehidupan dari suatu perusahaan. Dalam kamus besar bahasa Indonesia pendapatan adalah hasil kerja (usaha atau sebagainya).

Sedangkan pendapatan dalam kamus manajemen adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba. Pendapatan adalah jumlah yang dibebankan kepada langganan untuk barang dan jasa yang dijual. Pendapatan adalah aliran masuk aktiva atau pengurangan utang yang diperoleh dari hasil penyerahan barang atau jasa kepada para pelanggan. Pendapatan adalah kenaikan modal perusahaan akibat penjualan produk perusahaan. Arus masuk aktiva atau peningkatan lainnya atas aktiva atau penyelesaian kewajiban

entitas (atau kombinasi dari keduanya) dari pengirim barang, pemberian jasa, atau aktivitas lainnya yang merupakan operasi utama atau operasi sentral perusahaan. Pendapatan adalah pendapatan uang yang diterima dan diberikan kepada subjek ekonomi berdasarkan prestasi-prestasi yang diserahkan yaitu berupa pendapatan dari profesi yang dilakukan sendiri atau usaha perorangan dan pendapatan dari kekayaan. Besarnya pendapatan seseorang bergantung pada jenis pekerjaannya. Soekartawi menjelaskan pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi, bahwa sering kali dijumpai dengan bertambahnya pendapatan, maka barang yang dikonsumsi bukan saja bertambah, tapi juga kualitas barang tersebut ikut menjadi perhatian. Misalnya sebelum adanya penambahan pendapatan beras yang dikonsumsi adalah kualitas yang kurang baik, akan tetapi setelah adanya penambahan pendapatan maka konsumsi beras menjadi kualitas yang lebih baik. Tingkat pendapatan merupakan salah satu kriteria maju tidaknya suatu daerah. Bila pendapatan suatu daerah relatif rendah, dapat dikatakan bahwa kemajuan dan kesejahteraan tersebut akan rendah pula. Kelebihan dari konsumsi maka akan disimpan pada bank yang tujuannya adalah untuk berjaga-jaga apabila baik kemajuan dibidang pendidikan, produksi dan sebagainya juga mempengaruhi tingkat tabungan masyarakat. Demikian pula hanya bila pendapatan masyarakat suatu daerah relatif tinggi, maka tingkat kesejahteraan dan kemajuan daerah tersebut tinggi pula. Berdasarkan pengertian menurut para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah arus kas masuk yang berasal dari kegiatan normal perusahaan dalam penciptaan barang atau jasa yang mengakibatkan kenaikan aktiva dan penurunan kewajiban.

Sedangkan menurut Boediono pendapatan seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain dipengaruhi:

- 1) Jumlah faktor-faktor produksi yang dimiliki yang bersumber pada, hasil-hasil tabungan tahun ini dan warisan atau pemberian.
- 2) Harga per unit dari masing-masing faktor produksi, harga ini ditentukan oleh penawaran dan permintaan di pasar faktor produksi.
- 3) Hasil kegiatan anggota keluarga sebagai pekerjaan sampingan.

Tingkat pendapatan mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat. Hubungan antara pendapatan dan konsumsi merupakan suatu hal yang sangat penting dalam berbagai permasalahan ekonomi. Kenyataan menunjukkan bahwa pengeluaran konsumsi meningkat dengan naiknya pendapatan, dan sebaliknya jika pendapatan turun, pengeluaran konsumsi juga turun. Tinggi rendahnya pengeluaran sangat tergantung kepada kemampuan keluarga dalam mengelola penerimaan atau pendapatannya. Distribusi pendapatan adalah penyaluran atau pembelanjaan masyarakat untuk kebutuhan konsumsi. Kurangnya distribusi pendapatan dapat menimbulkan daya beli rendah, terjadinyatingkat kemiskinan, ketidakadilan, kelaparan dan lain-lain yang akhirnya akan menimbulkan anti pati golongan masyarakat yang berpendapatan rendah terhadap yang berpendapatan tinggi, sehingga akan menimbulkan kecemburuan sosial di dalam masyarakat.

1) Karakteristik Pendapatan

Walaupun jenis pendapatan yang dimiliki setiap perusahaan berbeda-beda, tetapi dari sudut akuntansi seluruh pendapatan tersebut mulai dari kelompok pendapatan yang berasal dari

penjualan barang jadi hingga pendapatan dari penjualan jasa memiliki karakteristik yang sama dalam pencatatannya. Karakteristik pendapatan dibagi menjadi dua karakteristik yaitu:

- a) Jika bertambah saldonya, harus dicatat disisi kredit. Setiap pencatatan di sisi kredit berarti akan menambah saldo pendapatan tersebut.
- b) Jika berkurang saldonya harus dicatat di sisi debet. Setiap pencatatan di sisi debet berarti akan mengurangi saldo pendapatan tersebut. Karakteristik pendapatan adalah:
 - Bahwa pendapatan itu muncul dari kegiatan-kegiatan pokok perusahaan dalam mencari laba.
 - Bahwa pendapatan itu sifatnya berulang-ulang atau berkesinambungan kegiatan- kegiatan pokok tersebut pada dasarnya berada dibawah kendali manajemen.

2) Jenis-Jenis Pendapatan

Dalam praktiknya komponen pendapatan yang dilaporkan dalam laporan laba rugi terdiri dari dua jenis, yaitu:

- a) Pendapatan atau penghasilan yang diperoleh dari usaha pokok (usaha utama) perusahaan.
- b) Pendapatan atau penghasilan yang diperoleh dari luar usaha pokok (usaha sampingan) perusahaan.

Laporan laba rugi terdapat dua kelompok pendapatan yang terdiri dari:

i. Pendapatan Utama

Pendapatan utama berasal dari kegiatan utama perusahaan

ii. Pendapatan Lain-Lain

Berasal dari pendapatan yang tidak merupakan kegiatan utama perusahaan. Misalnya pendapatan bunga bagi perusahaan perdagangan. Selain itu, juga

dalam beberapa kasus terdapat pendapatan dan kerugian dari pos luar biasa.

3) Faktor – faktor yang mempengaruhi pendapatan

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan adalah sebagai berikut:

a) Kesempatan kerja yang tersedia

Semakin banyak kesempatan kerja yang tersedia berarti semakin banyak penghasilan yang bisa diperoleh dari hasil kerja tersebut.

b) Kecakapan dan keahlian

Dengan bekal kecakapan dan keahlian yang tinggi akan dapat meningkatkan efisiensi dan efektifitas yang pada akhirnya berpengaruh pula terhadap penghasilan.

c) Motivasi

Motivasi atau dorongan juga mempengaruhi jumlah penghasilan yang diperoleh, semakin besar dorongan seseorang untuk melakukan pekerjaan, semakin besar pula penghasilan yang diperoleh.

d) Keuletan bekerja

Pengertian keuletan dapat disamakan dengan ketekunan, keberanian untuk menghadapi segala macam tantangan. Bila saat menghadapi kegagalan maka kegagalan tersebut dijadikan sebagai bekal untuk meniti ke arah kesuksesan dan keberhasilan.

e) Banyak sedikitnya modal yang digunakan

Besar kecilnya usaha yang dilakukan seseorang sangat dipengaruhi oleh besar kecilnya modal yang dipergunakan.

5. Konsep Daya Beli Masyarakat

Daya beli diartikan sebagai kemampuan membayar untuk memperoleh barang yang dikehendaki atau diperlukan. Daya beli merupakan kemampuan seseorang, keluarga atau masyarakat untuk memperoleh suatu barang/jasa guna memenuhi kebutuhan hidup. Sedangkan Daya beli menurut Putong adalah kemampuan konsumen membeli banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu pada tingkat pendapatan tertentu dan dalam periode tertentu. Dan Daya beli menurut Rahardja adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu. menurut Faktor-faktor yang mempengaruhi daya beli masyarakat yaitu (Sukardi, 2009):

- a. Tingkat Pendapatan. Pendapatan merupakan suatu balas jasa dari seseorang atas tenaga atau pikiran yang telah disumbangkan, biasanya berupa upah atau gaji, Makin tinggi pendapatan seseorang makin tinggi pula daya belinya dan semakin beraneka ragam kebutuhan yang harus dipenuhi, dan sebaliknya.
- b. Tingkat Pendidikan. Makin tinggi pendidikan seseorang makin tinggi pula kebutuhan yang ingin dipenuhinya. Contohnya seorang sarjana lebih membutuhkan computer dibandingkan seseorang lulusan sekolah dasar.
- c. Tingkat Kebutuhan. Kebutuhan setiap orang berbeda-beda. Seseorang yang tinggal di kota daya belinya akan lebih tinggi jika dibandingkan dengan yang tinggal di desa.
- d. Kebiasaan Masyarakat. Di zaman yang serba modern muncul kecenderungan konsumerisme didalam masyarakat. Penerapan pola hidup ekonomis yaitu dengan membeli barang dan jasa yang benar-benar dibutuhkan, maka secara tidak langsung telah meningkatkan kesejahteraan hidup.

- e. Harga Barang. Jika harga barang naik maka daya beli konsumen cenderung menurun sedangkan jika harga barang dan jasa turun maka daya beli konsumen akan naik. Hal ini sesuai dengan hukum permintaan.
- f. Mode. Barang-barang yang baru menjadi mode dalam masyarakat biasanya akan laku keras di pasar sehingga konsumsi bertambah. Dengan demikian mode dapat mempengaruhi konsumsi.

5. Teori Pendidikan

Pendidikan berasal dari bahasa Yunani, *Pedagogy*, yang mengandung makna seorang anak yang pergi dan pulang sekolah diantar seorang pelayan. Dalam bahasa Romawi pendidikan diistilahkan dengan *Educaty* yang berarti mengeluarkan sesuatu yang berbeda di dalam. Sedangkan dalam bahasa Inggris pendidikan diistilahkan *to educate* yang berarti memperbaiki moral dan melatih intelektual (Huda, 2017).

Menurut Farikhah (2018) pendidikan formal adalah kegiatan yang sistematis, berjenjang dimulai dari sekolah dasar atau madrasah ibtidaiyah sampai dengan perguruan tinggi atau setara dengannya, termasuk didalamnya adalah kegiatan studi yang berorientasi akademis, umum dan studi yang berorientasi pada program spesialis, kemudian latihan profesional yang diselenggarakan dalam kurun waktu tertentu dan berkelanjutan.

Menurut Kemendikbud No.21 tahun 2016 pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta ketrampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa, dan negara.

Fungsi Pendidikan

Lembaga pendidikan tidak terlepas dari beberapa fungsi, antara lain sebagai berikut :

- 1) Menyiapkan masyarakat dalam menemukan sumber penghidupan
- 2) Mengembangkan potensi yang dimiliki seseorang untuk kepuasan diri sendiri ataupun untuk kebutuhan masyarakat
- 3) Ikut serta dalam rangka pelestarian nilai - nilai kebudayaan
- 4) Memberikan kompetensi yang dibutuhkan peran serta dalam kehidupan berdemokrasi dan bernegara (Farikhah, 2018)

Jalur Pendidikan

Jalur pendidikan adalah alat atau sarana yang harus dilalui peserta didik untuk mengembangkan potensi diri dalam suatu proses pendidikan yang sesuai dengan tujuan pendidikan. Berdasarkan UU SPN Nomor 21 Tahun 2016 pasal 13 ayat 1 jalur pendidikan terdiri dari 3 macam yaitu :

- 1) Pendidikan Formal
- 2) Pendidikan Non Formal
- 3) Pendidikan Informal (Farikhah,2018)

Jenis Pendidikan Formal

Adapun jenis pendidikan formal berdasarkan UU Nomor 21 Tahun 2016 yaitu :

- 1) Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) yang meliputi Taman Kanak-Kanak (TK) dan Raudlatuk Antfal) (RA)
- 2) Pendidikan Dasar meliputi Sekolah Dasar (SD) atau Madrasah Ibtidaiyah (MI) dan Sekolah Menengah Pertama (SMP) atau Madrasah Tsanawiyah (MTs)
- 3) Pendidikan Menengah meliputi Sekolah Menengah Atas (SMA) , Madrasah Aliyah (MA),Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), dan Madrasah Aliyah Khusus (MAK)
- 4) Pendidikan Tinggi berupa Program Diploma, Sarjana (S1), Magister (S2), Spesialis dan Doktor (S3) (Farikhah,2018)

6. Teori Kebutuhan Manusia

Teori motivasi Maslow ini berguna untuk memberikan argumen yang kuat dalam penggunaan struktur kebutuhan sebagai penggerak motivasi manusia secara menyeluruh. Inilah yang menjadi ciri khas pemikiran Maslow sebelum ada filsafat manusia sebelumnya. Yaitu tentang kebutuhan manusia. Struktur teori Maslow yang menyeluruh dibangun atas landasan hierarki kebutuhan yang lain. Maslow membagi hierarki kebutuhan dalam lima tingkat dasar kebutuhan yaitu:

- a. Kebutuhan fisik (physiological needs) Kebutuhan fisik adalah yang paling mendasar dan paling mendominasi kebutuhan manusia. Kebutuhan ini lebih bersifat biologis seperti oksigen, makanan, air dan sebagainya. Pemikiran Maslow akan kebutuhan fisik ini sangat dipengaruhi oleh kondisi pasca Perang Dunia II. Saat itu, manusia berada dalam kondisi yang begitu memilukan. Salah satunya adalah dilandanya kelaparan. Oleh karena itu, Maslow menganggap kebutuhan fisik adalah yang utama melebihi apapun.
- b. Kebutuhan akan rasa aman (Safety needs) Setelah kebutuhan fisiologis terpenuhi, manusia akan cenderung mencari rasa aman, bisa berupa kebutuhan akan perlindungan, kebebasan dari rasa takut, kekacauan dan sebagainya. Kebutuhan ini bertujuan untuk mengembangkan hidup manusia supaya menjadi lebih baik.
- c. Kebutuhan akan kepemilikan dan cinta (The belongingness and love Needs) Setelah kebutuhan fisik dan rasa aman terpenuhi, manusia akan cenderung mencari cinta orang lain supaya bisa dimengerti dan dipahami oleh orang lain. Jadi, Kebutuhan akan cinta tidak sama dengan kebutuhan akan seks. Sebaliknya, Maslow menegaskan, kebutuhan akan seks justru dikategorikan sebagai kebutuhan fisik. Kebutuhan akan cinta ini menguatkan bahwa dalam hidup, manusia tidak bisa terlepas dari sesama.

- d. **Kebutuhan untuk dihargai (The esteem Needs)**, Setelah ketiga kebutuhan di atas terpenuhi, maka sudah menjadi naluri manusia untuk bisa dihargai oleh sesama bahkan masyarakat. Maslow mengklasifikasikan kebutuhan ini menjadi dua bagian yaitu, Pertama lebih mengarah pada harga diri. Kebutuhan ini dianggap kuat, mampu mencapai sesuatu yang memadai, memiliki keahlian tertentu menghadapi dunia, bebas dan mandiri. Sedangkan kebutuhan yang lainnya lebih pada sebuah penghargaan. Yaitu keinginan untuk memiliki reputasi dan pretise tertentu (penghormatan atau penghargaan dari orang lain). Kebutuhan ini akan memiliki dampak secara psikologis berupa rasa percaya diri, bernilai, kuat dan sebagainya.
- e. **Kebutuhan aktualisasi diri (Self Actualization)**. Kebutuhan inilah yang menjadi puncak tertinggi pencapaian manusia setelah kebutuhan-kebutuhan di atas terpenuhi. Pencapaian aktualisasi diri ini berdampak pada kondisi psikologi yang meninggi pula seperti perubahan persepsi, dan motivasi untuk selalu tumbuh dan berkembang.

Dengan kelima hierarki kebutuhan itulah yang menjadi struktur kunci Maslow dalam menjelaskan manusia. Konsep fundamental dari pendirian teori Maslow adalah:

Manusia dimotivasikan oleh sejumlah kebutuhan dasar yang bersifat sama untuk seluruh spesies, tidak berubah, dan berasal dari sumber genetik atau naluriah.

Menurutnya, kebutuhan juga bersifat psikologis, bukan semata-mata fisiologis. Sebab, kebutuhan inilah yang menjadi inti dari kodrat manusia. Sedangkan sesuatu itu disebut sebagai kebutuhan dasar apabila memenuhi beberapa syarat berikut yaitu:

- a. Bila tidak terpenuhi dapat menimbulkan penyakit,
- b. Memenuhinya dapat mencegah timbulnya penyakit,

- c. Pemulihannya dapat menyembuhkan penyakit,
- d. Dalam situasi-situasi tertentu yang sangat kompleks, orang bebas memilih (seseorang yang sedang kekurangan, akan cenderung memilih kebutuhan dibanding kepuasan lainnya),
- e. Kebutuhan itu tidak aktif, lemah atau secara fungsional tidak terdapat pada orang yang sehat.

7. Teori Kebiasaan Masyarakat

Dalam kamus besar bahasa Indonesia Departemen Pendidikan dan Kebudayaan (DEPDIKBUD), “kebiasaan adalah sesuatu yang biasa dilakukan, kebiasaan juga berarti pola untuk melakukan tanggapan terhadap situasi tertentu yang dipelajari oleh seorang individu dan yang dilakukannya secara berulang untuk hal yang sama”. Kebiasaan juga dapat diartikan cara. Kamus Besar Bahasa Indonesia DEPDIKBUD “cara adalah adat kebiasaan; perbuatan (kelakuan) yang sudah menjadi kebiasaan”.

Lexy J. Moleong mengatakan “kebiasaan merupakan cara berbuat atau bertindak yang dimiliki seseorang dan diperolehnya melalui proses belajar cara tersebut bersifat tetap, seragam dan otomatis”. Jadi biasanya kebiasaan berjalan atau dilakukan tanpa disadari oleh pemilik kebiasaan itu. Kebiasaan itu pada umumnya diperoleh melalui latihan. Menurut Burghardt (dalam Muhibin Syah) “kebiasaan timbul karena proses penyusutan kecenderungan respons dengan menggunakan stimulasi yang berulang - ulang”

Bellefroid (dalam Budiyanto) mengatakan bahwa : Kebiasaan merupakan semua peraturan yang meskipun tidak ditetapkan oleh pemerintah, tetapi ditaati oleh seluruh rakyat karena mereka yakin bahwa peraturan itu berlaku sebagai hukum. Agar kebiasaan itu mempunyai kekuatan dan dapat dijadikan sebagai sumber hukum, maka ditentukan oleh 2 faktor yaitu 1) adanya perbuatan yang dilakukan berulang kali dalam hal yang sama yang selalu diikuti dan diterima oleh

orang yang lainnya. 2) Adanya keyakinan hukum dari orang – orang atau golongan – golongan yang berkepentingan. Maksudnya adanya keyakinan bahwa kebiasaan itu memuat hal – hal yang baik dan pantas ditaati serta mempunyai kekuatan mengikat.

Kebiasaan adalah perbuatan manusia yang tetap dilakukan berulang-ulang dalam hal yang sama. Apabila suatu kebiasaan tertentu diterima oleh masyarakat dan kebiasaan itu selalu berulang - ulang dilakukan sedemikian rupa, sehingga tindakan yang berlawanan dengan kebiasaan itu dirasakan sebagai pelanggaran perasaan hukum, maka dengan demikian timbullah suatu kebiasaan hukum, yang oleh pergaulan hidup dipandang sebagai hukum.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kebiasaan adalah perbuatan yang diulang – ulang terhadap hal yang sama kemudian diterima serta diakui oleh masyarakat. Didalam masyarakat, kenyataan keberadaan hukum tidak tertulis atau kebiasaan diakui sebagai norma hukum yang patut dipatuhi. Dalam praktek penyelenggaraan negara, hukum tidak tertulis disebut konvensi. Dipatuhinya hukum tidak tertulis karena adanya kekosongan hukum tertulis yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat / negara. Oleh karena itu, hukum tidak tertulis (kebiasaan) sering digunakan oleh para hakim untuk memutuskan perkara yang belum pernah diatur didalam Undang - Undang.

Masyarakat dalam istilah bahasa Inggris adalah society yang berasal dari kata Latin socius yang berarti (kawan). Istilah masyarakat berasal dari kata bahasa Arab syaraka yang berarti (ikut serta dan berpartisipasi). Masyarakat adalah sekumpulan manusia yang saling bergaul, dalam istilah ilmiah adalah saling berinteraksi. Suatu kesatuan manusia dapat mempunyai prasarana melalui warga - warganya dapat saling berinteraksi. Definisi lain,

Menurut (Koentjaraningrat) Masyarakat adalah kesatuan hidup manusia yang berinteraksi menurut suatu sistem adat istiadat tertentu yang bersifat kontinyu, dan yang terikat oleh suatu rasa identitas bersama. Kontinuitas merupakan kesatuan masyarakat yang memiliki keempat ciri yaitu:

- 1) Interaksi antar warga-warganya,
- 2) Adat istiadat,
- 3) Kontinuitas waktu,
- 4) Rasa identitas kuat yang mengikat semua warga.

Semua warga masyarakat merupakan manusia yang hidup bersama, hidup bersama dapat diartikan sama dengan hidup dalam suatu tatanan pergaulan dan keadaan ini akan tercipta apabila manusia melakukan hubungan, Mac Iver dan Page yang di kutip Soerjono Soekanto, memaparkan bahwa “masyarakat adalah suatu sistem dari kebiasaan, tata cara, dari wewenang dan kerja sama antara berbagai kelompok, penggolongan, dan pengawasan tingkah laku serta kebiasaan - kebiasaan manusia”. Masyarakat merupakan suatu bentuk kehidupan bersama untuk jangka waktu yang cukup lama sehingga menghasilkan suatu adat istiadat, menurut Ralph Linton yang di kutip Soerjono Soekanto masyarakat merupakan “setiap kelompok manusia yang telah hidup dan bekerja bersama cukup lama, sehingga mereka dapat mengatur diri mereka dan menganggap diri mereka sebagai suatu kesatuan sosial dengan batas-batas yang dirumuskan dengan jelas” sedangkan masyarakat menurut Selo Soemardjan yang di kutip Soerjono Soekanto adalah “orang-orang yang hidup bersama yang menghasilkan kebudayaan dan mereka mempunyai kesamaan wilayah, identitas, mempunyai kebiasaan, tradisi, sikap, dan perasaan persatuan yang diikat oleh kesamaan”.

Menurut Emile Durkheim yang di kutip Soleman B. Taneko bahwa masyarakat merupakan suatu kenyataan yang obyektif secara mandiri,

bebas dari individu - individu yang merupakan anggota-anggotanya. Masyarakat sebagai sekumpulan manusia didalamnya ada beberapa unsur yang mencakup. Adapun unsur-unsur tersebut adalah:

1. Masyarakat merupakan manusia yang hidup bersama;
2. Bercampur untuk waktu yang cukup lama;
3. Mereka sadar bahwa mereka merupakan suatu kesatuan;
4. Mereka merupakan suatu sistem hidup bersama

Menurut Emile Durkheim yang di kutip Djuretnaa Imam Muhni “keseluruhan ilmu pengetahuan tentang masyarakat harus didasari pada prinsip-prinsip fundamental yaitu realitas sosial dan kenyataan sosial. Kenyataan sosial diartikan sebagai gejala kekuatan sosial didalam bermasyarakat”. Masyarakat sebagai wadah yang paling sempurna bagi kehidupan bersama antar manusia. Hukum adat memandang masyarakat sebagai suatu jenis hidup bersama dimana manusia memandang sesamanya manusia sebagai tujuan bersama. Sistem kehidupan bersama menimbulkan kebudayaan karena setiap anggota kelompok merasa dirinya terikat satu dengan yang lainnya. Beberapa pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan masyarakat memiliki arti ikut serta atau berpartisipasi, sedangkan dalam bahasa Inggris disebut society. Bisa dikatakan bahwa masyarakat adalah sekumpulan manusia yang berinteraksi dalam suatu hubungan sosial. Mereka mempunyai kesamaan budaya, wilayah, dan identitas, mempunyai kebiasaan, tradisi, sikap, dan perasaan persatuan yang diikat oleh kesamaan.

8. Konsep Trend Mode

Menurut Theories of Fashion Costume and Fashion History dalam Fashion Era (2007), selama berabad – abad setiap individu atau masyarakat telah mengenakan pakaian maupun penghias tubuh lainnya sebagai salah satu sarana komunikasi non – verbal yang menunjukkan profesi, jenis kelamin, status rumah tangga, kelas sosial, maupun tingkat kekayaan. Mode itu adalah suatu bentuk kebebasan untuk

mengungkapkan pikiran, isi hati dan juga merupakan bahasa isyarat dan simbol yang secara non – verbal mengkomunikasikan tentang suatu individu maupun kelompok.

Lalu, mode itu adalah salah satu hal yang membedakan satu individu dengan individu lainnya, karena pakaian, aksesoris dan penghias tubuh lainnya sangatlah mudah untuk diketahui oleh orang lain dalam seketika. Pada mulanya, suatu trend mode harus mendapat respon positif dari masyarakat, kemudian trend mode tersebut dapat mewabah dan ditiru semua orang karena kompetisi yang secara tidak langsung telah dimunculkan oleh mode tersebut. Kemudian, pada akhirnya suatu trend mode akan tergantikan oleh trend yang lebih baru karena trend mode tersebut telah menjadi suatu hal yang terlalu biasa di kalangan masyarakat dan sudah tidak dapat lagi memenuhi posisinya sebagai sesuatu yang unik.

Sesuai dengan artinya, mode itu akan terus berubah. Mode merupakan hal yang paling cepat berubah dibandingkan unsur kegiatan lainnya yang dilakukan manusia seperti bahasa, budaya, dan sebagainya. Karena perubahan yang cepat itulah dapat memicu unsur negatif bagi manusia, yakni salah satunya dengan mengeluarkan uang secara berlebihan hanya untuk mengikuti trend yang terus berubah, padahal barang – barang yang dibeli belum tentu sama sekali berguna. Oleh karena itu, perubahan trend sangatlah memicu semakin tingginya budaya konsumtif di kalangan masyarakat. Khususnya bagi generasi muda, mereka sangat senang mengikuti perkembangan trend sebagai salah satu cara untuk mengalami hal baru dan menarik. Oleh karena itu generasi mudalah yang seringkali menjadi korban dari trend mode yang sedang berlangsung, dikarenakan kegemaran mereka dalam mencoba hal – hal baru dan tidak ingin tertinggal oleh teman – teman sebayanya (Sprigman, 2006:18).

Mode berpakaian telah memberi kesempatan kepada setiap individu untuk mengekspresikan karakter maupun solidaritas terhadap orang lain selama lebih dari seribu tahun. Umumnya, orang – orang yang berada di posisi khusus yang dipuja atau kerap kali dijadikan inspirasi oleh masyarakat sekitarnya seringkali memulai suatu trend baru bilamana orang – orang tersebut memakai pakaian atau berpenampilan yang baru. Maka dari itu, gaya berpenampilan tersebut akan segera diikuti oleh masyarakat yang menjadikan mereka sebagai panutan.

Trend mode tentunya berbeda – beda untuk masing – masing lapisan masyarakat terutama jika dilihat dari segi usia, jenis kelamin, status sosial, profesi, dan letak geografis, serta seiring dengan berjalannya waktu. Tentu saja jika seseorang yang berusia lanjut mengikuti trend remaja, maka ia akan terlihat aneh dan bahkan menjadi bahan tertawaan bagi banyak orang. Akan tetapi, tentu saja bukan tidak mungkin jika di dunia ini tidak diketemukan orang – orang semacam itu yang akhirnya dijuluki ‘korban mode’.

B. Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul penelitian	Hasil Penelitian	Referensi
1	Muhammad Zais M, Samiun dan Nurdin I Muhammad	Daya Beli Masyarakat Terhadap Bahan Pangan Pokok Di Kabupaten Halmahera Tengah	Daya beli masyarakat di Kabupaten Halmahera Tengah dengan indikator rasio pendapatan terhadap masing-masing harga bahan pangan	Jurnal Penelitian Humano, Vol. 9 No. 2 Edisi November 2018

			<p>pokok cenderung berfluktuasi namun mengalami perbaikan yang signifikan pada tahun 2018 dibandingkan tahun 2009, kecuali daya beli yang diukur setara konsumsi daging sapi. Daya beli setara konsumsi daging sapi mengalami penurunan hingga 22,32 % dikarenakan persentase kenaikan pendapatan kurang mampu mengkompensasi kenaikan harga daging sapi.</p>	
2	Ranni resnia	fluktuasi harga bahan pangan pokok	Hal ini menunjukkan bahwa	Jurnal Penelitian Kementrian

		(BAPOK) dan daya beli kelompok masyarakat berpendapatan rendah	konsumen tidak menerima harga yang seharusnya yang mungkin disebabkan oleh tidak efesiennya proses produksi dan distribusi serta struktur pasar yang kurang kompetitif. namun demikian, kenaikan harga – harga tersebut tidak dapat dikompensasikan secara proporsional oleh kenaikan pendapatan beberapa kelompok masyarakat.	perdagangan Vol.6. Nomor 2, Oktober 2020
3	Fery Hernaningsih	Pengaruh Kestabilan Inflasi Dan Ketimpangan	terdapat hubungan antara ketimpangan pendapatan	M – PROGRESS Vol. 2 No. 3 Juli –

		<p>Pendapatan Terhadap Daya Beli Masyarakat</p>	<p>dengan daya beli masyarakat, diperoleh koefisien korelasi (r^2) sebesar 0,4471 dan koefisien determinasi (R^2) = 0,1999. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara ketimpangan pendapatan dengan daya beli masyarakat rendah, yang dapat dibuktikan bahwa ketimpangan pendapatan hanya memberikan sumbangan sebesar 19,99% terhadap peningkatan daya beli masyarakat.</p>	<p>September 2014</p>
--	--	---	--	-----------------------

4	Armeliani	<p>penggolongan Pengaruh kualitas produk, Harga dan lokasi terhadap Keputusan konsumen dalam Pembelian dange Di desa benteng kecamatan mandalle Kabupaten pangkep</p>	<p>Memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Variabel yang memiliki pengaruh lebih besar adalah Hasil analisis dengan menggunakan uji T menunjukkan bahwa harga, lokasi dan kualitas produk secara individual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dan berdasarkan analisis koefisien determinasi</p>	<p>J-EBIS (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam) Volume 5 Nomor 2, Oktober 2020</p>
---	-----------	---	---	--

			menunjukkan sekitar 50,6 % dari keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variable harga, lokasi dan kualitas produk.	
--	--	--	---	--

C. Definisi Operasional

Agar penelitian ini lebih jelas maka variabel-variabel operasional perlu didefinisikan terlebih dahulu. Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel- variabel tersebut.

Dalam penelitian ini hanya menggunakan 1 (satu) variabel atau variabel mandiri yaitu keputusan pembeli, sehingga secara operasionalnya keputusan pembeli dapat diberikan arti yaitu : Keputusan pembeli adalah sebuah keputusan yang diambil oleh pembeli untuk membeli sebuah produk dengan pertimbangan berbagai alasan terlebih dahulu.

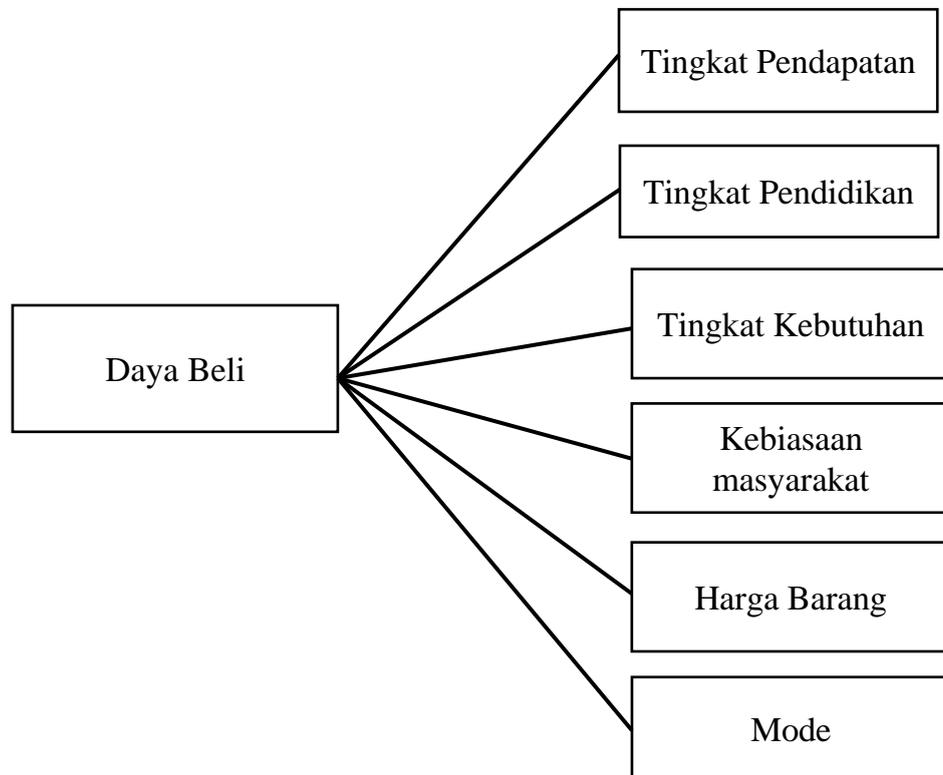
Untuk mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi daya beli kebutuhan pokok di koperasi prindagkop di Kabupaten Jayawijaya yaitu dilihat dari :

1. Tingkat Pendapatan merupakan suatu balas jasa dari seseorang atas tenaga atau pikiran yang telah disumbangkan, biasanya berupa upah atau gaji, Makin tinggi pendapatan seseorang makin tinggi pula daya belinya dan semakin beraneka ragam kebutuhan yang harus dipenuhi, dan sebaliknya.
2. Tingkat Pendidikan yaitu Makin tinggi pendidikan seseorang makin tinggi pula kebutuhan yang ingin dipenuhinya.

3. Tingkat Kebutuhan yaitu Seseorang yang tinggal di kota daya belinya akan lebih tinggi jika dibandingkan dengan yang tinggal di desa.
4. Kebiasaan Masyarakat yaitu dengan membeli barang dan jasa yang benar-benar dibutuhkan, maka secara tidak langsung telah meningkatkan kesejahteraan hidup.
5. Harga Barang yaitu Jika harga barang naik maka daya beli konsumen cenderung menurun sedangkan jika harga barang dan jasa turun maka daya beli konsumen akan naik.
6. Mode yaitu Barang - barang yang baru menjadi mode dalam masyarakat biasanya akan laku keras di pasar sehingga konsumsi bertambah. Dengan demikian mode dapat mempengaruhi konsumsi.

D. Kerangka Konsep Penelitian

Adapun kerangka konsep penelitian yang digunakan pada indikator keputusan pembelian dapat dilihat pada gambar 2.1 :

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Pada gambar 2.1, dapat dijelaskan bahwa untuk mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi daya beli kebutuhan pokok masyarakat di dinas perindustrian dan perdagangan (prindag) yaitu menggunakan variabel daya beli dengan 6 indikator yaitu :tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, tingkat kebutuhan, kebiasaan masyarakat, harga barang, dan mode.

BAB III

METODE DAN TEKNIK PENELITIAN

A. Lokasi dan waktu penelitian

1. Lokasi penelitian

Adapun lokasi penelitian yakni Di Koperasi Prindagkop Di Kabupaten Jayawijaya.

2. Waktu penelitian

Adapun waktu penelitian yang dilaksanakan yaitu kurang lebih 2 bulan

B. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, menurut Nakaka, dalam Sugiyono (1985:63), penelitian deskriptif adalah prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan gambaran atau melukiskan keadaan objek/ subjek penelitian (seseorang lembaga masyarakat dan lain – lain) dan fakta – fakta yang dampak sebagaimana adanya pemilihan jenis penelitian ini didasarkan atas pemikiran dan alasan bahwa permasalahan yang diteliti merupakan suatu fenomena yang terjadi sebagaimana adanya berdasarkan fakta – fakta yang dampak pada lokasi penelitian pada masyarakat yang bersangkutan.

C. Populasi dan sampel

1. Populasi

Populasi adalah sekumpulan unsur – unsur dan elemen yang menjadi objek penelitian, menurut Wahyu. M.S (1992 : 261) dengan demikian populasi merupakan jumlah keseluruhan objek yang akan diteliti. Dari pengertian tersebut maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli yang melakukan pembelian kebutuhan pokok di Koperasi Dinas

Perindustrian Dan Perdagangan (Prindag) Distrik Wamena Kabupaten Jayawijaya .

2. Sampel

Menurut Sudjana dalam Nawawa, (1995 : 144), sampel adalah sebagian yang diambil dari populasi dengan menggunakan cara – cara tertentu. Penentuan sampel hendaknya memperhitungkan berbagai aspek karena kesimpulan dari hasil penelitian yang dipelajari melalui sampel yang harus diperlukan pula untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil harus representatif. Sehingga betul – betul mewakili keseluruhan populasi sedangkan menurut Sugiyono, (2003 : 19), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi.

Berdasarkan pada kedua pendapat tersebut di atas maka teknik sampel atau cara penarikan sampel yang penulis lakukan adalah dengan menggunakan accidental sampling yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/ insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. pengambilan sampel dilakukan selama 3 hari, dari tanggal 30 september sampai dengan tanggal 3 oktober tahun 2021 sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 15 orang sampel.

3) Instrumen Penelitian

Adapun yang menjadi instrumen dalam penelitian ini adalah Skala *Likert*. Menurut Sugiyono (2010) skala likert adalah “ alat ukur yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Menurut Sugiyono (2013) “skala likert juga disebut *summatedrating scale*, merupakan tehnik pengukuran sikap yang

paling luas yang digunakan dalam riset pemasaran, skala ini memungkinkan responden untuk mengapresiasi intensitas perasaan mereka”.

Jawaban setiap *instrument* yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang berupa kata – kata dan untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban tersebut dapat diberiskor, yaitu;

Tabel 3.1 Pengukuran Variabel Instrument Skala Likert

No	Jawaban	Skala
1	Sangat setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang setuju	3
4	Tidak setuju	2
5	Sangat tidak setuju	1

Sumber : Sugiyono (2013)

4) Teknik pengumpulan data

Pengumpulan data adalah suatu proses pengumpulan data primer dan sekunder, dalam suatu penelitian pengumpulan data merupakan langkah yang amat penting, karena data yang dikumpulkan akan digunakan untuk pemecahan masalah yang sedang diteliti atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Untuk mendapatkan informasi yang berguna dalam penelitian adalah dengan cara menyebar kuisisioner (*questionnaire*) yaitu instrumen atau daftar pertanyaan yang mencakup semua pernyataan dan pertanyaan yang akan digunakan untuk mendapatkan data, baik yang dilakukan melalui telepon, surat atau bertatap muka.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Angket / kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau

pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya Sugiyono (2010:199). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data primer dari responden. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan pertanyaan tertutup dengan skala likert dan langsung diberikan kepada sumber data. Responden disilahkan untuk memilih respon SS (sangat setuju) dengan skor 5, S (Setuju) dengan skor 4, KS (Kurang Setuju) dengan skor 3, TS (Tidak Setuju) dengan skor 2, STS (Sangat Tidak Setuju) dengan skor 1.

b. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui pihak lain, atau laporan historis yang telah disusun dalam arsip yang dipublikasikan atau tidak dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain (Sekaran, 2006). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa jurnal, buku – buku ilmiah, thesis, majalah - majalah perekonomian, dan informasi dokumentasi lain yang dapat diambil melalui sistem *on-line* (internet).

c. Observasi

observasi adalah Melakukan pengamatan langsung ke objek penelitian, yaitu Dinas Perindustrian Dan Perdagangan (Dinas Perindag) Di Kabupaten Jayawijaya.

5) Teknik analisa data

Data yang memperoleh melalui sejumlah instrumen penelitian dianalisis dengan menggunakan teknik analisis deskriptif kuantitatif. Melalui analisis ini hasil penelitian dideskripsikan atau diuraikan untuk memperoleh gambaran yang lengkap terhadap kondisi subjek penelitian. Penelitian ini penulis menggunakan analisis data dengan perhitungan skor. Dimana jumlah skor minimum dan jumlah skor maksimum ditentukan setelah diperoleh jumlah sampel.

- Jumlah skor ideal = 5 x jumlah responden
= 5 x 15
= 75
- Jumlah skor terendah = 1 x 15
= 15

Berdasarkan jumlah skor ideal (75) dan jumlah skor terendah (15) maka tabel interpretasi skor sebagai berikut:

Tabel 3.2

Nilai interpretasi skor

No	Interval Jumlah Skor	Predikat
1	$60 < \text{jumlah skor} \leq 75$	Sangat setuju
2	$45 < \text{jumlah skor} \leq 60$	Setuju
3	$30 < \text{jumlah skor} \leq 45$	Kurang setuju
4	$15 < \text{jumlah skor} \leq 30$	Tidak setuju
5	$1 < \text{jumlah skor} \leq 15$	Sangat tidak setuju

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Keadaan lokasi penelitian

a. Sejarah singkat Kantor Dinas Perindustrian Dan Perdagangan (Prindagkop).

Sebelum pemberlakuan otonomi daerah, Departemen Perindustrian, Departemen Perdagangan dan Departemen koperasi berdiri sendiri-sendiri sesuai nomenklatur departemen dalam kabinet pemerintahan. Jadi terdapat kantor Departemen Perindustrian Kabupaten Jayawijaya, Kantor Koperasi dan Pengusaha Kecil Menengah (PKM) Kabupaten Jayawijaya.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 tentang pemerintah daerah dan undang-undang nomor 21 tahun 2001 tentang otonomi khusus bagi provinsi papua, maka kantor-kantor Departemen sebagai perpanjangan fungsi Departemen yang menjalankan kewenangan pusat dilebur menjadi instansi pemerintah daerah yaitu Dinas Perindustrian Kabupaten Jayawijaya, Dinas Perdagangan Kabupaten Jayawijayadan Dinas Koperasi dan PKM Kabupaten Jayawijaya.

Pada tahun 2001 dua dinas digabung menjadi satu yaitu Dinas Perindustrian dan Dinas Perdagangan sehingga disebut Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Dinas Perindag). Ikut dilebur pula bagian perekonomian sekretariat Daerah Kabupaten Jayawijaya menjadi Dinas Perindag. Sedangkan Dinas Koperasi, Pengusaha Kecil Menengah Kabupaten Jayawijaya berdiri sendiri.

Berdasarkan peraturan Daerah Kabupaten Jayawijaya Nomor 28 tahun 2009 tentang susunan organisasi dan tata kerja Dinas-

Dinas Daerah Kabupaten Jayawijaya dilebur lagi menjadi Dinas Perindag dan Dinas Koperasi PKM menjadi Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan.

Pada Tahun 2010 Momenklatur Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan berubah menjadi Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Jayawijaya dengan tugas pokok melaksanakan kewenangan pemerintah daerah dibidang Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi berdasarkan tugas otonomi dan tugas pembantuan.

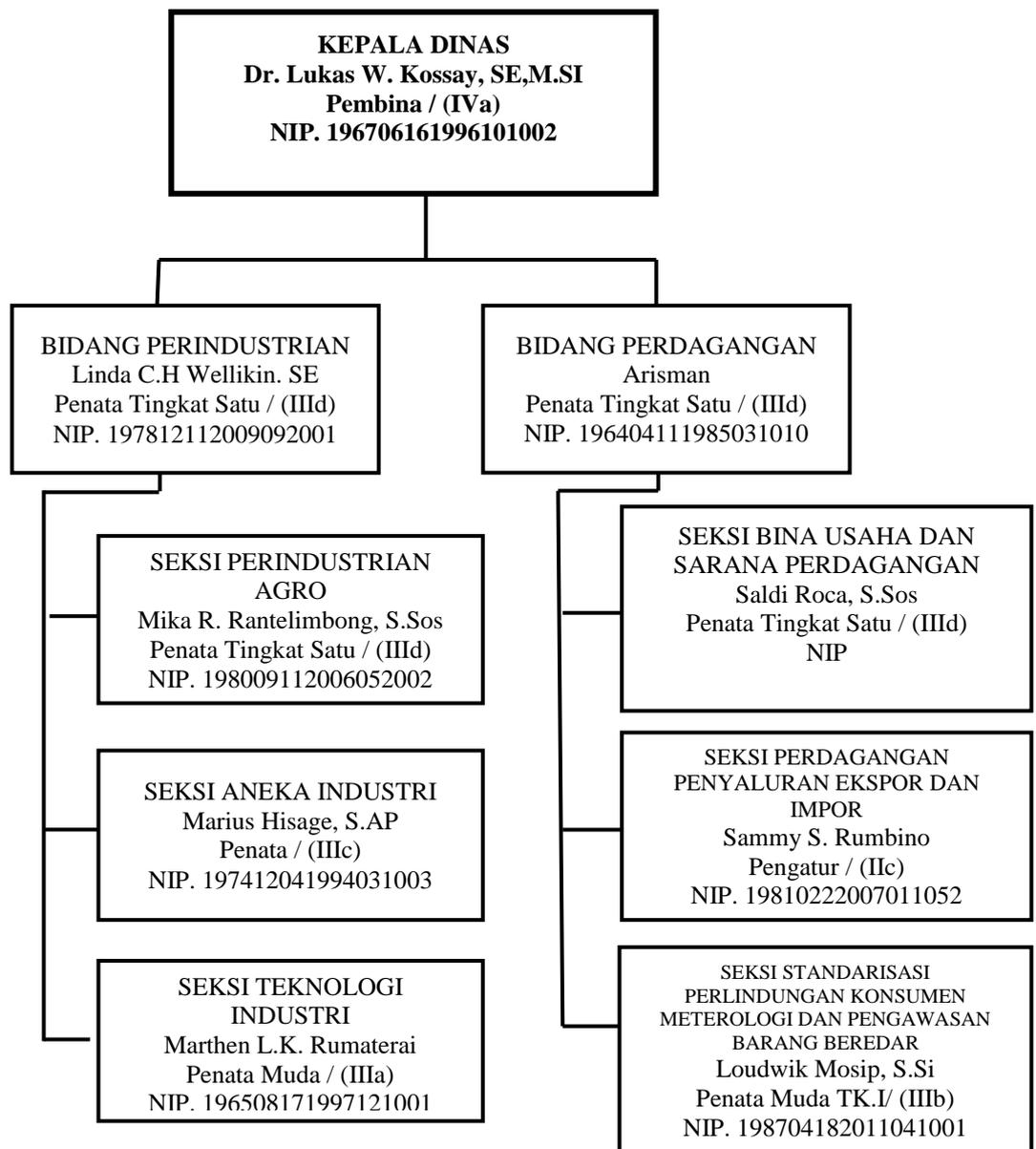
Kemudian berdasarkan peraturan Gubernur Provinsi Ppaua Nomor 19 tahun 2016 tentang pemebentukan dan susunan perangkat daerah, maka digabungkan antara dua dinas yang berbeda yaitu penggabungan pada Dinas Tenaga Kerja dan Dinas Perdagangan, Perindustrian dan Koperasi dan pada tahun 2017 momenklatur Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi berubah menjadi Dinas Tenaga Kerja, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Jayawijaya untuk menjalankan tugas pokok melaksanakan kewenangan pemerintah daerah dibidang Tenaga Kerja, Perindustrian dan Perdagangan sampai dengan saat ini.

b. Keadaan objek penelitian

a) Struktur organisasi

Adapun struktur organisasi kantor Dinas Tenaga Kerja Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Jayawijaya khususnya pada bidang perindustrian dan perdagangan (Perindustrian Dan Perdagangan) dapat dilihat pada bagan berikut ini :

Gambar 4.1
Bagan Struktur Dinas Perindustrian Dan Perdagangan (prindakop)
Kabupaten Jayawijaya



b) Kedudukan, Tugas, dan Fungsi**1. Kepala bidang tenaga kerja**

- (1) Bidang Penempatan Tenaga Kerja dan Perluasan Kesempatan Kerja, mempunyai tugas melaksanakan sebagian tugas Dinas Tenaga Kerja, Perindustrian dan Perdagangan di bidang penempatan tenaga kerja dan perluasan kesempatan kerja.
- (2) Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Bidang Penempatan Tenaga Kerja dan Perluasan Kesempatan Kerja menyelenggarakan fungsi:
 - a. Penyiapan bahan perumusan kebijakan, koordinasi pelaksanaan kebijakan, serta pemantauan, analisis, evaluasi, dan pelaporan di bidang bimbingan dan pelatihan kerja;
 - b. Penyiapan bahan perumusan kebijakan, koordinasi pelaksanaan kebijakan, serta pemantauan, analisis, evaluasi, dan pelaporan di bidang pendaftaran dan pendayagunaan tenaga kerja;
 - c. Penyiapan bahan perumusan kebijakan, koordinasi pelaksanaan kebijakan, serta pemantauan, analisis, evaluasi, dan pelaporan di bidang informasi pasar dan penempatan tenaga kerja.

2. Kepala seksi bimbingan dan pekerjaan

- (1) Seksi Bimbingan dan Pelatihan Kerja, mempunyai tugas pokok membantu sebagian tugas kepala bidang dalam bidang bimbingan dan pelatihan kerja.
- (2) Dalam melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud pada ayat (1) Seksi Bimbingan dan Pelatihan Kerja mempunyai uraian tugas sebagai berikut :

- a. Mengumpulkan bahan penyusunan, pedoman dan petunjuk teknis dibidang bimbingan dan pelatihan kerja;
- b. Mengumpulkan, mensistemasikan dan mengolah data dalam bidang bimbingan dan pelatihan kerja;
- c. Menyusun bahan perencanaan program dan kegiatan bidang bimbingan dan pelatihan kerja;
- d. Menyiapkan bahan perencanaan inventarisasi data izin lembaga pelatihan yang mencakup jumlah, lokasi, jenis kejuruan, instruktur dan fasilitas lembaga serta memproses perizinan lembaga pelatihan swasta;
- e. Menyiapkan bahan perencanaan, pengaturan dan pengkoordinasian kegiatan pelatihan yang dilakukan oleh balai latihan kerja (BLK) maupun *mobile training unit* (MTU) dalam hal pemanggilan pendaftaran, seleksi dan pemanggilan peserta;
- f. Menyiapkan bahan perencanaan, pengaturan dan pengkoordinasian kegiatan pertimbangan teknis / rekomendasi perizinan balai latihan kerja luar negeri (BLKLN) yang dilaksanakan oleh perusahaan jasa tenaga kerja indonesia (PJTKI);
- g. Menyiapkan bahan kerja sama dengan instansi pemerintah, swasta dan lembaga pelatihan kerja dalam pelaksanaan pembinaan dan pelatihan kerja;
- h. Menyiapkan bahan perencanaan, pengaturan dan pengkoordinasian kegiatan penyusunan data dasar dalam rangka penyusunan laporan SPM dan laporan capaian kinerja indikatornya di bidang bimbingan dan pelatihan kerja;
- i. Menyusun laporan hasil pelaksanaan tugas bidang bimbingan dan pelatihan kerja, memberikan saran pertimbangan kepada atasan sebagai bahan perumusan kebijakan, melakukan

pembinaan dan memberikan motivasi, arahan serta penilaian terhadap kinerja bawahan;

- j. Melakukan tugas lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya dan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

3. Kepala seksi pendaftaran dan PTK

- (1) Seksi pendaftaran dan pendayagunaan tenaga kerja, mempunyai tugas pokok membantu sebagian tugas kepala bidang dalam bidang pendaftaran dan pendayagunaan tenaga kerja.
- (2) Dalam melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud pada ayat (1) Seksi pendaftaran dan pendayagunaan tenaga kerja mempunyai uraian tugas sebagai berikut :
 - a. Mengumpulkan bahan penyusunan, pedoman dan petunjuk teknis dibidang pendaftaran dan pendayagunaan tenaga kerja;
 - b. Mengumpulkan, mensistematiskan dan mengolah data dalam bidang pendaftaran dan pendayagunaan tenaga kerja;
 - c. Menyusun rencana pelaksanaan program dan kegiatan bidang pendaftaran dan pendayagunaan tenaga kerja;
 - d. Menyiapkan bahan perencanaan, pengaturan dan pengkoordinasian kegiatan pelaksanaan operasional pendataan lapangan kerja dan perluasan kesempatan kerja;
 - e. Menyiapkan bahan perencanaan, peraturan dan pengkoordinasian kegiatan pelaksanaan operasional pembinaan dan peningkatan kemampuan tenaga kerja dan pengembangan usaha mandiri serta pendayagunaan tenaga kerja penyandang cacat dan lanjut usia;
 - f. Menyiapkan bahan pembinaan dan pengembangan serta penyebarluasan informasi teknologi tepat guna bagi perluasan kesempatan kerja;
 - g. Menyiapkan bahan perencanaan, pengaturan dan pengkoordinasian kegiatan penyusunan laporan SPM dan laporan capaian kinerja

indikatornya dibidang pendaftaran dan pendayagunaan tenaga kerja;

- h. Menyusun laporan hasil pelaksanaan tugas bidang pendaftaran dan pendayagunaan tenaga kerja, memberikan saran pertimbangan kepada atasan sebagai bahan perumusan kebijakan, melakukan pembinaan dan memberikan motivasi, arahan serta penilaian terhadap kinerja bawahan;
- i. Melakukan tugas lain yang di berikan oleh atasan sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya dan

4. Kepala seksi informasi pasar dan PTK

- (1) Seksi informasi pasar dan penempatan tenaga kerja, mempunyai tugas pokok membantu sebagian tugas kepala bidang dalam bidang informasi pasar dan penempatan tenaga kerja.
- (2) Dalam melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud pada ayat (1) seksi informasi pasar dan penempatan tenaga kerja mempunyai uraian tugas sebagai berikut :
 - a. Mengumpulkan bahan penyusunan, pedoman dan petunjuk teknis dibidang informasi pasar dan penempatan tenaga kerja;
 - b. Mengumpulkan, mensistematiskan dan mengolah data dalam bidang informasi pasar dan penempatan tenaga kerja;
 - c. Menyusun rencana pelaksanaan program dan kegiatan bidang informasi pasar dan penempatan tenaga kerja;
 - d. Menyiapkan bahan perencanaan penyebarluasan informasi pasar kerja dan pendaftaran pencari kerja serta lowongan pekerjaan;

- e. Menyiapkan bahan perencanaan penyelenggaraan dan pengembangan sarana penyuluhan dan bimbingan kelompok tugas kerja;
- f. Menyiapkan bahan perencanaan, pengaturan dan pengkoordinasian kegiatan pelaksanaan operasional penyaluran tenaga kerja melalui antar kerja lokal (ALK), antar kerja antar daerah (AKAD) dan antar kerja antar negara;
- g. Menyiapkan bahan perencanaan, pengaturan dan pengkoordinasian kegiatan pelaksanaan operasional penyelenggaraan pameran bursa kerja (job fair) dan pelaksanaan operasional pembinaan dan penempatan tenaga kerja pemuda, wanita, penyandang cacat, lanjut usia serta verifikasi dan dokumentasi tenaga kerja indonesia (TKI);
- h. Menyiapkan bahan perencanaan, pengaturan dan pengkoordinasian kegiatan penyusunan data dasar dalam rangka penyusunan laporan SPM dan laporan capaian kinerja indikatornya di bidang informasi pasar dan penempatan tenaga kerja;
- i. Menyusun laporan hasil pelaksanaan tugas bidang pendaftaran dan pendayagunaan tenaga kerja, memberikan saran pertimbangan kepada atasan sebagai bahan perumusan kebijakan, melakukan pembinaan

c) Keadaan Pegawai

Berdasarkan data dan informasi yang dihimpun menunjukkan bahwa formasi (keadaan) pegawai pada Kantor Dinas Tenaga Kerja Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Jayawijaya khususnya pada bidang perindustrian dan perdagangan sampai dengan september 2021 seluruhnya

berjumlah 32 orang. Untuk lebih jelasnya keadaan pegawai pada Kantor Dinas Tenaga Kerja Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Jayawijaya khususnya pada bidang perindustrian dan perdagangan dapat dijelaskan secara rinci sebagai berikut :

1) Keadaan pegawai menurut jenis kelaminnya

Keadaan pegawai menurut jenis kelamin pada kantor Dinas Perindustrian, Dan Perdagangan Kabupaten Jayawijaya khususnya pada bidang perindustrian dan perdagangan dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.1

Keadaan Pegawai Menurut Jenis Kelaminnya

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Laki – laki	16	50
2	Perempuan	16	50
	Total	32	100,00

Sumber : kantor Dinas Perindustrian Dan Perdagangan (prindag) tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.1 terlihat bahwa seluruh pegawai pada kantor Dinas Perindustrian, Dan Perdagangan Kabupaten Jayawijaya khususnya pada bidang perindustrian dan perdagangan berjenis kelamin laki laki yakni sebanyak 16 orang (50%), dan pegawai yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 16 orang (50%).

2) Keadaan pegawai menurut pangkat / golongan

Keadaan pegawai menurut pangkat / golongan pada kantor Dinas Perindustrian, Dan Perdagangan Kabupaten Jayawijaya khususnya pada bidang perindustrian dan perdagangan dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.2**Keadaan Pegawai Menurut pangkat / golongan**

No	Pangkat / golongan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	IV	2	6.25
2	III	22	68.75
3	II	8	25
	Total	32	100,00

Sumber : kantor Dinas Perindustrian Dan Perdagangan (prindag) tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.2 terlihat bahwa seluruh pegawai pada kantor Dinas Perindustrian, Dan Perdagangan Kabupaten Jayawijaya khususnya pada bidang perindustrian dan perdagangan dengan pangkat / golongan IV berjumlah 2 orang (6.25%), dengan pangkat / golongan III berjumlah 22 orang (68.75%) dan pegawai yang berpangkat / golongan II berjumlah 8 orang (25%).

3) Keadaan pegawai menurut agama

Keadaan pegawai menurut agama pada kantor Dinas Perindustrian, Dan Perdagangan Kabupaten Jayawijaya khususnya pada bidang perindustrian dan perdagangan dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.3**Keadaan Pegawai Menurut agama**

No	Agama	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Islam	4	12.5
2	Kristen Protestan	21	65.62
3	Kristen Katolik	7	21.87
	Total	32	100,00

Sumber : kantor Dinas Perindustrian Dan Perdagangan (prindag) tahun 2021.

Berdasarkan tabel 4.3 terlihat bahwa seluruh pegawai pada kantor Dinas Perindustrian, Dan Perdagangan Kabupaten Jayawijaya khususnya pada bidang perindustrian dan perdagangan yang beragama islam berjumlah 4 orang (12.5%), yang beragama kristen protestan berjumlah 21 orang (65.62%) dan yang beragama kristen katolik berjumlah 7 orang (21.87%)

4) Keadaan pegawai menurut tingkat pendidikan

Keadaan pegawai menurut tingkat pendidikan pada kantor Dinas Perindustrian, Dan Perdagangan Kabupaten Jayawijaya khususnya pada bidang perindustrian dan perdagangan dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.4

Keadaan Pegawai Menurut tingkat pendidikan

No	Tingkat pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Magister	1	3.12
2	Sarjana	20	62.5
3	SMA / SMK	11	34.37
	Total	32	100,00

Sumber : kantor Dinas Perindustrian Dan Perdagangan (prindag) tahun 2021.

Berdasarkan tabel 4.4 terlihat bahwa seluruh pegawai pada kantor Dinas Perindustrian, Dan Perdagangan Kabupaten Jayawijaya khususnya pada bidang perindustrian dan perdagangan dengan tingkat pendidikan magister berjumlah 1 orang (3.12%), dengan tingkat pendidikan sarjana berjumlah 20 orang (62.5%), dengan tingkat pendidikan diploma tidak ada, dan dengan tingkat pendidikan SMA / SMK berjumlah 11 orang (34.37%).

5) Keadaan sarana dan prasarana

Keadaan sarana dan prasarana pada pada kantor Dinas Perindustrian, Dan Perdagangan Kabupaten Jayawijaya khususnya pada bidang perindustrian dan perdagangan dapat dilihat seperti pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5

Sarana dan prasaran pada kantor Dinas Perindustrian, Dan Perdagangan Kabupaten Jayawijaya khususnya pada bidang perindustrian dan perdagangan .

No	Nama barang	Jumlah	Keterangan
1	Kursi	1	Baik
2	Meja	1	Baik
3	Meja Tamu	1	Baik
4	Komputer	1	Baik
5	Laptop	1	Baik
6	Printer	1	Baik
7	CPU	1	Baik
8	Alat UUTP	1	Baik
9	Mobil Penar	1	Baik
10	Mobil Oprasional	1	Baik
11	Motor	3	Baik

Sumber : kantor Dinas Perindustrian Dan Perdagangan (prindag) tahun 2021.

Berdasarkan tabel 4.5 terlihat bahwa seluruh sarana dan prasarana dalam kondisi baik dengan masing masing jumlah yang tertera pada tabel diatas.

2. Keadaan Responden

Berdasarkan data dan informasi yang dihimpun menunjukkan bahwa jumlah responden yang digunakan adalah sebanyak 15 orang. Untuk

lebih jelasnya keadaan responden dapat dijelaskan secara rinci sebagai berikut :

1) Keadaan responden menurut umur

Keadaan responden menurut umur sebagai masyarakat penerima layanan pada kantor Dinas Perindustrian, Dan Perdagangan Kabupaten Jayawijaya khususnya pada bidang perindustrian dan perdagangan dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.6
Keadaan Responden Menurut umur

No	Umur	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	20 – 30	9	60
2	31 – 40	4	26,67
3	41 – 50	2	13.33
4	51 – 60	0	0
	Total	15	100,00

Sumber : olahan data primer, tahun 2021

Berdasarkan table 4.6 terlihat bahwa sebagian masyarakat yang membeli bahan pokok di Dinas Perindustrian, Dan Perdagangan Kabupaten Jayawijaya khususnya pada bidang perindustrian dan perdagangan dengan umur 20 - 30 berjumlah 9 orang (60%), dengan umur 31 - 40 berjumlah 4 orang (26,67%), dengan umur 41 – 50 berjumlah 2 orang (13,33%), dan umur 51 – 60 tidak ada.

2) Keadaan responden menurut jenis kelamin

Keadaan responden menurut jenis kelamin sebagai masyarakat penerima layanan pada kantor Dinas Perindustrian, Dan Perdagangan

Kabupaten Jayawijaya khususnya pada bidang perindustrian dan perdagangan dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.7

Keadaan Responden Menurut jenis kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Perempuan	7	46.67
2	Laki – laki	8	53.33
	Total	15	100,00

Sumber : olahan data primer, tahun 2021.

Berdasarkan table 4.7 terlihat bahwa sebagian masyarakat yang membeli bahan pokok di Dinas Perindustrian, Dan Perdagangan Kabupaten Jayawijaya khususnya pada bidang perindustrian dan perdagangan dengan jenis kelamin perempuan berjumlah 7 orang (46.67%), dan dengan jenis kelamin laki – laki berjumlah 8 orang (53.33).

3) Keadaan responden menurut pekerjaan

Keadaan responden menurut pekerjaan sebagai masyarakat penerima layanan pada kantor Dinas Perindustrian, Dan Perdagangan Kabupaten Jayawijaya khususnya pada bidang perindustrian dan perdagangan dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.8

Keadaan Responden pekerjaan

No	Umur	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Ibu rumah tangga	7	46.67
2	Petani	5	33.33
3	Siswa	3	20
	Total	15	100,00

Sumber : olahan data primer, tahun 2021.

Berdasarkan table 4.8 terlihat bahwa sebagian masyarakat yang membeli bahan pokok di Dinas Perindustrian, Dan Perdagangan Kabupaten Jayawijaya khususnya pada bidang perindustrian dan perdagangan dengan pekerjaan sebagai ibu rumah tangga berjumlah 7 orang (46.67%), dengan pekerjaan sebagai petani berjumlah 5 orang (33.33%), dengan pekerjaan sebagai siswa berjumlah 2 orang (20%).

4) Keadaan responden menurut pendidikan

Keadaan responden menurut pendidikan sebagai masyarakat penerima layanan pada kantor Dinas Perindustrian, Dan Perdagangan Kabupaten Jayawijaya khususnya pada bidang perindustrian dan perdagangan dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.9

Keadaan Responden pendidikan

No	Umur	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	SMA	7	46,67
2	SMP	6	40
3	SD	1	6,66
4	TIDAK SEKOLAH	1	6,66
	Total	15	100,00

Sumber : olahan data primer, tahun 2021.

Berdasarkan table 4.9 terlihat bahwa sebagian masyarakat yang membeli bahan pokok di Dinas Perindustrian, Dan Perdagangan Kabupaten Jayawijaya khususnya pada bidang perindustrian dan perdagangan dengan pendidikan SMA berjumlah 7 orang (46.66%), dengan pendidikan SMP berjumlah 6 orang (40%), dengan SD berjumlah 1 orang (6.66) dan yang tidak berpendidikan berjumlah 1 orang (6.66).

3. Analisis Data

Untuk mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi daya beli kebutuhan pokok masyarakat di dinas perindustrian dan perdagangan (perindag), peneliti membagikan kuisisioner kepada masyarakat dengan variabel daya beli sebagai berikut :

a. Tingkat pendapatan

Untuk mengetahui lebih jelas tanggapan responden tentang daya beli pada indikator tingkat pendapatan sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan tingkat pendapatan, Barang yang dijual di perindag memiliki harga yang relatif murah sehingga sangat dapat dijangkau oleh masyarakat yang berpendapatan menengah hingga yang berpendapatan rendah , dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 4.10

Tanggapan responden mengenai Barang yang dijual di perindag memiliki harga yang relatif murah sehingga sangat dapat dijangkau oleh masyarakat yang berpendapatan menengah hingga yang berpendapatan rendah

No	Kategori jawaban	Skor	Frekuensi	Nilai Skor
1	Sangat setuju	5	13	65
2	Setuju	4	2	8
3	Kurang setuju	3	-	-
4	Tidak setuju	2	-	-
5	Sangat tidak setuju	1	-	-
Jumlah			15	73

Sumber : olahan data primer, tahun 2021

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan melibatkan 15 orang masyarakat yang berbelanja di dinas

perindustrian dan perdagangan (perindag) berkaitan dengan Barang yang dijual di perindag memiliki harga yang relatif murah sehingga sangat dapat dijangkau oleh masyarakat yang berpendapatan menengah hingga yang berpendapatan rendah dengan jumlah skor 73 dengan predikat **Sangat setuju**. Hal ini dapat dilihat dari daya beli dengan indikator tingkat pendapatan.

- 2) Berdasarkan tingkat pendapatan, Masyarakat yang berpendapatan rendah sulit untuk menjangkau harga barang di toko lain sehingga perindag dapat menjadi solusi untuk mendapatkan barang dengan harga yang lebih murah, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 4.11
Tanggapan responden mengenai Masyarakat yang berpendapatan rendah sulit untuk menjangkau harga barang di toko lain sehingga perindag dapat menjadi solusi untuk mendapatkan barang dengan harga yang lebih murah

No	Kategori jawaban	Skor	Frekuensi	Nilai Skor
1	Sangat setuju	5	11	55
2	Setuju	4	2	8
3	Kurang setuju	3	2	6
4	Tidak setuju	2	-	-
5	Sangat tidak setuju	1	-	-
Jumlah			15	69

Sumber : olahan data primer, tahun 2021

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan melibatkan 15 orang masyarakat yang berbelanja di dinas perindustrian dan perdagangan (perindag) berkaitan dengan Masyarakat yang berpendapatan rendah sulit untuk menjangkau harga barang di toko lain sehingga perindag dapat menjadi solusi untuk mendapatkan barang

dengan harga yang lebih murah dengan jumlah skor 69 dengan predikat **Sangat setuju**. Hal ini dapat dilihat dari daya beli dengan indikator tingkat pendapatan.

b. Tingkat pendidikan

Untuk mengetahui lebih jelas tanggapan responden tentang daya beli pada indikator tingkat pendidikan sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan tingkat pendidikan, Masyarakat yang membeli barang di perindag adalah masyarakat dengan tingkat pendidikan rendah karena pendapatannyapun juga rendah, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 4.12

Tanggapan responden mengenai Masyarakat yang membeli barang di perindag adalah masyarakat dengan tingkat pendidikan rendah karena pendapatannyapun juga rendah

No	Kategori jawaban	Skor	Frekuensi	Nilai Skor
1	Sangat setuju	5	5	25
2	Setuju	4	3	12
3	Kurang setuju	3	2	6
4	Tidak setuju	2	5	10
5	Sangat tidak setuju	1	-	-
Jumlah			15	53

Sumber : olahan data primer, tahun 2021

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan melibatkan 15 orang masyarakat yang berbelanja di dinas perindustrian dan perdagangan (perindag) berkaitan dengan Masyarakat yang membeli barang di perindag adalah masyarakat dengan tingkat pendidikan rendah

karena pendapatannyapun juga rendah dengan jumlah skor 53 dengan predikat **Setuju**. Hal ini dapat dilihat dari daya beli dengan indikator tingkat pendidikan.

- 2) Berdasarkan tingkat pendidikan, Masyarakat yang berpendidikan tinggi sangat sedikit melakukan transaksi pembelian di perindag karena mampu menjangkau harga barang di toko lain, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 4.13

Tanggapan responden mengenai Masyarakat yang berpendidikan tinggi sangat sedikit melakukan transaksi pembelian di perindag karena mampu menjangkau harga barang di toko lain

No	Kategori jawaban	Skor	Frekuensi	Nilai Skor
1	Sangat setuju	5	7	35
2	Setuju	4	5	20
3	Kurang setuju	3	2	6
4	Tidak setuju	2	1	2
5	Sangat tidak setuju	1	-	-
Jumlah			15	63

Sumber : olahan data primer, tahun 2021

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan melibatkan 15 orang masyarakat yang berbelanja di dinas perindustrian dan perdagangan (perindag) berkaitan dengan Masyarakat yang berpendidikan tinggi sangat sedikit melakukan transaksi pembelian di perindag karena mampu menjangkau harga barang di toko lain dengan jumlah skor 63 dengan predikat **Sangat Setuju**. Hal ini dapat dilihat dari daya beli dengan indikator tingkat pendidikan.

c. Tingkat kebutuhan

Untuk mengetahui lebih jelas tanggapan responden tentang daya beli pada indikator tingkat kebutuhan sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan tingkat kebutuhan, Barang yang dijual di perindag dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 4.14

Tanggapan responden mengenai Barang yang dijual di perindag dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari

No	Kategori jawaban	Skor	Frekuensi	Nilai Skor
1	Sangat setuju	5	11	55
2	Setuju	4	3	12
3	Kurang setuju	3	1	3
4	Tidak setuju	2	-	-
5	Sangat tidak setuju	1	-	-
Jumlah			15	70

Sumber : olahan data primer, tahun 2021

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan melibatkan 15 orang masyarakat yang berbelanja di dinas perindustrian dan perdagangan (perindag) berkaitan dengan Barang yang dijual di perindag dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan jumlah skor 70 dengan predikat **Sangat Setuju**. Hal ini dapat dilihat dari daya beli dengan indikator tingkat kebutuhan.

- 2) Berdasarkan tingkat kebutuhan, Bukan hanya barang untuk keperluan makanan saja yang dijual di perindag tetapi juga bahan bangunan untuk keperluan tempat tinggal, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 4.15
Tanggapan responden mengenai Bukan hanya barang untuk
keperluan makanan saja yang dijual di perindag tetapi juga
bahan bangunan untuk keperluan tempat tinggal

No	Kategori jawaban	Skor	Frekuensi	Nilai Skor
1	Sangat setuju	5	10	50
2	Setuju	4	5	20
3	Kurang setuju	3	-	-
4	Tidak setuju	2	-	-
5	Sangat tidak setuju	1	-	-
Jumlah			15	70

Sumber : olahan data primer, tahun 2021

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan melibatkan 15 orang masyarakat yang berbelanja di dinas perindustrian dan perdagangan (perindag) berkaitan dengan Bukan hanya barang untuk keperluan makanan saja yang dijual di perindag tetapi juga bahan bangunan untuk keperluan tempat tinggal dengan jumlah skor 70 dengan predikat **Sangat Setuju**. Hal ini dapat dilihat dari daya beli dengan indikator tingkat kebutuhan.

d. Kebiasaan Masyarakat

Untuk mengetahui lebih jelas tanggapan responden tentang daya beli pada indikator Kebiasaan Masyarakat sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan Kebiasaan Masyarakat, Masyarakat terbiasa mencari barang murah untuk menghemat pengeluaran rumah tangga dan perindag merupakan tempat untuk membeli barang yg relatif murah untuk menghemat pengeluaran rumah tangga, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 4.16

Tanggapan responden mengenai Masyarakat terbiasa mencari barang murah untuk menghemat pengeluaran rumah tangga dan perindag merupakan tempat untuk membeli barang yg relatif murah untuk menghemat pengeluaran rumah tangga

No	Kategori jawaban	Skor	Frekuensi	Nilai Skor
1	Sangat setuju	5	15	75
2	Setuju	4	-	-
3	Kurang setuju	3	-	-
4	Tidak setuju	2	-	-
5	Sangat tidak setuju	1	-	-
Jumlah			15	75

Sumber : olahan data primer, tahun 2021

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan melibatkan 15 orang masyarakat yang berbelanja di dinas perindustrian dan perdagangan (perindag) berkaitan dengan Masyarakat terbiasa mencari barang murah untuk menghemat pengeluaran rumah tangga dan perindag merupakan tempat untuk membeli barang yg relatif murah untuk menghemat pengeluaran rumah tangga dengan jumlah skor 75 dengan predikat **Sangat Setuju**. Hal ini dapat dilihat dari daya beli dengan indikator kebiasaan masyarakat.

- 2) Berdasarkan Kebiasaan Masyarakat, Masyarakat terbiasa untuk memenuhi kebutuhan hidup dengan membeli barang - barang yang benar benar dibutuhkan dan barang - barang tersebut tersedia di perindag, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 4.17
Tanggapan responden mengenai Masyarakat terbiasa untuk
memenuhi kebutuhan hidup dengan membeli barang -
barang yang benar benar dibutuhkan dan barang - barang
tersebut tersedia di perindag

No	Kategori jawaban	Skor	Frekuensi	Nilai Skor
1	Sangat setuju	5	13	65
2	Setuju	4	2	8
3	Kurang setuju	3	-	-
4	Tidak setuju	2	-	-
5	Sangat tidak setuju	1	-	-
Jumlah			15	73

Sumber : olahan data primer, tahun 2021

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan melibatkan 15 orang masyarakat yang berbelanja di dinas perindustrian dan perdagangan (perindag) berkaitan dengan Masyarakat terbiasa untuk memenuhi kebutuhan hidup dengan membeli barang - barang yang benar benar dibutuhkan dan barang - barang tersebut tersedia di perindag dengan jumlah skor 73 dengan predikat **Sangat Setuju**. Hal ini dapat dilihat dari daya beli dengan indikator kebiasaan masyarakat.

e. Harga Barang

Untuk mengetahui lebih jelas tanggapan responden tentang daya beli pada indikator Harga Barang sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan Harga Barang, Harga barang yang dijual pada perindag memiliki harga yang lebih murah dibandingkan dengan harga di toko-toko lain, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 4.18
Tanggapan responden mengenai Harga barang yang dijual
pada perindag memiliki harga yang lebih murah
dibandingkan dengan harga di toko-toko lain

No	Kategori jawaban	Skor	Frekuensi	Nilai Skor
1	Sangat setuju	5	10	50
2	Setuju	4	2	8
3	Kurang setuju	3	2	6
4	Tidak setuju	2	1	2
5	Sangat tidak setuju	1	-	-
Jumlah			15	66

Sumber : olahan data primer, tahun 2021

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan melibatkan 15 orang masyarakat yang berbelanja di dinas perindustrian dan perdagangan (perindag) berkaitan dengan Harga barang yang dijual pada perindag memiliki harga yang lebih murah dibandingkan dengan harga di toko-toko lain dengan jumlah skor 66 dengan predikat **Sangat Setuju**. Hal ini dapat dilihat dari daya beli dengan indikator harga barang.

- 2) Berdasarkan Harga Barang, Harga barang yang murah tidak membuat produk yang dijual mempunyai kualitas yang rendah, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 4.19
Tanggapan responden mengenai Harga barang yang murah
tidak membuat produk yang dijual mempunyai kualitas yang
rendah

No	Kategori jawaban	Skor	Frekuensi	Nilai Skor
1	Sangat setuju	5	9	45
2	Setuju	4	2	8
3	Kurang setuju	3	2	6
4	Tidak setuju	2	2	4
5	Sangat tidak setuju	1	-	-
Jumlah			15	63

Sumber : olahan data primer, tahun 2021

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan melibatkan 15 orang masyarakat yang berbelanja di dinas perindustrian dan perdagangan (perindag) berkaitan dengan Harga barang yang murah tidak membuat produk yang dijual mempunyai kualitas yang rendah dengan jumlah skor 63 dengan predikat **Sangat Setuju**. Hal ini dapat dilihat dari daya beli dengan indikator harga barang.

f. Mode

Untuk mengetahui lebih jelas tanggapan responden tentang daya beli pada indikator mode sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan mode, Kualitas dan merk-merk barang yang dijual di perindag sama seperti yang dijual di toko-toko lain, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 4.20
Tanggapan responden mengenai Kualitas dan merk-merk
barang yang dijual di perindag sama seperti yang dijual di
toko-toko lain

No	Kategori jawaban	Skor	Frekuensi	Nilai Skor
1	Sangat setuju	5	15	75
2	Setuju	4	-	-
3	Kurang setuju	3	-	-
4	Tidak setuju	2	-	-
5	Sangat tidak setuju	1	-	-
Jumlah			15	75

Sumber : olahan data primer, tahun 2021

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan melibatkan 15 orang masyarakat yang berbelanja di dinas perindustrian dan perdagangan (perindag) berkaitan dengan Kualitas dan merk-merk barang yang dijual di perindag sama seperti yang dijual di toko-toko lain dengan jumlah skor 75 dengan predikat **Sangat Setuju**. Hal ini dapat dilihat dari daya beli dengan indikator mode.

- 2) Berdasarkan mode, Meskipun harga barang di perindag lebih murah tetapi mode barang yang dijual merupakan mode-mode terbaru, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 4.21
Tanggapan responden mengenai Meskipun harga barang di
perindag lebih murah tetapi mode barang yang dijual
merupakan mode-mode terbaru

No	Kategori jawaban	Skor	Frekuensi	Nilai Skor
1	Sangat setuju	5	5	25
2	Setuju	4	5	20
3	Kurang setuju	3	1	3
4	Tidak setuju	2	3	6
5	Sangat tidak setuju	1	1	1
Jumlah			15	55

Sumber : olahan data primer, tahun 2021

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan melibatkan 15 orang masyarakat yang berbelanja di dinas perindustrian dan perdagangan (perindag) berkaitan dengan Meskipun harga barang di perindag lebih murah tetapi mode barang yang dijual merupakan mode-mode terbaru dengan jumlah skor 55 dengan predikat **Setuju**. Hal ini dapat dilihat dari daya beli dengan indikator mode.

B. PEMBAHASAN

Untuk menunjukkan data dan hasil penulisan ini maka penulis melakukan interpretasi data secara keseluruhan untuk mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi daya beli kebutuhan pokok masyarakat di dinas perindustrian dan perdagangan (perindagkop) distrik wamena kabupaten jayawijaya khususnya di bidang Perindustrian, Dan Perdagangan.

Dalam menganalisa variabel daya beli maka digunakan indikator yang menjadi tolak ukur meliputi tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, tingkat kebutuhan, kebiasaan masyarakat, harga barang dan mode. Sesuai hasil penelitian yang diperoleh dari daftar pertanyaan yang

disebarkan untuk diisi oleh responden maka data yang diperoleh yang berkaitan dengan indikator penilaian pada variabel daya beli yang dijelaskan per aspek seperti berikut ini :

1. Tingkat pendapatan

Dalam menganalisa indikator tingkat pendapatan pada kantor dinas perindustrian dan perdagangan (prindagkop) distrik wamena kabupaten jayawijaya sesuai hasil penelitian yang diperoleh dari daftar pertanyaan yang disebarkan untuk diisi oleh responden maka data yang diperoleh dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.22

Rata rata persentase tingkat pendapatan

No	Uraian	Nilai skor	Kategori
1	Barang yang dijual di perindag memiliki harga yang relatif murah sehingga sangat dapat dijangkau oleh masyarakat yang berpendapatan menengah hingga yang berpendapatan rendah	73	Sangat Baik
2	Masyarakat yang berpendapatan rendah sulit untuk menjangkau harga barang di toko lain sehingga perindag dapat menjadi solusi untuk mendapatkan barang dengan harga yang lebih murah	69	Sangat Baik
Jumlah rata rata		71	Sangat Baik

Sumber : olahan data primer, tahun 2021

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari penyebaran daftar pertanyaan kepada masyarakat yang telah membeli kebutuhan pokok di kantor Dinas Tenaga Kerja, Perindustrian, Dan Perdagangan Kabupaten Jayawijaya khususnya Pada Bidang perindustrian dan perdagangan. Informasi tentang Barang yang dijual di perindag memiliki harga yang relatif murah sehingga sangat dapat dijangkau oleh masyarakat yang berpendapatan menengah hingga yang berpendapatan rendah dengan skor 73, Informasi tentang Masyarakat yang berpendapatan rendah sulit untuk menjangkau harga barang di toko lain sehingga perindag dapat menjadi solusi untuk mendapatkan barang dengan harga yang lebih murah dengan skor 69, Maka angka angka pada pembasan tersebut menunjukkan bahwa indikator tingkat pendapatan dengan variabel daya beli pada kantor Dinas Perindustrian, Dan Perdagangan Kabupaten Jayawijaya khususnya Pada Bidang perindustrian dan perdagangan nilai skor 71 dengan kategori sangat Baik.

2. Tingkat pendidikan

Dalam menganalisa indikator tingkat pendidikan pada kantor dinas perindustrian dan perdagangan (prindagkop) distrik wamena kabupaten jayawijaya sesuai hasil penelitian yang diperoleh dari daftar pertanyaan yang disebarakan untuk diisi oleh responden maka data yang diperoleh dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.23
Rata rata persentase tingkat pendidikan

No	Uraian	Nilai skor	Kategori
1	Masyarakat yang membeli barang di perindag adalah masyarakat dengan tingkat pendidikan rendah karena pendapatannyapun juga rendah	53	Baik
2	Masyarakat yang berpendidikan tinggi sangat sedikit melakukan transaksi pembelian di perindag karena mampu menjangkau harga barang di toko lain.	63	Sangat Baik
Jumlah rata rata		58	Baik

Sumber : olahan data primer, tahun 2021

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari penyebaran daftar pertanyaan kepada masyarakat yang telah membeli kebutuhan pokok di kantor Dinas Tenaga Kerja, Perindustrian, Dan Perdagangan Kabupaten Jayawijaya khususnya Pada Bidang perindustrian dan perdagangan. Informasi tentang Masyarakat yang membeli barang di perindag adalah masyarakat dengan tingkat pendidikan rendah karena pendapatannya pun juga rendah dengan skor 53, Informasi tentang Masyarakat yang berpendidikan tinggi sangat sedikit melakukan transaksi pembelian di perindag karena mampu menjangkau harga barang di toko lain dengan skor 63, Maka angka angka pada pembasan tersebut menunjukkan bahwa indikator tingkat pendidikan dengan variabel daya beli pada kantor Dinas Tenaga Kerja, Perindustrian, Dan Perdagangan Kabupaten Jayawijaya khususnya Pada Bidang perindustrian dan perdagangan nilai skor 58 dengan kategori Baik.

3. Tingkat kebutuhan

Dalam menganalisa indikator tingkat kebutuhan pada kantor dinas perindustrian dan perdagangan (prindagkop) distrik wamena kabupaten jayawijaya sesuai hasil penelitian yang diperoleh dari daftar pertanyaan yang disebarikan untuk diisi oleh responden maka data yang diperoleh dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.24

Rata rata persentase tingkat kebutuhan

No	Uraian	Nilai skor	Kategori
1	Barang yang dijual di perindag dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari	70	Sangat Baik
2	Bukan hanya barang untuk keperluan makanan saja yang dijual di perindag tetapi juga bahan bangunan untuk keperluan tempat tinggal.	70	Sangat Baik
Jumlah rata rata		70	Sangat Baik

Sumber : olahan data primer, tahun 2021

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari penyebaran daftar pertanyaan kepada masyarakat yang telah membeli kebutuhan pokok di kantor Dinas Tenaga Kerja, Perindustrian, Dan Perdagangan Kabupaten Jayawijaya khususnya Pada Bidang perindustrian dan perdagangan. Informasi tentang Barang yang dijual di perindag dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan skor 70, Informasi tentang Bukan hanya barang untuk keperluan makanan saja yang dijual di perindag tetapi juga bahan bangunan untuk keperluan tempat tinggal dengan skor 70, Maka angka angka pada pembasan tersebut menunjukkan bahwa indikator tingkat kebutuhan dengan variabel daya beli pada kantor Dinas Tenaga Kerja, Perindustrian, Dan Perdagangan Kabupaten Jayawijaya khususnya Pada

Bidang perindustrian dan perdagangan nilai skor 70 dengan kategori sangat Baik.

4. Kebiasaan masyarakat

Dalam menganalisa indikator kebiasaan masyarakat pada kantor dinas perindustrian dan perdagangan (prindagkop) distrik wamena kabupaten jayawijaya sesuai hasil penelitian yang diperoleh dari daftar pertanyaan yang disebarikan untuk diisi oleh responden maka data yang diperoleh dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.25

Rata rata persentase kebiasaan masyarakat

No	Uraian	Nilai skor	Kategori
1	Masyarakat terbiasa mencari barang murah untuk menghemat pengeluaran rumah tangga dan perindag merupakan tempat untuk membeli barang yg relatif murah untuk menghemat pengelurana rumah tangga	75	Sangat Baik
2	Masyarakat terbiasa untuk memenuhi kebutuhan hidup dengan membeli barang - barang yang benar benar dibutuhkan dan barang - brang tersebut tersedia di perindag.	73	Sangat Baik
Jumlah rata rata		74	Sangat Baik

Sumber : olahan data primer, tahun 2021

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari penyebaran daftar pertanyaan kepada masyarakat yang telah membeli kebutuhan pokok di kantor Dinas Tenaga Kerja, Perindustrian, Dan Perdagangan Kabupaten Jayawijaya khususnya Pada Bidang perindustrian dan perdagangan.

Informasi tentang Masyarakat terbiasa mencari barang murah untuk menghemat pengeluaran rumah tangga dan perindag merupakan tempat untuk membeli barang yg relatif murah untuk menghemat pengelurana rumah tangga dengan skor 75, Informasi tentang Masyarakat terbiasa untuk memenuhi kebutuhan hidup dengan membeli barang - barang yang benar benar dibutuhkan dan barang - brang tersebut tersedia di perindag dengan skor 73, Maka angka angka pada pembasan tersebut menunjukkan bahwa indikator kebutuhan masyarakat dengan variabel daya beli pada kantor Dinas Tenaga Kerja, Perindustrian, Dan Perdagangan Kabupaten Jayawijaya khususnya Pada Bidang perindustrian dan perdagangan nilai skor 74 dengan kategori sangat Baik.

5. Harga barang

Dalam menganalisa indikator harga barang pada kantor dinas perindustrian dan perdagangan (prindagkop) distrik wamena kabupaten jayawijaya sesuai hasil penelitian yang diperoleh dari daftar pertanyaan yang disebarakan untuk diisi oleh responden maka data yang diperoleh dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.26

Rata rata persentase harga barang

No	Uraian	Nilai skor	Kategori
1	Harga barang yang dijual pada perindag memiliki harga yang lebih murah dibandingkan dengan harga di toko-toko lain	66	Sangat Baik
2	Harga barang yang murah tidak membuat produk yang dijual mempunyai kualitas yang rendah.	63	Sangat Baik
Jumlah rata rata		64.5	Sangat Baik

Sumber : olahan data primer, tahun 2021

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari penyebaran daftar pertanyaan kepada masyarakat yang telah membeli kebutuhan pokok di kantor Dinas Tenaga Kerja, Perindustrian, Dan Perdagangan Kabupaten Jayawijaya khususnya Pada Bidang perindustrian dan perdagangan. Informasi tentang Harga barang yang dijual pada perindag memiliki harga yang lebih murah dibandingkan dengan harga di toko-toko lain dengan skor 66, Informasi tentang Harga barang yang murah tidak membuat produk yang dijual mempunyai kualitas yang rendah dengan skor 63, Maka angka angka pada pembasan tersebut menunjukkan bahwa indikator harga barang dengan variabel daya beli pada kantor Dinas Tenaga Kerja, Perindustrian, Dan Perdagangan Kabupaten Jayawijaya khususnya Pada Bidang perindustrian dan perdagangan nilai skor 64.5 dengan kategori sangat Baik.

6. Mode

Dalam menganalisa indikator mode pada kantor dinas perindustrian dan perdagangan (prindagkop) distrik wamena kabupaten jayawijaya sesuai hasil penelitian yang diperoleh dari daftar pertanyaan yang disebarakan untuk diisi oleh responden maka data yang diperoleh dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.27
Rata rata persentase mode

No	Uraian	Nilai skor	Kategori
1	Kualitas dan merk-merk barang yang dijual di perindag sama seperti yang dijual di toko-toko lain	75	Sangat Baik
2	Meskipun harga barang di perindag lebih murah tetapi mode barang yang dijual merupakan mode-mode terbaru.	55	Baik
Jumlah rata rata		65	Sangat Baik

Sumber : olahan data primer, tahun 2021

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari penyebaran daftar pertanyaan kepada masyarakat yang telah membeli kebutuhan pokok di kantor Dinas Tenaga Kerja, Perindustrian, Dan Perdagangan Kabupaten Jayawijaya khususnya Pada Bidang perindustrian dan perdagangan. Informasi tentang Kualitas dan merk-merk barang yang dijual di perindag sama seperti yang dijual di toko-toko lain dengan skor 75, Informasi Meskipun harga barang di perindag lebih murah tetapi mode barang yang dijual merupakan mode-mode terbaru dengan skor 55, Maka angka angka pada pembasan tersebut menunjukkan bahwa indikator mode dengan variabel daya beli pada kantor Dinas Tenaga Kerja, Perindustrian, Dan Perdagangan Kabupaten Jayawijaya khususnya Pada Bidang perindustrian dan perdagangan nilai skor 65 dengan kategori sangat baik.

Tabel 4.28
Rata rata persentase variabel daya beli

No	Uraian	Nilai skor	Kategori
1	Tingkat pendapatan	71	Sangat Baik
2	Tingkat pendidikan	58	Baik
3	Tingkat kebutuhan	70	Sangat Baik
4	Kebiasaan masyarakat	74	Sangat Baik
5	Harga barang	64.5	Sangat Baik
6	Mode	65	Sangat Baik
Jumlah rata rata		67.08	Sangat Baik

Sumber : olahan data primer, tahun 2021

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari penyebaran daftar pertanyaan kepada masyarakat yang telah membeli kebutuhan pokok di kantor Dinas Perindustrian, Dan Perdagangan Kabupaten Jayawijaya khususnya Pada Bidang perindustrian dan perdagangan. Dengan indikator tingkat pendapatan dengan skor 71, indikator tingkat pendidikan dengan skor 58, indikator tingkat kebutuhan dengan skor 70, indikator kebiasaan masyarakat dengan skor 74, indikator kebiasaan masyarakat dengan skor 74, indikator harga barang dengan skor 64.5, indikator mode dengan skor 65. Maka angka angka pada pembasan tersebut menunjukkan bahwa skor terendah ada pada indikator Tingkat pendidikan dengan skor 58 dengan predikat baik, dan skor tertinggi pada indikator kebiasaan masyarakat dengan skor 74 dengan predikat sangat baik, pembasan tersebut menunjukkan bahwa variabel daya beli pada kantor Dinas Perindustrian, Dan Perdagangan Kabupaten Jayawijaya khususnya Pada Bidang perindustrian dan perdagangan nilai skor 67.08 dengan kategori sangat baik.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penyebaran daftar pertanyaan kepada masyarakat sebagai pembeli bahan kebutuhan pokok di dinas perindustrian dan perdagangan (prindag) kabupaten jayawijaya diuraikan beberapa indikator pada variabel daya beli pada dinas perindustrian dan perdagangan (prindag) distrik wamena kabupaten jayawijaya yaitu indikator tingkat pendapatan dengan skor 71 predikat sangat baik, tingkat pendidikan dengan skor 58 predikat baik, tingkat kebutuhan dengan skor 70 predikat sangat baik, kebiasaan masyarakat dengan skor 74 predikat sangat baik, harga barang dengan skor 74.5 predikat sangat baik, dan mode dengan skor 65 predikat sangat baik maka rata rata rekapitulasi persentase variabel daya beli pada dinas perindustrian dan perdagangan (prindag) distrik wamena kabupaten jayawijaya diatas mendapat nilai skor 67.08 dengan predikat **sangat baik**.

B. Saran – saran

Berdasarkan kesimpulan yang diuraikan diatas, berikut ini adalah diberikan saran yakni :

1. Tingkat pendapatan :

Harga barang yang lebih murah dapat menjadi solusi bagi masyarakat untuk berbelanja di dinas perindustrian dan perdagangan (prindag) kabupaten jayawijaya.

2. Tingkat pendidikan :

Yang melakukan transaksi belanja di dinas perindustrian dan perdagangan (prindag) kabupaten jayawijaya adalah masyarakat dengan tingkat pendidikan rendah.

3. Tingkat kebutuhan :

Perlu diidentifikasi kebutuhan pokok yang dapat dijangkau harga belinya oleh masyarakat.

4. Kebiasaan masyarakat :

Perlu dipertahankan harga subsidi di dinas perindustrian dan perdagangan (prindag) kabupaten jayawijaya

5. Harga barang :

Terdapat pilihan bagi masyarakat ketika akan berbelanja yang dilihat dari harga barang dan kualitas barang.

6. Mode :

Perlu dipertahankan system pengadaan barang kebutuhan masyarakat yang berkualitas.

DAFTAR PUSTAKA

1. Buku - Buku

- Alcacer, Juan. 2008. *Location choice sacross the value chain: howactivity and capabality infuence agglomerationnnan competition effects*. New York: Stern School of Business New York University.
- Andanawari, Anindya Rachma. 2014. “*Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Stove Syndicate Cafe Semarang)*”. *Skripsi*. Semarang : Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
- Basu, Swastha dan Irawan. 2003. *Manajemen Pemasara Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Crosier, K. 2006. What Exactly is Marketing. *Quarterly Review of Marketing*. Vol.1,No.2.
- Fandy Tjiptono, 2002, *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andy Offset.
- Ghanimata Fifyanita dan Mustafa Kamal. 2012. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang)*. *Jurnal Ekonomi*. Vol11,No.2.
- HandokoT. Hani. 2002, *Manajemen*. Edisi Kedua. Yokyakarta : BPFE
- Hidayat, Relon Taufik dan Sri Zuliarni. 2014. *Pengaruh Lokasi Usaha . Volume Penjualan*. *Jurnal Ilmu Akuntansi dan Bisnis*. Vol. 9 No2.
- Indarti, Nurul. 2004. Business Location and Success : The Case of Internet Cafe Business inIndonesia. *Gadjah Mada International Journal of Business*. Vol.6,No.2.171-192.
- Kohli,A., and Jaworski, B, 2005. Market Oriented : The Construaect, Research Prepositionang Managerial Implication, *Jurnal of Marketing*. Vol.541,No.18.

- Kotler dan Amstrong. 2000. *Prinsip – prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler dan Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran 2*. Edisi Kedua belas. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2007. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan.Jilid1.Jakarta: Indeks.
- Larosa,Septhani Rebeka. 2011. “*Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian(Studi Kasus Pada Warung-Warung Makandi Sekitar Simpang Lima Semarang)*”. *Skripsi*. Semarang : Fakultas Ekonomidan Bisnis, UniversitasDiponegoro.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa.Edisi I*.Jakarta:Salemba Empat.
- Pribadi, Fancholiq J., dan Ferdinand Andrias Mundung. 2007. *Edisi 1. Manajemen Usaha UMKM (Konsep, Pengalaman Empiris dan The Best Practice)*. Malang: Bayu media Publishing.
- Rachmawati,Rina. 2011. *Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Restoran)*. *Jurnal Kompetensi Teknik*. Vol.2,No.2.
- Saladin, Djaslim. 2003.*Intisari Pemasaran dan Unsur – unsur Pemasaran, Cetakan Ketiga*.Bandung : Linda Karya.
- Setiadi, Nugroho J. 2013. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Revisi*. Jakarta: Prenada MediaGroup.
- Sugiyono. 2005 dan 2010 Siregar, syofian. 2013.*Edisi I.Metode Penelitian Kuantitatif* .Jakarta : Penerbit Kencana.
- Swastha, BDH, dan Irawan, 2006, *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.

Tjiptono,Fandy.2007.*Pemasaran Jasa*. Malang : Bayu media Publishing.

Tjiptono,Fandy.2008.*Strategi Pemasaran.Edisi3*.Yogyakarta : Andy Offset .*Metode Penelitian*

Muhammad Zais M, Samiun dan Nurdin I Muhammad. 2018. Daya Beli Masyarakat Terhadap Bahan Pangan Pokok. Halmahera Tengah. *Jurnal Penelitian Humano, Vol. 9 No. 2*

Ranni resnia. *fluktuasi harga bahan pangan pokok (BAPOK) dan daya beli kelompok masyarakat berpendapatan rendah. Jurnal Penelitian Kementerian perdagangan, Vol.6*

Fery Hernaningsih. *Pengaruh Kestabilan Inflasi Dan Ketimpangan Pendapatan Terhadap Daya Beli Masyarkat. Jurnal Penelitian M - PROGRESS*

2. Dokumen – Dokumen

UU SPN Nomor 21 Tahun 2016 Pasal 13 Ayat 1, Sistem Penddikan Nasional .

3. Sumber – Sumber Lain

[http : fashion – era.com/seociologi – seminiotics.htm](http://fashion-era.com/seociologi-seminiotics.htm). diakses pada tanggal 22 april 2021 pukul 22: 35

KUESIONER PENELITIAN
 FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI DAYA BELI
 KEBUTUHAN POKOK MASYARAKAT DI Koperasi Dinas
 Perindustrian Dan Perdagangan (Prindagkop) DISTRIK WAMENA
 KABUPATEN JAYAWIJAYA

PENILAIAN RESPONDEN

Identitas responden :

No res :

Jenis kelamin :

Usia :

a. 20 – 30 c. 41 – 50

b. 31- 40 d. 51 – 60

Pekerjaan :

Pendidikan :

Petunjuk :

1. Pilihlah jawaban yang paling sesuai menurut saudara / i dengan memberikan tanda (\checkmark) pada kotak yang tersedia.

2. Anda hanya dapat memberikan satu jawaban di setiap pernyataan.

Keterangan :

SS	= Sangat Setuju
S	= Setuju
KS	= Kurang Setuju
TS	= Tidak Setuju
STS	= Sangat Tidak Setuju

NO	DAFTAR PERNYATAAN	PENILAIAN				
		SS	S	KS	TS	STS
Tingkat Pendapatan						
1	Barang yang dijual di perindag memiliki harga yang relatif murah sehingga sangat dapat dijangkau oleh masyarakat yang berpendapatan menengah hingga yang berpendapatan rendah					
2	Masyarakat yang berpendapatan rendah sulit untuk menjangkau harga barang di toko lain sehingga perindag dapat menjadi solusi untuk mendapatkan barang dengan harga yang lebih murah					
Tingkat Pendidikan						
1	Masyarakat yang membeli barang di perindag adalah masyarakat dengan tingkat pendidikan rendah karena pendapatannyapun juga rendah					
2	Masyarakat yang berpendidikan tinggi sangat sedikit melakukan transaksi pembelian di perindag karena mampu menjangkau harga barang di toko lain.					
Tingkat Kebutuhan						

1	Barang yang dijual di perindag dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari					
2	Bukan hanya barang untuk keperluan makanan saja yang dijual di perindag tetapi juga bahan bangunan untuk keperluan tempat tinggal.					
Kebiasaan Masyarakat						
1	Masyarakat terbiasa mencari barang murah untuk menghemat pengeluaran rumah tangga dan perindag merupakan tempat untuk membeli barang yg relatif murah untuk menghemat pengelurana rumah tangga					
2	Masyarakat terbiasa untuk memenuhi kebutuhan hidup dengan membeli barang - barang yang benar benar dibutuhkan dan barang - brang tersebut tersedia di perindag					
Harga Barang						
1	Harga barang yang dijual pada perindag memiliki harga yang lebih murah dibandingkan dengan harga di toko-toko lain					

2	Harga barang yang murah tidak membuat produk yang dijual mempunyai kualitas yang rendah					
Mode						
1	Kualitas dan merk-merk barang yang dijual di perindag sama seperti yang dijual di toko-toko lain					
2	Meskipun harga barang di perindag lebih murah tetapi mode barang yang dijual merupakan mode-mode terbaru					

1. Tingkat Pendapatan

No	1					2				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1	√						√			
2	√					√				
3	√					√				
4	√					√				
5		√				√				
6	√					√				
7	√						√			
8	√					√				
9	√					√				
10	√					√				
11		√						√		
12	√					√				
13	√					√				
14	√							√		
15	√					√				
Jumlah	13	2	0	0	0	11	2	2	0	0

1. Tingkat Pendidikan

No	1					2				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1			√				√			
2				√		√				
3			√			√				
4	√						√			
5				√				√		
6	√						√			
7	√						√			
8				√		√				
9				√				√		
10	√					√				
11		√					√			
12				√		√				
13		√							√	
14		√				√				
15	√					√				
Jumlah	5	3	2	5	0	7	5	2	1	0

1. Tingkat kebutuhan

No	1					2			
	5	4	3	2	1	5	4	3	2
1	√					√			
2	√					√			
3		√					√		
4	√					√			
5	√						√		
6			√				√		
7	√					√			
8	√					√			
9		√				√			
10	√						√		
11	√					√			
12	√					√			
13	√						√		
14		√				√			
15	√					√			
Jumlah	11	3	1	0	0	10	5	0	0

1. kebiasaan masyarakat

No	1					2				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1	√					√				
2	√					√				
3	√					√				
4	√					√				
5	√					√				
6	√					√				
7	√						√			
8	√					√				
9	√					√				
10	√					√				
11	√					√				
12	√					√				
13	√					√				
14	√						√			
15	√					√				
Jumlah	15	0	0	0	0	13	2	0	0	0

1. harga barang

No	1					2				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1			√			√				
2	√								√	
3		√						√		
4				√		√				
5	√					√				
6	√					√				
7	√					√				
8	√					√				
9	√								√	
10	√							√		
11	√					√				
12	√						√			
13		√				√				
14	√					√				
15			√				√			
Jumlah	10	2	2	1	0	9	2	2	2	0

1. mode

No	1					2				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1	√							√		
2	√						√			
3	√									√
4	√						√			
5	√								√	
6	√						√			
7	√					√				
8	√					√				
9	√					√				
10	√					√				
11	√						√			
12	√								√	
13	√						√			
14	√					√				
15	√								√	
Jumlah	15	0	0	0	0	5	5	1	3	1

Lampiran 2

Data keadaan responden

No Responden	Jenis kelamin L/P	Usia	Pekerjaan	Pendidikan
1	Perempuan	24	Ibu rumah tangga	SMA
2	Perempuan	33	Ibu rumah tangga	SMP
3	Perempuan	42	Ibu rumah tangga	SMA
4	Laki – laki	20	Petani	SD
5	Perempuan	22	Ibu rumah tangga	SMA
6	Perempuan	38	Ibu rumah tangga	SMP
7	Laki – laki	35	Petani	SMA
8	Perempuan	28	Ibu rumah tangga	Tidak sekolah
9	Laki – laki	20	Siswa	SMA
10	Laki – laki	27	Petani	SMP
11	Perempuan	30	Ibu rumah tangga	SMP
12	Laki – laki	20	Siswa	SMA
13	Laki – laki	41	Petani	SMP
14	Laki – laki	29	Petani	SMP
15	Laki – laki	20	Siswa	SMA

DOKUMENTASI



