

PENGARUH KEBUDAYAAN, DORONGAN EKONOMI DAN TINGKAT PENDIDIKAN TERHADAP PRAKTEK MENAIKKAN HARGA JUAL BELI PADA OBJEK WISATA DANAU TOBA SUMATERA UTARA

Oleh:

Susan Rumanti Sitohang¹⁾

Dearlina Sinaga²⁾

Aldwin Surya³⁾

Universitas Darma Agung, Medan^{1,2,3)}

E-mail:

susansitohang1984@gmail.com¹⁾

dearlinasinaga@gmail.com²⁾

alwinsurya9@gmail.com³⁾

ABSTRACT

The practice of increasing selling prices can be influenced by many factors, particularly habitual factors and factors inherent in the individual business actor himself. These factors are cultural factors, economic encouragement and education. This study aims at finding the influence of culture, economic encouragement and the level of education partially and simultaneously influencing the practice of increasing the buying and selling price of the Lake Toba Tourism Object, North Sumatra. The population of this research is 57 restaurant entrepreneurs. In determining the number of samples, saturated samples used so that the sample is 57 businesses. The data collection techniques used in this study are questionnaires, interviews and documentation studies. While the data analysis techniques used are the classical assumption test, multiple regression, partial t test, simultaneous F test and the coefficient of determination. The results show that cultural variables have a significant effect on the selling and buying prices of restaurant businesses at Lake Toba attractions. When the culture of community is better, the selling price is also better. Economic drive variables have a significant effect on the selling and buying prices of restaurant businesses at Lake Toba attractions. The better the economic boost, the better the selling price. The level of education variable has a significant effect on the selling price of restaurant products at Lake Toba attractions because the better the level of education, the better the selling price. Cultural variables, economic drive, and education level simultaneously have a significant effect on a significant effect on the selling price of restaurant products at Lake Toba tourism objects. As much as 86.90% of the variation in selling prices can be explained by culture, economic drive and education level simultaneously, while the remaining 13.10% is explained by other factors, such as variables such as variables such as location and type of business.

Keywords: *Culture, Economic Encouragement, Education Level, Purchase Price*

ABSTRAK

Praktek menaikkan harga jual dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, khususnya faktor kebiasaan dan faktor yang melekat pada individu pelaku usaha itu sendiri. Adapun faktor tersebut adalah faktor kebudayaan, dorongan ekonomi dan pendidikan. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk melihat pengaruh kebudayaan, dorongan ekonomi dan tingkat pendidikan secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap praktek menaikkan harga jual beli pada Objek Wisata Danau Toba Sumatera Utara. Populasi penelitian ini berjumlah 57 orang usaha rumah makan. Untuk penentuan

jumlah sampel digunakan sampel jenuh sehingga sampel 57 usaha. Teknik pengumpulan data yang digunakan penelitian ini adalah kuesioner, wawancara dan studi dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik, regresi berganda, uji t parsial, uji F simultan dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kebudayaan berpengaruh signifikan terhadap harga jual beli usaha rumah makan pada objek wisata Danau Toba. Semakin baik kebudayaan masyarakat maka harga jual juga akan semakin baik. Variabel dorongan ekonomi berpengaruh signifikan terhadap harga jual beli usaha rumah makan pada objek wisata Danau Toba. Semakin baik dorongan ekonomi maka harga jual juga akan semakin baik. Variabel tingkat pendidikan berpengaruh signifikan terhadap harga jual produk usaha rumah makan pada objek wisata Danau Toba. Semakin baik tingkat pendidikan maka harga jual juga akan semakin baik. Variabel kebudayaan, dorongan ekonomi, dan tingkat pendidikan secara serempak berpengaruh signifikan terhadap berpengaruh signifikan terhadap harga jual produk usaha rumah makan pada objek wisata Danau Toba. Sebesar 86,90 % variasi harga jual dapat dijelaskan oleh kebudayaan, dorongan ekonomi dan tingkat pendidikan secara serempak, sedangkan sisanya 13,10 % lagi dijelaskan oleh faktor lain, yaitu seperti variabel seperti variabel lokasi dan jenis usaha.

Kata Kunci: Kebudayaan, Dorongan Ekonomi, Tingkat Pendidikan, Harga Jual Beli

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Sebagai sektor yang berpengaruh dalam menunjang perekonomian nasional, pariwisata dapat menghasilkan lapangan pekerjaan yang membantu masyarakat sekitar, yaitu usaha akomodasi, restoran, cinderamata, transportasi danau dan lain-lain. Masyarakat yang ada di lingkungan sekitar Danau Toba dan Samosir akan memperoleh peningkatan keuntungan karena wisatawan-wisatawan lokal dan asing yang datang akan semakin meningkat jumlahnya. Banyak penduduk setempat melakukan aktivitas usahanya baik penginapan atau resort, outlet-outlet penjualan souvenir, makanan dan jasa lainnya.

Jumlah wisatawan Danau Toba sekalipun telah ditetapkan sebagai destinasi super prioritas tidak mengalami peningkatan signifikan. Menurut Badan Pusat Statistik (2019), kunjungan wisatawan dari luar negeri ke Danau Toba melalui lima pintu masuk internasional pada periode 2015 hingga 2018 hanya tumbuh sebesar 1%.

Pada 2015, jumlah wisatawan dari luar negeri yang berkunjung ke Danau Toba hanya sebanyak 229.288 orang. Angka kunjungan wisman mencapai titik tertinggi pada 2017, yakni 270.292 orang. Namun, tahun berikutnya angka kunjungan wisman ke Danau Toba justru turun 14% menjadi 231.465 orang. Dalam hal ini target 1 juta wisatawan mengalami kegagalan (tidak tercapai), padahal pembangunan Kawasan Danau Toba sudah menelan biaya yang cukup besar yang bersumber dari Anggaran Pendapatan Belanja Negara.

Menurut pengamatan penulis bahwa para pelaku usaha penunjang pariwisata di Danau Toba telah menciptakan iklim wisata yang kurang baik, terutama sehubungan dengan adanya praktek penentuan harga yang kurang bijak dari pelaku usaha. Terdapat kecenderungan kenaikan harga jual beli dari barang dan jasa pada objek wisata Danau Toba yang tidak sama dengan harga pada umumnya atau harga pasaran.

Praktek menaikkan harga jual dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, khususnya faktor kebiasaan dan faktor yang melekat pada individu pelaku usaha itu sendiri. Adapun faktor tersebut adalah faktor kebudayaan, dorongan ekonomi dan pendidikan. Kebudayaan merupakan suatu cara hidup yang terdapat dalam sekelompok manusia, yang berkembang serta diwariskan secara turun-temurun kegenerasi berikutnya. Dorongan ekonomi juga turut serta mempengaruhi praktek penaikan harga jual. Umumnya manusia melakukan suatu kegiatan ekonomi bertujuan agar memenuhi kebutuhan hidupnya, yaitu mulai dari kebutuhan primer, sekunder, sampai tersier, yang hanya dapat terpenuhi dengan memperoleh pendapatan atau laba dari usahanya. Pendidikan juga dapat mempengaruhi praktek penaikan harga jual. Pendidikan merupakan suatu usaha sadar yang dilakukan keluarga dan masyarakat, serta pemerintah melalui kegiatan bimbingan, pengajaran, dan latihan, baik yang berlangsung di sekolah maupun di luar sekolah dalam mempersiapkan peserta didik agar dapat mempermainkan peranan dalam lingkungan hidup secara tetap dimasa yang akan datang. Oleh karena itu penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul: **Pengaruh Kebudayaan, Dorongan Ekonomi dan Tingkat Pendidikan terhadap Praktek Menaikkan Harga Jual Beli pada Objek Wisata Danau Toba Sumatera Utara.**

Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, dan untuk memperjelas permasalahan sebagai dasar penulisan ini maka penulis mencoba merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kebudayaan berpengaruh terhadap praktek menaikkan harga

jual beli pada Objek Wisata Danau Toba Sumatera Utara?

2. Apakah dorongan ekonomi berpengaruh terhadap praktek menaikkan harga jual beli pada Objek Wisata Danau Toba Sumatera Utara?
3. Apakah tingkat pendidikan berpengaruh terhadap praktek menaikkan harga jual beli pada Objek Wisata Danau Toba Sumatera Utara?
4. Apakah kebudayaan, dorongan ekonomi dan tingkat pendidikan secara simultan berpengaruh terhadap praktek menaikkan harga jual beli pada Objek Wisata Danau Toba Sumatera Utara?

1. TINJAUAN PUSTAKA

Praktek Menaikkan Harga Jual

Harga produk adalah sesuatu barang apabila dipertukarkan dengan barang lain atau dijual kepada pembeli biasanya dinyatakan dengan satuan moneter yaitu uang.

Menurut UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat adalah suatu pemusatan kekuatan ekonomi pada satu atau lebih pelaku usaha mengakibatkan dikuasainya produksi atau pemasaran dari barang dan atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha yang tidak sehat dan juga dapat merugikan kepentingan secara umum.

Kebudayaan

Kebudayaan adalah keseluruhan sistem, gagasan, tindakan, dan hasil karya dari manusia untuk memenuhi kehidupannya dengan cara belajar yang semuanya tersusun di dalam kehidupan masyarakat. Jadi, kebudayaan adalah kebudayaan manusia.

Dorongan Ekonomi

Dorongan ekonomi adalah motivasi yang dapat mendorong seseorang dalam melakukan tindakan ekonomi. Pengertian sederhana ini

merupakan pengertian umum dari suatu motif ekonomi yang diajarkan. Tindakan ekonomi dilakukan seseorang sudah pasti beralasan. Alasan ini yang sering menjadi motif.

Tingkat Pendidikan

Pendidikan merupakan usaha membina dan mengembangkan kepribadian dari manusia baik bagian rohani dan dibagian jasmani. Ada juga beberapa orang ahli mengartikan pendidikan adalah suatu proses dari perubahan sikap dan tingkah laku dari seseorang atau sekelompok orang yang menjadi dewasa melalui pengajaran maupun latihan. Dengan pendidikan orang dapat menjadi dewasa karena pendidikan tersebut dapat memberikan dampak yang positif bagi kita, dan juga pendidikan bisa memberantas buta huruf serta akan memberikan keterampilan, dari kemampuan mental, dan lain sebagainya.

Hipotesis

Hipotesis yang diajukan adalah:

1. Terdapat pengaruh kebudayaan terhadap praktek menaikkan harga jual beli pada Objek Wisata Danau Toba Sumatera Utara.
2. Terdapat pengaruh dorongan ekonomi terhadap praktek menaikkan harga jual beli pada Objek Wisata Danau Toba Sumatera Utara.
3. Terdapat pengaruh tingkat pendidikan terhadap praktek menaikkan harga jual beli pada Objek Wisata Danau Toba Sumatera Utara.
4. Terdapat pengaruh kebudayaan, dorongan ekonomi dan tingkat pendidikan secara simultan terhadap praktek menaikkan harga jual beli pada Objek Wisata Danau Toba Sumatera Utara.

2. METODO PENELITIAN

Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Objek Wisata Danau Toba Sumatera Utara. Penelitian ini dijadwalkan pada bulan November 2019 s/d Agustus 2020.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan di penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, dimana data yang diperoleh diungkapkan berdasarkan data di lapangan.

Populasi Dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah usaha dari rumah makan yang terdapat di Tuktuk Siadong Samosir sebanyak 38 dan Pasir Putih Parbaba sebanyak 19 sehingga keseluruhan populasi berjumlah 57 usaha. Sampel diambil secara sensus sehingga sampel berjumlah 57 usaha rumah makan.

Definisi Operasional Variabel

Terdapat tiga variabel bebas (independent variable), yaitu kebudayaan (X1), dorongan ekonomi (X2) dan tingkat pendidikan (X3) dan satu variabel terikat (dependent variable), yaitu praktek menaikkan harga jual beli (Y) dalam penelitian ini. Definisi operasional dari masing-masing variabel tersebut serta indikatornya tertera Tabel 1.

Tabel 1 Definisi Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Defenisi	Indikator-indikator	Skala
Kebudayaan (X ₁)	Seluruh sistem gagasan dan rasa, tindakan serta karya yang dihasilkan manusia dalam kehidupan bermasyarakat yang dijadikan miliknya melalui proses belajar (Sukidin, 2013)	a. Proses internalisasi dengan pengembangan potensi b. Proses sosialisasi dengan berinteraksi antara individu sekitarnya c. Proses enkulturasi dengan menyesuaikan adat istiadat	Likert
Dorongan Ekonomi (X ₂)	Kegiatan ekonomi dilakukan oleh manusia untuk memenuhi kebutuhan manusia yang selalu berkembang dan berubah, baik dalam jumlah, ragam maupun kualitasnya (Wahjosumejo (2011)	a. Kebutuhan fisiologis b. Kebutuhan rasa aman c. Kebutuhan akan cinta kasih atau kebutuhan sosial d. Kebutuhan akan penghargaan e. Kebutuhan aktualisasi diri	
Tingkat Pendidikan (X ₃)	Suatu kegiatan seseorang dalam mengembangkan kemampuan, sikap, dan bentuk tingkah lakunya, baik untuk kehidupan masa kini dan sekaligus persiapan bagi kehidupan masa yang akan datang dimana melalui organisasi tertentu ataupun tidak terorganisir (Hasbullah, 2013)	a. Pendidikan formal b. Pendidikan nonformal c. Pendidikan informal d. Kesesuaian jurusan	Likert
Harga Jual Beli (Y)	Nilai uang yang dibayar konsumen atas manfaat yang diperoleh dari suatu produk (Kotler, 2013)	a. Kesesuaian harga b. Faktor permintaan c. Harga produk bersaing d. Daya jangkau konsumen e. Potongan harga	Likert

Sumber : Data Penelitian (2020) Diolah

Uji Validitas dan Reliabilitas Data

Uji validitas menggunakan pengujian *construct validity* yang dilakukan dengan teknik korelasi antar skor butir pernyataan dalam suatu variabel yang diamati dengan skor totalnya, dengan menggunakan rumus *korelasi product moment* dengan level signifikansi 5% dari nilai kritisnya. Sedangkan uji reliabilitas berguna untuk mengetahui apakah hasil kuisioner dapat dipercaya atau tidak.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk memenuhi salah satu uji persyaratan di dalam penggunaan analisis parametrik sehingga diketahui penyebaran data yang diperoleh apakah berdistribusi normal atau tidak.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji sebuah regresi terdapat ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan. Masalah yang mungkin terjadi dalam analisa regresi berganda adalah heteroskedastisitas.

Uji Multikolinieritas

Uji asumsi multikolinieritas bertujuan untuk membuktikan dan menguji ada tidaknya hubungan yang linier dari variabel bebas (independen) satu dengan variabel bebas (independen) lainnya.

Pengujian Hipotesis

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda yang digunakan disebabkan variabel dependen dipengaruhi tiga variabel independen.

Rumus matematikanya adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2012:277):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Uji-t (Parsial)

Uji-t yang dilakukan untuk melihat sampai seberapa jauh variabel bebas mempengaruhi secara individu dalam kemampuan menjelaskan variasi variabel terikat.

Uji-F (Serempak)

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas yang dimasukkan pada model regresi mempunyai dampak yang secara simultan terhadap variabel terikat.

Uji Koefisien Determinasi R²

Dalam pengujian R² digunakan nilai *R Square* untuk mengukur persentase sumbangan variabel bebas yang diteliti terhadap variasi naik turunnya variabel terikat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data Penelitian

Responden dengan jenis kelamin pria adalah sebanyak 32 orang atau 56,14% dan responden jenis kelamin wanita adalah sebanyak 25 orang atau 43,86%.

Responden dalam penelitian ini yang paling banyak adalah berusia berkisar 41-50 tahun yaitu berjumlah 31 orang (54,39%), sedangkan pengusaha yang berusia berkisar 31-40 berjumlah 14 orang (24,56%), dan pengusaha yang di atas 50 tahun yaitu sebanyak 12 orang (21,05%).

Tingkat pendidikan yang menjadi responden penelitian ini adalah SMA Sederajat yaitu berjumlah 28 orang (49,12%). Kemudian, SMP sebanyak 19 orang (33,33%), D3 berjumlah 8 orang (19,30%) dan S1 berjumlah 2 orang (3,51 %).

Pekerjaan lain dari pengusaha rumah makan pada daerah penelitian lebih banyak sebagai petani yaitu berjumlah 20 orang (35,09%). Kemudian, sebagai pegawai/pekerja swasta sebanyak 19 orang (33,33%), sebagai nelayan berjumlah 12 orang (21,05%) dan PNS/Guru berjumlah 12 orang (21,05%).

Pengujian Hipotesis dan Pembahasannya

Uji Asumsi Klasik

Dari grafik *Normal P-P Plot* dapat dilihat titik menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi variabel semangat kerja

pegawai berdasarkan masukan variabel bebasnya.

Nilai *asympt. sig (2-tailed)* adalah $0,059 > sig-\alpha (0,05)$ dan nilai normal $0,000 < 0,05$. Dari temuan di atas jika dibandingkan dengan persyaratan uji normalitas yaitu jika $sig-p > sig-\alpha (0,05)$ atau nilai normal $< 0,05$ yang berarti bahwa data pada penelitian ini telah terdistribusi dengan normal.

Hasil SPSS menunjukkan tidak ada gejala multikolinearitas dimana hasil uji VIF menunjukkan nilai kurang dari 10 ($VIF < 10$), dimana variabel kebudayaan memiliki VIF 4,025 dan dorongan ekonomi memiliki VIF 4,445 dan tingkat pendidikan memiliki VIF 3,606.

Pengujian Hipotesis Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel penelitian ini adalah kebudayaan (X1), dorongan ekonomi (X2), tingkat pendidikan (X3) dan variabel harga jual beli (Y) dilakukan uji regresi berganda dengan pengolahan data SPSS Hasil pengujian dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.689	1.898		.363	.718
Budaya (X1)	.502	.171	.285	2.937	.005
Dorongan ekonomi (X2)	.346	.088	.402	3.943	.000
Tingkat pendidikan (X3)	.404	.120	.308	3.352	.001

a. Dependent Variable: Harga jual (Y)

Sumber: Diolah dengan SPSS

Dari Tabel 2 dapat dibuat persamaan umum pengaruh kebudayaan, dorongan ekonomi dan tingkat pendidikan terhadap harga jual beli sebagai berikut:

$$Y = 0,689 + 0,502 X1 + 0,346 X2 + 0,404 X3$$

1. Nilai konstanta sebesar 0,689, artinya jika nilai kebudayaan, dorongan ekonomi dan tingkat pendidikan sama dengan 0 maka nilai harga jual beli akan tetap bernilai sebesar 0,689.
2. Nilai dari koefisien regresi variabel kebudayaan adalah 0,502, artinya

setiap peningkatan bobot kebudayaan sebesar 1 satuan akan membuat peningkatan bobot harga jual beli sebesar 0,502 satuan.

3. Nilai dari koefisien regresi variabel dorongan ekonomi adalah 0,346, artinya setiap peningkatan bobot dorongan ekonomi sebesar 1 satuan akan membuat peningkatan bobot harga jual beli sebesar 0,346 satuan.
4. Nilai dari koefisien regresi variabel tingkat pendidikan adalah 0,404, artinya setiap peningkatan bobot tingkat pendidikan sebesar 1 satuan akan membuat peningkatan bobot harga jual beli sebesar 0,404 satuan.

Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Uji parsial dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat berikut:

Tabel 3. Coefficients Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.689	1.898		.363	.718
Budaya (X1)	.502	.171	.285	2.937	.005
Dorongan ekonomi (X2)	.346	.088	.402	3.943	.000
Tingkat pendidikan (X3)	.404	.120	.308	3.352	.001

a. Dependent Variable: Harga jual (Y)

Sumber: Diolah dengan SPSS

1. Nilai t-hitung untuk variabel kebudayaan adalah sebesar $2,937 > t$ tabel 5 % 2,006 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,005$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, variabel kebudayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap harga jual beli.
2. Nilai t-hitung untuk variabel dorongan ekonomi adalah sebesar $3,943 > t$ tabel 5 % 2,006 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,000$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, variabel dorongan ekonomi secara parsial

berpengaruh signifikan terhadap harga jual beli.

3. Nilai t-hitung untuk variabel tingkat pendidikan adalah sebesar $3,352 > t$ tabel 5 % 2,006 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,001$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, variabel tingkat pendidikan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap harga jual beli.

Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Uji simultan dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kebudayaan, dorongan ekonomi, tingkat pendidikan terhadap harga jual beli.

Tabel 4. Uji F ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2731.901	3	910.634	125.026	.000 ^b
	Residual	386.029	53	7.284		
	Total	3117.930	56			

a. Predictors: (Constant), Tingkat pendidikan (X3), Kebudayaan (X1), Dorongan ekonomi (X2)

b. Dependent Variable: Harga jual beli (Y)

Sumber: Diolah dengan SPSS

Tabel 4 diatas secara simultan terdapat pengaruh signifikan variabel kebudayaan, dorongan ekonomi dan tingkat pendidikan terhadap harga jual beli. Pengaruh tersebut ditunjukkan pada nilai Fhitung sebesar $125,026 > F$ tabel sebesar 2,779. Dengan demikian diambil keputusan maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa secara simultan variabel kebudayaan, dorongan ekonomi dan tingkat pendidikan berpengaruh signifikan terhadap harga jual beli usaha rumah makan pada tingkat kepercayaan 95 %.

Pengujian Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R Square) berguna untuk mengetahui sejauh mana variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel bebas dalam penelitian.

Tabel 5. R Square

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.936 ^b	.876	.869	2.69881

a. Predictors: (Constant), Tingkat pendidikan (X3), Budaya (X1), Dorongan ekonomi (X2)

b. Dependent Variable: Harga jual (Y)

Sumber: Diolah dengan SPSS

Pembahasan Hasil Penelitian Pengaruh Kebudayaan terhadap Harga Jual Beli Usaha Rumah Makan pada Objek Wisata Danau Toba Sumatera Utara

Dari hasil penelitian yang telah dianalisis diketahui bahwa faktor kebudayaan berpengaruh signifikan terhadap harga jual beli usaha rumah makan di objek wisata Danau Toba. Nilai koefisien regresi variabel kebudayaan adalah 0,502, artinya setiap peningkatan bobot kebudayaan sebesar 1 satuan membuat peningkatan bobot harga jual sebesar 0,502 satuan. Dengan demikian dapat dipahami bahwa semakin baik kebudayaan maka harga jual juga akan semakin baik, sehingga dapat dikatakan bahwa untuk memperbaiki praktek penentuan harga jual dapat dilakukan dengan mempengaruhi atau mengubah faktor kebudayaan di daerah penelitian.

Pengaruh Dorongan Ekonomi terhadap Harga Jual Beli Usaha Rumah Makan pada Objek Wisata Danau Toba Sumatera Utara

Dari hasil penelitian yang telah dianalisis diketahui bahwa faktor dorongan ekonomi berpengaruh signifikan terhadap harga jual beli usaha rumah makan di objek wisata Danau Toba. Nilai koefisien regresi variabel dorongan ekonomi adalah 0,346, artinya setiap peningkatan bobot dorongan ekonomi sebesar 1 satuan membuat peningkatan bobot harga jual sebesar 0,346 satuan. Dengan demikian dapat dipahami bahwa semakin tinggi dorongan ekonomi maka harga jual juga akan semakin baik. Dengan demikian faktor dorongan ekonomi pengusaha perlu diperbaiki agar penentuan harga jual menjadi semakin baik.

Pengaruh Tingkat Pendidikan terhadap Harga Jual Beli Usaha Rumah Makan pada Objek Wisata Danau Toba Sumatera Utara

Dari hasil penelitian yang telah dianalisis diketahui bahwa faktor tingkat pendidikan berpengaruh signifikan terhadap harga jual produk usaha rumah makan di objek wisata Danau Toba. Nilai koefisien regresi

variabel tingkat pendidikan adalah 0,404, artinya setiap peningkatan bobot tingkat pendidikan sebesar 1 satuan membuat peningkatan bobot harga jual sebesar 0,404 satuan. Dengan demikian dapat dipahami bahwa semakin baik tingkat pendidikan maka harga jual juga akan semakin baik. Artinya bahwa dengan memperbaiki tingkat pendidikan maka harga jual usaha rumah makan juga akan menjadi lebih baik.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa:

1. Variabel kebudayaan berpengaruh signifikan terhadap harga jual beli usaha rumah makan pada objek wisata Danau Toba. Semakin baik kebudayaan masyarakat maka harga jual juga akan semakin baik Nilai t-hitung untuk variabel kebudayaan adalah sebesar $2,937 > 2,006$ dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Variabel dorongan ekonomi berpengaruh signifikan terhadap harga jual beli usaha rumah makan pada objek wisata Danau Toba. Semakin baik dorongan ekonomi maka harga jual juga akan semakin baik Nilai t-hitung untuk variabel dorongan ekonomi adalah sebesar $3,943 > 2,006$ dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,000$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.
3. Variabel tingkat pendidikan berpengaruh signifikan terhadap harga jual produk usaha rumah makan pada objek wisata Danau Toba. Semakin baik tingkat pendidikan maka harga jual juga akan semakin baik Nilai t-hitung untuk variabel tingkat pendidikan adalah sebesar $3,352 > 2,006$ dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,001$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.
4. Variabel kebudayaan, dorongan ekonomi, dan tingkat pendidikan secara serempak berpengaruh signifikan terhadap berpengaruh signifikan terhadap harga jual produk usaha rumah makan pada objek wisata Danau Toba, dengan

nilai Fhitung sebesar $125,026 > F$ tabel sebesar 2,779. Dengan demikian diambil keputusan maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sebesar 87,60 % variasi harga jual dapat dijelaskan oleh kebudayaan, dorongan ekonomi dan tingkat pendidikan secara serempak, sedangkan sisanya 12,40 % lagi dijelaskan oleh faktor lain, yaitu seperti variabel seperti variabel lokasi dan jenis usaha.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka disarankan agar:

1. Para pengusaha rumah makan pada daerah penelitian perlu mengubah kebudayaan atau kebiasaan menjual barang dan jasa dengan harga tinggi kepada wisatawan, dimana hal tersebut kurang baik terhadap perkembangan usaha. Penurunan harga jual justru akan mengurangi biaya wisata, sehingga dapat meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung, yang berarti secara jangka panjang akan meningkatkan permintaan terhadap produk usaha rumah makan.
2. Pemerintah perlu berupaya meningkatkan kunjungan wisata ke daerah penelitian, sehingga usaha rumah makan menjadi lebih berprospek untuk dikembangkan dan pengusaha menjadi terdorong untuk mengelola usahanya secara lebih baik.
3. Pemerintah perlu mengupayakan agar pengusaha rumah makan dapat diberi pendidikan non formal, berupa pelatihan usaha yang diprogram tersendiri oleh pemerintah bagi para pengusaha rumah makan pada daerah penelitian.
4. Pentingnya edukasi mengenai undang-undang perlindungan konsumen dan persaingan usaha bagi para pelaku usaha di Objek Wisata Danau Toba sejak

diberlakukannya undang-undang perlindungan konsumen tahun 1999.

5. DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Ghozali, Imam. 2012. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Nasution, Az. 2011. Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar. Jakarta: Diadit Media.

Prasetyo, J.T. 2013. Ilmu Budaya Dasar. Jakarta: Rineka Cipta.

Yunus, Mahmud dan Martinus Jan Langeveld. 2012. Pengantar Ilmu Pendidikan. Jakarta: Rineka Cipta.

Jurnal:

Aulia, M. 2017. Penaikan Harga Makanan di Objek Wisata Pantai Lhoknga Menurut Pandangan Fiqh Muamalah. Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.

Hendriyani, Yeni. 2014. Tinjauan Hukum Islam terhadap Penaikan Harga Makanan di Objek Wisata Studi di Pantai Pangandaran. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Nisrina. 2018. Analisis Tingkat Kemahalan Harga Makanan dan Minuman di Tempat Wisata Ditinjau Menurut Konsep Tas'ir. Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.

Rohman, Fathur. 2015. Praktek Menaikkan Harga Jual Beli di Tempat Wisata dalam Perspektif Islam (Studi Kasus di Pantai Kartini). Kudus: STAIN Kudus.

Perundang-undangan:

Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang No 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.

Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional.