

**STRUKTUR, PERILAKU, KINERJA PASAR INDUSTRI PENGRAJIN KERIS
(Studi Kasus Desa Aeng Tong Tong Kecamatan Saronggi Kabupaten
Sumenep)**

Luky Nurfadhilah^{1*}; Eni Sri Rahayuningsih²
^{1,2}Program Studi S1 Ekonomi Pembangunan
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura
lukynurfadhilah17@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the structure of market in the business of keris craftsmen in Aeng Tong Tong Village, Saronggi District, Sumenep Regency. This study used a type of qualitative research. The data collection is done by using observation, interview, and documentation techniques. The data analysis techniques used data reduction techniques, data presentation, and drawing the conclusions. The technique used for data validity techniques used the method of triangulation. The technique of determining informants used purposive sampling technique. The informants in this study consisted of key informants namely keris craftsmen in Aeng Tong Tong Village and supporting informants namely keris traders or keris buyers. The results showed that the keris craftsmen industry in Aeng Tong Tong Village approached the market structure of monopolistic competition. This is supported by the characteristics that exist in the keris craftsmen industry, namely the market that are many producers who produce the similar products namely keris, a companies that can influence prices, the nature of products that sold is different in style, a companies are relatively easy to enter and exit markets, the buyers have incomplete understanding for products on the market. Then, important promotions need to do by keris craftsmen in Aeng Tong Tong Village in order to attract consumers. The market behavior in the keris craftsman industry is related to promotion or advertising strategies by promoting discounts, communication through person by person advertising and social media. Meanwhile, the pricing strategy used the cost plus pricing method. The market performance in the keris craftsman industry is quite good. It can be seen from the usage of technology in the production process.

Keywords: Market Structure, Industry, Keris Craftsmen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui struktur pasar pada usaha pengrajin keris di Desa Aeng Tong Tong Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan teknik reduksi data, penyajian data. Dan penarikan kesimpulan. Teknik yang digunakan untuk teknik keabsahan data menggunakan teknik triangulasi metode. Teknik penentuan informan menggunakan teknik purposive sampling. Informan dalam penelitian ini terdiri dari informan kunci yaitu pengrajin keris di Desa Aeng Tong Tong dan informan pendukung yaitu pedagang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri pengrajin keris di Desa Aeng Tong Tong mendekati struktur pasar persaingan monopolistik. Hal tersebut didukung dengan karakteristik yang ada pada industri

pengrajin keris yaitu pasar terdapat banyak produsen yang menghasilkan produk sejenis yaitu keris, perusahaan dapat mempengaruhi harga, sifat dari produk yang dijual berbeda corak, perusahaan relatif mudah untuk keluar masuk pasar, pembeli mempunyai pemahaman yang kurang sempurna terhadap produk yang ada di pasar, promosi yang penting perlu di lakukan oleh pengrajin keris di Desa Aeng Tong Tong agar dapat menarik minat konsumen. Perilaku pasar di industri pengrajin keris terkait dengan strategi promosi atau iklan dengan cara promosi memberikan diskon, iklan dari mulut ke mulut serta media sosial, sedangkan strategi harga menggunakan metode cost plus prancing. Kinerja pasar di industri pengrajin keris cukup baik terlihat dari penggunaan teknologi dalam proses produksi.

Kata Kunci: *Stuktur Pasar, Industri, Pengrajin Keris.*

PENDAHULUAN

Sektor industri merupakan sektor potensial yang memiliki peranan penting dalam pembangunan ekonomi suatu negara. Menurut Abdurachmat & Maryani (1997) industri merupakan kegiatan ekonomi yang penting, dektor industri mampu menghasilkan berbagai kebutuhan hidup manusia mulai dari kebutuhan pokok dan kebutuhan lainnya.

Perkembangan sektor industri pada suatu negara sebagai salah satu indikator pengembangan ekonomi. Salah satu sub sektor industri adalah industri kecil dan menengah (IKM) pengembangan industri kecil dan menengah (IKM) memegang peranan penting dalam memberikan kontribusi besarbagi perekonomian bagi suatu negara.

Salah satu industri kerajinan rumah tangga terdapat di Kabupaten Sumenep terletak di Desa Aeng Tong Tong adalah keris. Pada tahun 2005 keris telah mendapat pengakuan dari *United Nations Educational, Scentific, and Cultural Organization* (UNESCO) dan Perserikatan Bangsa – Bangsa (PBB) sebagai warisan budaya. Selain itu keris digunakan sebagai pelengkap pada pakaian adat.

Keyakinan orang Madura terhadap keris dan hal mistis menyebabkan masyarakat Madura memiliki dan menyimpan bahkan menjadikan keris sebagai *sekep*. Semakin majunya peradaban dan tuntutan kebutuhan pokok maka pada saat ini keris di Desa Aeng Tong menjadi sumber mata pencaharian. Dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Jumlah Pengrajin Keris Desa Aeng Tong Tong Menurut Jenis Kelamin Januari 2018

No.	Jenis kelamin	Jumlah
1	Laki - Laki	404
2	Perempuan	69
Jumlah		473

Sumber: Profil Desa Aeng Tong Tong (2018), data diolah

Studi tentang industri kecil telah dilakukan diberbagai daerah, tetapi industri kecil diberbagai daerah. Tetapi, industri kecil diberbagai daerah memiliki karakteristik yang berbeda. Secara sederhana struktur pasar merupakan berbagai faktor yang mempengaruhi tingkat kompetisi di pasar. Untuk mengetahui persaingan pada industri pengrajin keris di Desa Aeng Tong Tong maka dari itu, penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui struktur, perilaku, dan kinerja pasar yang ada di industri pengrajin keris Desa Aeng Tong Tong.

LANDASAN TEORI

Industri

Pengertian Industri menurut Abdurachmat & Maryani (1997) Industri merupakan kegiatan ekonomi yang penting bagi manusia, sektor industri dapat menghasilkan berbagai kebutuhan hidup bagi kebutuhan primer, sekunder dan kebutuhan hidup lainnya.

Dalam Undang – Undang Perindustrian Nomor 4 Tahun 2014 Industri adalah kegiatan ekonomi yang mengelola bahan baku dan memanfaatkan sumber daya industri sehingga menghasilkan barang yang mempunyai nilai tambah yang tinggi, sektor industri juga memanfaatkan jasa untuk industri.

Struktur Pasar

Struktur pasar merupakan variabel penting dalam mempelajari ekonomi industri. Struktur pasar berkaitan dengan lingkungan pasar tersebut beroperasi. Menurut Clarke dalam Arsyad (2014) struktur pasar merupakan suatu pola ketika elemen – elemen pasar saling berinteraksi, baik antara penjual, antara pembeli, dan pembeli maupun dengan penjual yang akan masuk kedalam pasar.

Struktur pasar dikatakan kompetitif apabila perusahaan – perusahaan yang ada didalam pasar tidak mempunyai kemampuan yang dapat mempengaruhi harga dan jumlah barang di pasar . Struktur pasar juga penting karena akan menentukan perilaku perusahaan dalam pasar dan pada akhirnya perilaku tersebut akan menentukan kualitas kinerja pasar.

Analisa ekonomi membedakan struktur pasar menjadi empat jenis pasar, yaitu pasar persaingan sempurna, pasar monopoli, pasar monopolistik, dan pasar oligopoli.

a. Pasar persaingan sempurna

Struktur pasar persaingan sempurna merupakan struktur pasar yang paling ideal. Sistem pasar persaingan sempurna akan menjamin terwujudnya kegiatan produksi barang atau jasa yang efesiennya tinggi.

Karakteristik Pasar persaingan sempurna menurut Amaliawati & Murni (2012) yaitu: keberadaan seorang produsen tidak cukup berarti di pasar sehingga produk yang dihasilkan oleh seorang produsen sangat kecil dibandingkan dengan jumlah produk di pasar tersebut, produsen yang banyak di pasar tidak dapat menetapkan harga, produsen dengan mudah dapat memasuki atau meninggalkan pasar produsen keberadaannya tidak terlihat, konsumen tidak mempunyai *preference* terhadap barang yang dihasilkan misalkan antara produk yang dihasilkan produsen A atau produsen B, konsumen mempunyai informasi

dan pengetahuan yang sempurna terhadap kondisi produk yang ada di pasar (jenis, harga, dan kualitas), Promosi produk tidak perlu dilakukan, Kurva yang di hadapi oleh produsen bersifat elastis sempurna, hal tersebut dikarenakan produsen didalam pasar persaingan sempurna adalah *price taker* atau pengambil harga.

b. Pasar monopoli

Struktur pasar monopoli merupakan pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu pelaku yang mengakibatkan dikuasanya produksi atau pemasaran atas barang dan jasa tertentu sehingga akan menimbulkan persaingan tidak sehat.

Karakteristik Pasar monopoli menurut Amaliawati & Murni (2012) yaitu: keunikan produk monopolis menyebabkan pengusaha monopolis dapat menentukan harga seenaknya, tidak dimungkinkan adanya perusahaan lain yang meniru produk, tertutup kemungkinan perusahaan lain untuk menghasilkan produk yang sama, Penentuan harga sepenuhnya dikuasai oleh perusahaan, Permintaan yang dihadapi perusahaan monopoli bersifat *inelastis* hal tersebut dikarenakan barang – barang yang dijual oleh perusahaan monopoli merupakan kebutuhan pokok, konsumen mempunyai pemahaman terhadap produk yang dihasilkan, Jika ada iklan untuk produk tersebut biasanya hanya untuk menjalin hubungan baik antara produsen dan konsumen.

c. Pasar persaingan monopolistik

Pasar persaingan monopolistik merupakan struktur pasar dimana terdapat sejumlah perusahaan besar yang memproduksi dan menjual barang bersifat *close substitusi*, namun barang tersebut tidak homogen secara sempurna (Suryawati, 2015).

Karakteristik Pasar persaingan monopolistik menurut Amaliawati & Murni (2012) yaitu: Ukuran perusahaan relatif sama besarnya, jumlah produk yang dihasilkan satu orang produsen relatif sedikit dari pada keseluruhan produk di pasar, penentuan harga bisa dilakukan karena sifat produk yang berbeda corak, secara fisik produk yang dihasilkan bisa dibedakan antara produsen satu dengan produsen lainnya, perusahaan dapat menentukan harga pasar atau *price setter*, produsen bisa dengan mudah masuk pasar, Pembeli mempunyai pemahaman yang kurang sempurna terhadap kondisi produk di pasar, produk yang dihasilkan harus diperkenalkan dengan baik kepada para konsumen.

d. Pasar oligopoli

Struktur pasar oligopoli merupakan struktur pasar yang hanya ada beberapa perusahaan yang menguasai pasar. Oligopoli mempunyai karakteristik pasar yang unik karena suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya saling bergantung.

Karakteristik Pasar persaingan monopolistik menurut Amaliawati & Murni (2012) yaitu: di pasar jumlah perusahaan antara 2 sampai dengan 10 perusahaan, produk yang dihasilkan merupakan produk yang homogen atau produk yang berbeda corak, ada dua cara dalam penentuan harga di tetapkan melalui kesepakatan dan tidak melakukan kesepakatan, adanya “perang harga” antara perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan – ucapan atau tulisan dan perilaku orang – orang yang diamati (Bogdan & Taylor, 1992).

Teknik analisis data dalam penelitian ini terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk menguji keabsahan data yang diperoleh, peneliti menggunakan teknik triangulasi guna mendapatkan kualitas data yang benar-benar asli dan sifatnya tidak subyektif. Teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi metode. Dalam menentukan informan penelitian peneliti menggunakan teknik purposive sampling, informan penelitian terdiri dari pengrajin keris sebagai informan kunci dan pedagang keris sebagai informan pendukung.

Fokus penelitian ini adalah untuk menganalisis struktur pasar pengrajin keris yang terdapat di Desa Aeng Tong Tong.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Struktur Pasar

a. Jumlah Penjual Dan Pembeli Keris di Desa Aeng Tong Tong

Dalam struktur pasar, jumlah penjual dan pembeli berpengaruh terhadap pembentukan struktur pasar. terdapat banyak penjual dan pembeli, dapat dikatakan industri tersebut mengarah kepada pasar persaingan sempurna atau bisa ke pasar monopolistik, namun ketika industri tersebut hanya terdapat beberapa penjual saja dapat dikatakan industri tersebut mengarah pada pasar oligopoli. Untuk itu salah satu aspek dalam pembentukan pasar salah satunya adalah banyaknya jumlah penjual dan pembeli.

Jumlah penjual di dalam industri pengrajin keris Desa Aeng Tong Tong sekitar 473 orang. Mayoritas penjual adalah penduduk tetap. banyaknya penjual tersebut dikarenakan tidak ada hambatan yang berarti untuk memasuki pasar, sehingga banyak yang memasuki industri tersebut. Dalam menjalankan usaha tersebut penjual mengalami beberapa kendala dalam hal pemasaran. Tetapi hal tersebut tidak menjadi hambatan yang berarti bagi penjual keris.

Terkait hal tersebut sesuai dengan karakteristik pasar monopolistik bahwasannya di pasar terdapat banyak penjual.

b. Biaya Pembuatan Keris di Desa Aeng Tong Tong

Pengambilan keputusan pada harga produk/jasa dalam suatu perusahaan atau industri menjadi penentu strategi bersaing. Biaya yang dikeluarkan oleh penjual dilihat dari jenis keris yang dibuat, motif keris, tingkat kerumitan, dan waktu pembuatan keris. Ada tiga jenis keris yang menjadi pembeda biaya yaitu keris kelas souvenir, keris kelas menengah, dan keris kelas souvenir. Biaya yang dikeluarkan untuk keris kelas souvenir sekitar Rp. 204.500,- keris kelas souvenir Rp. 264.500,- dan keris kelas ageman Rp. 10.712.500.

Selain biaya produksi, ada juga biaya komunikasi. Biaya komunikasi adalah biaya yang dikeluarkan oleh pengrajin keris untuk memasarkan produknya. Biaya komunikasi yang dikeluarkan oleh pelaku usaha merupakan biaya untuk

memasarkan produknya ke pasar yang berada di wilayah – wilayah lain seperti Bangkalan, Sampang, Pamekasan. Biaya lain yang dikeluarkan pelaku usaha adalah pemasaran melalui POS, JNT.

c. Hambatan Keluar Masuk Pasar Pada Industri Pengrajin Keris Di Desa Aeng Tong Tong

Salah satu aspek yang berpengaruh dalam pembentukan struktur pasar adalah mudah tidaknya suatu perusahaan masuk atau keluar dalam suatu industri. Apabila tidak ada hambatan masuk dalam suatu industri maka akan menarik perusahaan – perusahaan lainnya untuk masuk dalam industri tersebut.

Industri keris bukan merupakan hal yang asing bagi warga Desa Aeng Tong Tong. Adapun mengenai persaingan usaha bagi mereka, karena penjual tersebut sudah mempunyai pelanggan. Penjual keris di Desa Aeng Tong Tong bebas dimana setiap penjual bebas masuk keluar pasar.

Hal tersebut seperti karakteristik monopolistik seperti yang dijelaskan oleh Amaliawiati & Murni (2012) produsen bisa dengan mudah keluar masuk pasar, jika produk yang dihasilkan berbeda corak dan mempunyai keunggulan lain dengan produk yang sudah ada didalam pasar.

Dalam menjalankan usaha di Industri Pengrajin Keris Desa Aeng Tong Tong dapat dikatakan relatif mudah atau dikatakan tidak ada hambatan yang menghalangi usaha tersebut. Walaupun ada beberapa kendala dalam hal pemasaran, tetapi hal tersebut tidak menjadi kendala yang berat bagi pelaku usaha keris.

d. Diferensiasi Produk

Di industri pengrajin keris Desa Aeng Tong Tong barang yang dijual adalah barang sejenis yaitu keris. Akan tetapi, berbeda corak dan motifnya. Walaupun barang yang dijual bersifat homogen, namun pada kenyataannya berbeda karena pengrajin memiliki ciri khas dan keterampilan sendiri – sendiri. Hal tersebut dapat dikatakan sebagai diferensiasi produk. Diferensiasi adalah pembedaan suatu produk untuk membuatnya lebih menarik.

Di desa Aeng Tong Tong banyak stand yang sama – sama menjual keris akan tetapi dengan keterampilan yang berbeda – beda. Seperti pernyataan Amaliawiati & Murni (2012) bahwa karakteristik pasar persaingan monopolistik bahwa secara fisik produk yang dihasilkan oleh perusahaan bisa dibedakan antara produsen satu dengan produsen lainnya baik dalam bentuk kemasan jasa, dan cara pembayaran.

Perilaku Pasar

a. Strategi Promosi Atau Iklan

Iklan dan promosi sangat diperlukan oleh perusahaan, hal tersebut dilakukan untuk menarik minat beli konsumen dan mengenalkan produk perusahaan agar masyarakat mengerti mengenai informasi produk tersebut. Untuk mempromosikan produknya beberapa perusahaan menggunakan iklan ada juga yang tidak. Iklan yang biasanya digunakan melalui online, ada pula yang menggunakan baliho. Sedangkan untuk perusahaan yang tidak

menggunakan iklan atau promosi, mereka akan mempercayakan kepada para pelanggannya, karena biasanya produk mereka dikenal melalui promosi yang dilakukan pelanggan kepada teman – temannya ataupun saudara – saudaranya

Promosi yang dilakukan oleh pengrajin keris adalah dengan memberikan potongan harga kepada konsumen. Iklan yang dilakukan oleh pengrajin yaitu dengan cara tradisional melalui mulut ke mulut dan dengan cara modern melalui media sosial facebook, whatsapp.

Setiap struktur pasar biasanya memiliki kadar yang berbeda dalam hal promosi atau iklan. Untuk pasar persaingan monopolistik iklan diperlukan guna produk dapat dikenal oleh konsumen karena konsumen tidak memahami produk yang dihasilkan oleh pasar monopolistik yaitu produk yang berbeda corak.

b. Strategi Harga

Harga merupakan faktor yang penting dalam suatu industri. Perilaku pasar akan mendorong terjadinya kerjasama dalam penetapan harga. Penetapan harga merupakan salah satu komponen yang penting dalam proses penentuan keputusan dalam perusahaan.

Metode yang digunakan dalam menetapkan harga pada sebilah keris adalah metode *cost plus pricing* yaitu menetapkan harga dengan mengestimasi biaya variabel rata-rata lalu menambahkan presentase *mark-up* (dimana presentase ini mempertimbangkan biaya tetap perusahaan dan laba yang ingin diperoleh (Amaliawati & Murni, 2014).

Kinerja Pasar

Menurut Hasibun (1993) kinerja adalah hasil kerja yang dipengaruhi oleh struktur dan perilaku industri, pemerataan pendapatan, dan teknologi. .

Industri Pengrajin keris di Desa Aeng Tong Tong menggunakan teknologi yang modern dalam proses pembuatan, meskipun pengrajin tersebut juga masih menggunakan cara yang tradisional. Tetapi banyak diantara pengrajin keris di Desa Aeng Tong Tong yang menggunakan cara modern, hal tersebut dikarenakan apabila menggunakan cara tradisional membutuhkan waktu yang cukup lama, pengrajin keris juga mengikuti perkembangan jaman yang sudah canggih.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian mengenai struktur, perilaku, dan kinerja pasar usaha pengrajin keris pada pengrajin keris Desa Aeng Tong Tong, dapat disimpulkan bahwa:

1. Struktur pasar yang ada pada industri pengrajin keris Desa Aeng Tong Tong lebih mendekati pasar persaingan monopolistik dengan ciri – ciri sebagai berikut:
 - a. Didalam industri pengrajin keris terdapat banyak penjual.
 - b. Hambatan untuk keluar atau masuk ke dalam industri pengrajin keris yang dihadapi tidak sulit, meskipun ada beberapa kendala pemasaran.

- c. Produk yang dikeluarkan oleh industri pengrajin keris di Desa Aeng Tong Tong sama yaitu keris, tetapi karakteristik dari setiap pengrajin berbeda.
2. Perilaku pasar industri pengrajin keris di Desa Aeng Tong Tong terkait dengan strategi promosi dan iklan serta strategi harga.
 - a. Strategi promosi dan iklan yang dilakukan pada industri pengrajin keris di Desa Aeng Tong Tong Kabupaten Sumenep dengan cara promosi memberikan diskon dan iklan dari mulut ke mulut, dan melalui media sosial.
 - b. Strategi harga yang dilakukan pada industri pengrajin keris di Desa Aeng Tong Tong Kabupaten Sumenep menggunakan metode *cost plus pricing* yaitu menetapkan harga dengan mengestimasi biaya variabel rata – rata lalu menambahkan presentase *mark-up* (dimana presentase ini mempertimbangkan biaya tetap perusahaan dan laba yang ingin diperoleh.
3. Kinerja industri pengrajin keris di Desa Aeng Tong Tong cukup baik terlihat dari penggunaan teknologi oleh pengrajin. Pengrajin keris sudah menggunakan teknologi yang modern dalam proses produksi pembuatan keris, meskipun masih menggunakan cara tradisional.

Saran

Perlunya pengawasan dan perhatian khusus oleh pemerintah dan stakeholder terkait untuk industry keris di Desa Aeng Tong Tong Sumenep. Hal ini dimaksudkan agar supaya industry keris tetap bertahan dan dapat dilestarikan dengan baik karena merupakan bagian dari salah satu kearifan lokal yang dimiliki oleh Kabupaten Sumenep. Pengrajin keris hendaknya tetap dan harus bisa mempertahankan ciri khas masing-masing produksi keris dengan tetap mengutamakan kualitas produksi. Hal ini dimaksudkan agar tidak kehilangan pelanggan setia. Selain itu, dengan adanya ciri khas dan kualitas yang baik dari produksi keris dari Desa Aeng Tong Tong dapat dijadikan produk ekspor unggulan bagi Kabupaten Sumenep.

DAFTAR PUSTAKA

- _____, Profil Desa Aeng Tong Tong Tahun 2018.
- _____, Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2014 Tentang Perindustrian.
- Abdurachmat, I dan Maryani E. 1997. *Geografi Ekonomi*. Bandung: Jurusan Pendidikan Geografi FPIPS IKIP Bandung.
- Amaliawiati, Lia., & Asfia Murni. 2012. *Ekonomika Mikro*. Edisi Revisi. Bandung: PT Refika Aditama.
- Arsyad, Lincolin., & Kusuma, S.E. 2014. *Ekonomika Industri: Pendekatan Struktur, Perilaku dan Kinerja*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Bogdan, Robert dan Steven Taylor. 1992. *Pengantar Metode Kualitatif*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Bungin, Burhan. 2011. *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Edisi Kedua. Jakarta: Prenada Media Group.

- Meutia, Diah. 2016. Analisis Struktur Pasar Industri Pengolahan Aspal di Sukawesi Tenggara. *Skripsi*. Makassar: Universitas Hasanuddin.
- Moleong, L.J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Naylah, Maal. 2010. Pengaruh Struktur Pasar Terhadap Kinerja Industri Perbankan Indonesia. *Tesis*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Oktarini, Septi. 2017. Struktur dan Perilaku Pasar Industri Kuliner Kategori Warung Makan di Kelurahan Kampung Baru Unila Kota Bandar Lampung. *Skripsi*. Lampung: Universitas Lampung.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, Sadono. 2006. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Edisi Ketiga. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sukirno, Sadono. 2013. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Edisi Ketiga. Jakarta: Raja Grafindo Persada.