

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pembangunan ekonomi merupakan proses yang menyebabkan pendapatan masyarakat meningkat dalam periode waktu yang panjang. Terdapat tiga aspek penting dari pembangunan ekonomi, yaitu (1) suatu proses terjadinya perubahan secara terus-menerus, (2) adanya usaha untuk menarik pendapatan perkapita masyarakat, dan (3) kenaikan pendapatan perkapita masyarakat. Selain itu tujuan pembangunan akan meningkatkan nilai-nilai budaya bangsa, yaitu terciptanya taraf hidup yang lebih baik, saling harga menghargai sesamanya, serta terhindar dari tindakan sewenang-wenang. Secara garis besar tujuan pembangunan ada dua tahap yaitu (1) untuk menghapuskan kemiskinan dan (2) menciptakan kesempatan-kesempatan bagi warganya untuk dapat hidup bahagia dan terpenuhi segala kebutuhannya (Sirojuzilam 2005, h. 2).

Tujuan dari pembangunan tersebut adalah mempunyai peranan yang cukup besar dalam keberhasilan suatu negara. Teknologi mampu menciptakan efisiensi yang memicu produktivitas nasional, sedangkan semangat dan kemampuan berwiraswasta menjadi kekuatan pendorong bagi proses pembangunan nasional (Sudantoko dan Hamdani 2009 h. 149).

Usaha rumah makan yang dilakukan di Kecamatan Kuala merupakan salah satu Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), banyaknya usaha rumah makan yang ada di Kecamatan Kuala membuat persaingan usaha yang semakin besar. Pengusaha rumah makan harus menciptakan berbagai strategi penjualan

mulai dari menu makanan, pelayanan, kenyamanan tempat dan lain sebagainya yang dapat menarik simpati konsumen.

Usaha rumah makan, saat ini menunjukkan perkembangan yang relatif pesat, terbukti dengan banyaknya jumlah usaha rumah makan yang terdapat di berbagai tempat di Kabupaten Nagan Raya. Jenis rumah makan seperti ini umumnya berada dilokasi-lokasi yang strategis dimana tempat tersebut ramai dengan penduduk. Tampilan rumah makan ini mulai dari lokasi, jenis, dan rasa makanan, penataan, sistem pelayanan, dan sebagainya yang membawa kesan bagi sebagian orang, bahwa rumah makan tersebut patut dikunjungi, sehingga bagi konsumen yang datang dan makan di rumah makan seperti ini, sedikit akan tidak terpengaruh dan tidak jarang datang kembali untuk melakukan pembelian.

Konsumen akan lebih mudah mengambil keputusan pembelian yang sifatnya pengulangan atau terus menerus terhadap produk yang membentuk kepuasan terhadap konsumen. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembeliannya meliputi: jenis produk, waktu pembelian, dan cara pembayaran. Perilaku konsumen juga akan berubah dengan adanya pelayanan yang baik dan perhatian yang baik dari pihak usaha baik usaha rumah makan dalam melayani dan menerima konsumen.

Di indonesia, industri perdagangan, hotel dan restourant yang berkembang (10,57%) bervariasi dalam jenis makanan yang disediakan, termasuk rumah makan siap saji seperti ayam goreng, mie dan pasta. Berkembang pesatnya jumlah rumah makan juga terjadi di Kecamatan Kuala Kabupaten Nagan Raya, ini berarti tingkat persaingan yang semakin tinggi antar produsen. Dalam hal ini pemasar harus selalu dapat memberikan nilai yang positif bagi pelanggan. Nilai yang

positif berarti pemasar dapat memenuhi keinginan pelanggan dan akhirnya pelanggan merasa puas sehingga pemasar dapat mempertahankannya, bahkan pelanggan yang puas dapat menarik pelanggan lain untuk datang (Yohannes, 2013, h.1).

Usaha rumah makan makin berkembang dikarenakan prospeknya yang menguntungkan bagi para wirausaha. Namun, perlu penelitian dalam pengembangan rumah makan sehingga dapat meningkatkan pendapatan pengusaha rumah makan itu sendiri. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian pada usaha Rumah Makan di kecamatan Kuala kabupaten Nagan Raya. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah rumah makan yang terdaftar di BPS pada Kabupaten Nagan Raya tahun 2013 adalah sebanyak 95 rumah makan, dimana tersebar di beberapa Kecamatan yang ada di Kabupaten Nagan Raya, Kecamatan Kuala termasuk kecamatan yang banyak terdapat usaha rumah makan di Kabupaten Nagan Raya memiliki potensi yang besar dikarenakan letaknya yang strategis, yakni dekat dengan pusat kota, pusat pendidikan, rumah sakit, pusat bimbingan belajar serta wadah masyarakat lainnya. Hal ini yang membuat usaha rumah makan menjadi semakin berkembang dan memberikan dampak kegiatan ekonomi di Kabupaten Nagan Raya. (BPS Nagan Raya, 2013)

Usaha rumah makan di Kecamatan Kuala Kabupaten Nagan Raya merupakan bagian integral dari sejumlah usaha kecil yang dikembangkan di Kabupaten Nagan Raya dan pengelolaan dilakukan secara individu. Jumlah pengusaha kecil di Kecamatan Kuala berdasarkan data statistik dari badan pusat statistik Nagan Raya sebanyak 168 pengusaha kecil yang bergerak dalam bidang perdagangan barang dan jasa. Sedangkan jumlah rumah makan di Kecamatan

Kuala berjumlah sekitar 25 usaha rumah makan. Kegiatan usaha kecil tersebut tidak terlepas dari penyerapan tenaga kerja yang ada di Kecamatan Kuala sehingga banyaknya tenaga kerja yang di kecamatan ini terserap pada berbagai sektor lapangan pekerjaan seperti pedagang, kios, toko, bengkel, dan salon, serta usaha jahitan.

Rumah makan yang ada di Kecamatan Kuala menawarkan masakan khas Aceh yang bervariasi yang dapat dipilih oleh konsumen sesuai dengan selera konsumen. Masakan khas tersebut dibuat tidak hanya masakan khas Nagan namun juga masakan khas dari daerah Aceh lainnya yang menambah variasi menu masakan di setiap rumah makan yang ada di kecamatan Kuala Kabupaten Nagan Raya.

Berdasarkan uraian yang dikemukakan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengangkat judul “**Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Rumah Makan di Kecamatan Kuala Kabupaten Nagan Raya**”. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan karena peneliti merasa Kecamatan Kuala merupakan salah satu wilayah yang strategis yang berada pada lintasan jalan Meulaboh-Medan, sehingga usaha rumah makan yang ada di Kecamatan Kuala memiliki prospek usaha yang sangat baik. Selain letak yang strategis pastinya ada faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi pendapatan suatu usaha. Oleh karena itu peneliti ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi pendapatan rumah makan tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah Faktor-faktor apa saja yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Rumah Makan di Kecamatan Kuala Kabupaten Nagan Raya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah diuraikan tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Faktor-faktor yang mempengaruhi Pendapatan Usaha Rumah Makan di Kecamatan Kuala Kabupaten Nagan Raya.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, manfaat yang akan diperoleh dengan diadakannya penelitian ini adalah:

1.4.1 Manfaat Teoritis

a. Penulis

Menambah wawasan penulis sebagai bahan perbandingan antara teori yang telah dipelajari dengan praktek yang telah diterapkan berdasarkan hasil data BPS dan hasil pengamatan dilapangan.

b. Lingkungan Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam menambah bahan bacaan bagi mahasiswa Universitas Teuku Umar khususnya bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil analisis dalam penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi pemerintah untuk menentukan kebijaksanaan dalam meningkatkan PAD dengan terus mengembangkan UKM di daerah-daerah.

1.5 Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah pada bagian pertama Pendahuluan yang berisi tentang pokok-pokok pembahasan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian terdiri dari manfaat teoritis dan manfaat praktis serta sistematika pembahasan.

Bagian kedua tinjauan pustaka meliputi pengertian UMKM, Bisnis, Rumah Makan, Pendapatan, Modal, Jumlah Pengunjung, Harga, serta perumusan hipotesis.

Bagian Ketiga Metode Penelitian yang terdiri dari Populasi dan Sampel, data penelitian diantaranya jenis dan sumber, teknik pengumpulan data, model analisis data, definisi operasional variabel, serta pengujian hipotesis.

Bagian Keempat Hasil Penelitian dan Pembahasan yang terdiri dari Gambaran umum lokasi penelitian, karakteristik responden, analisis data dan pengujian hipotesis.

Bagian Kelima Penutup terdiri dari simpulan dan saran

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

2.1.1 Pengertian UMKM

Beberapa definisi dari UMKM memiliki pengertian yang berbeda berdasarkan sumbernya yakni sebagai berikut:

1. Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM, dalam Bab I (Ketentuan Umum), pasal 1 dari Undang-undang (UU) tersebut, dinyatakan bahwa Usaha Mikro (UMI) adalah usaha produktif milik orang perseorangan yang memenuhi kriteria UMI. Usaha Kecil (UK) adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang bukan merupakan anak perusahaan yang dimiliki baik langsung atau tidak dari UM atau Usaha Besar. Usaha menengah (UM) merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan yang bukan anak perusahaan yang dimiliki, baik langsung atau tidak dari UMI, UK atau UB sebagaimana dimaksud UU tersebut.

Usaha Mikro sebagaimana dimaksud menurut Keputusan Menteri Keuangan No.40/KMK.06/2003 tanggal 29 Januari 2003, yaitu usaha produktif milik keluarga atau perorangan Warga Negara Indonesia dan memiliki hasil penjualan paling banyak Rp.100.000.000,00 (seratus juta rupiah) per tahun. Usaha Mikro dapat mengajukan kredit kepada bank paling banyak Rp. 50.000.000,-

Usaha Kecil dan Menengah adalah perusahaan atau industri dengan karakteristik berupa:

- a. Modalnya kurang dari 20 juta.
 - b. Untuk satu putaran dari usahanya hanya membutuhkan dana Rp 5 juta
 - c. Suatu perusahaan atau perseorangan yang mempunyai total asset maksimal Rp 600 juta tidak termasuk rumah dan tanah yang ditempati
 - d. Omset tahunan lebih besar dari 1 milyar.
2. Menurut Departemen Perindustrian dan Perdagangan,

UMKM adalah kelompok industri kecil modern, industri tradisional, dan industri kerajinan yang mempunyai investasi modal untuk mesin-mesin dan peralatan sebesar Rp 70 juta ke bawah dan usahanya dimiliki oleh warga Negara Indonesia.

3. Menurut Badan Pusat Statistik, kriteria usaha adalah sebagai berikut:

- a. Usaha mikro : 1 - 4 orang tenaga kerja
- b. Usaha kecil : 5 - 19 orang tenaga kerja
- c. Usaha menengah : 20 - 99 orang tenaga kerja
- d. Usaha besar : di atas 99 orang tenaga kerja.

Menurut Suprapti (2005, h.48) UMKM adalah badan usaha baik perorangan atau badan hukum yang memiliki kekayaan bersih (tidak termasuk tanah dan bangunan) sebanyak Rp. 200.000.000,00 dan mempunyai hasil penjualan pertahun sebanyak Rp. 1.000.000.000,00 dan berdiri sendiri.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja, memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan

pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional (Iman dan Adi, 2009, h.11).

Diri-ciri sector informal adalah produsen berskala kecil, menggunakan tenaga kerja sendiri untuk produksi barang, serta berkecimpung dalam kegiatan bisnis, transportasi dan penyedia jasa (Sumarti, dkk. 2003).

Sektor informal merupakan komponen ekonomi lokal dan nasional yang tumbuh secara cepat. Walaupun pendapatan secara individu rendah, secara kolektif pendapatan tersebut relative tinggi (Syaukat dan Sutara, 2004).

Badan Pusat Statistik (BPS) mengelompokkan UMKM berdasarkan jumlah tenaga kerja. Usaha yang memiliki 1-4 orang tenaga kerja dikelompokkan sebagai usaha mikro, 5-19 orang tenaga kerja sebagai usaha kecil, 20-99 orang tenaga kerja sebagai usaha menengah dan bila mencapai 100 orang tenaga kerja atau lebih digolongkan sebagai usaha besar (Wismiarsi, 2008, h.6).

Oleh karena itu maka usaha rumah makan di kategorikan ke dalam usaha UMKM yang dimiliki oleh perorangan dengan modal Rp. 15.000.000,- sampai dengan Rp. 30.000.000,-

2.1.2 Jenis UMKM

Menurut Tambunan (2009, h.51) sektor UMKM meliputi berbagai sektor bisnis, seperti (a) Pertanian, (b) Pertambangan dan penggalan, (c) Industri manufaktur, (d) Listrik, gas dan air bersih, (e) Bangunan, (f) Perdagangan, hotel dan restoran, (g) Transportasi dan Telekomunikasi, (h) Keuangan, penyewaan dan jasa, (i) serta jasa-jasa lainnya. Sektor industri terbagi lagi menjadi beberapa bagian yakni makanan, minuman, dan tembakau, tekstil, pakaian jadi kulit dan alas kaki, kayu dan produk-produk kayu, kertas percetakan dan publikasi, serta

kimia (termasuk pupuk). Adapula produk-produk dari karet, semen dan produk-produk mineral non logam, produk-produk dari besi dan baja, alat-alat transportasi, mesin dan peralatannya, serta olahan lainnya.

Oleh karena itu rumah makan di kategorikan sebagai usaha UMKM yang bergerak pada bidang perdagangan hotel dan restoran.

2.1.3 Kelebihan dan Kekurangan UMKM

Menurut Hubeis (2009, h.2), kelebihan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah dapat menjadi dasar pengembangan kewirausahaan, dikarenakan organisasi internal sederhana ini mampu meningkatkan ekonomi kerakyatan/padat karya (lapangan usaha dan lapangan kerja) yang berorientasi pada ekspor dan substitusi impor (struktur industri dan perolehan devisa). Selain itu UMKM aman bagi perbankan dalam memberikan kredit karena bergerak di bidang usaha yang cepat menghasilkan. UMKM juga mampu memperpendek rantai distribusi, lebih fleksibel dan adaptabilitas dalam pengembangan usaha. Adapun kekurangan dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah rendahnya kemampuan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam kewirausahaan dan manajerial yang menyebabkan munculnya ketidakefisienan dalam menjalankan proses usaha.

Terdapat pula masalah keterbatasan keuangan yang menyulitkan dalam pengembangan berwirausaha. Ketidakmampuan aspek pasar, keterbatasan pengetahuan produksi dan teknologi, prasarana dan sarana, dan ketidakmampuan mengusai informasi juga merupakan kekurangan yang sering dialami dalam usaha UMKM. UMKM juga tidak didukung kebijakan dan regulasi yang memadai, serta perlakuan dari pelaku usaha besar yang tidak terorganisasi dalam jaringan dan

kerja sama, sehingga sering tidak memenuhi standar dan tidak memenuhi kelengkapan aspek legalitas.

2.1.4 Permasalahan UMKM

Menurut Hubeis (2009, h.4-6) permasalahan umum yang biasanya terjadi pada UMKM yaitu :

- a. Kesulitan Pemasaran
- b. Keterbatasan Finansial
- c. Keterbatasan SDM
- d. Masalah Bahan Baku
- e. Keterbatasan Teknologi
- f. Kemampuan Manajemen
- g. Kemitraan

2.2 Wirausahawan

2.2.1 Pengertian Wirausahawan

Menurut Baharuddin dalam Maemunah (2004, h.27) menjelaskan bahwa wirausahawan adalah kemampuan untuk menciptakan, mencari dan memanfaatkan peluang dalam menuju apa yang diinginkan sesuai dengan tujuan yang diterapkan. Pengembangan konsep kewirausahaan pada diri pengusaha menjadi penting, mengingat orang-orang yang mampu mengembangkan dan mampu mengolah kemampuan kewirausahaannya cenderung memiliki konsep yang jelas yang terarah dalam membangun dan membina usahanya. Mereka cenderung terpacu untuk terus meningkatkan daya saing dengan menghasilkan

produk-produk baru melalui metode-metode yang berbeda dengan pengusaha lainnya.

Menurut Dewanti (2008, h.1) wirausahawan secara umum adalah orang-orang yang mampu menjawab tantangan-tantangan dan memanfaatkan peluang-peluang yang ada. Sedangkan menurut Kasmir (2006, h.16) wirausahawan adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Jiwa kewirausahaan akan mendorong minat seseorang dalam mendirikan dan mengelola kegiatan usaha dengan profesional.

Rumah makan adalah salah satu bentuk dari kewirausahaan yang mana pemilik menjalankan usaha sendiri atau menciptakan lapangan usah sendiri tanpa bergantung pada orang lain.

2.3 Rumah Makan

2.3.1 Pengertian Rumah Makan

Menurut Undang-undang Pariwisata Pasal 14 Nomor 10 Tahun 2009. Rumah makan adalah usaha penyediaan makanan dan minuman dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses penyimpanan dan penyajian, di dalam 1 (satu) tempat tetap yang tidak berpindah-pindah.

Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1098/Menkes/SK/VII/2003 Tentang Persyaratan Hygiene Sanitasi Rumah Makan Dan Restoran mengartikan Rumah Makan adalah setiap tempat usaha komersial yang ruang lingkup kegiatannya menyediakan makanan dan minuman untuk umum di tempat usahanya.

Menurut Keputusan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata No.PM.87/HK.501/MKP/2010 tentang Tata Cara Pendaftaran Usaja Jasa

Makanan dan Minuman Rumah Makan, pengertian rumah makan yang dimaksud adalah usaha penyediaan makanan dan minuman dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses penyimpanan dan penyajian, di dalam 1 (satu) tempat tetap yang tidak berpindah-pindah.

Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2014 Tentang Standar Usaha Rumah Makan, yang dimaksud Usaha Rumah Makan adalah usaha penyediaan makanan dan minuman dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk, penyimpanan dan penyajian di suatu tempat tetap yang tidak berpindah-pindah dengan tujuan memperoleh keuntungan dan/atau laba.

Rumah makan dalam penelitian ini adalah usaha rumah makan berdasarkan Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2014 Tentang Standar Usaha Rumah Makan.

2.3.2 Jenis-jenis Rumah Makan

Menurut Raharjo (2008, h.17-19) secara umum terdapat tiga jenis usaha pada makanan dan minuman. Masing-masing jenis usaha ini mempunyai kategori dan karakteristik yang berbeda, baik segi investasi maupun cara pengelolaannya. Ketiga jenis usaha tersebut adalah :

1. Usaha skala kecil

Usaha jenis ini bersifat kecil dan biasanya pada kalangan yang berpendapatan kecil pula. Ciri-ciri dari usaha ini yaitu jenis menu yang sangat terbatas dan harga yang murah, yakni sekitar Rp. 3000,00- Rp15.000,00 per orangnya. Konsepnya sederhana yakni hanya “makan, kenyang dan pulang”. Usaha jenis ini tidak terlalu mementingkan pelayanan dan kebersihan.

2. Usaha skala menengah

Jenis usaha ini diperuntukkan bagi kalangan pada tingkat ekonomi menengah. Dari segi harganya, memiliki tingkat harga yang lebih mahal dibandingkan usaha kecil dengan kisaran antara Rp.15.000,00-Rp. 40.000,00 per orang. Ciri-ciri usaha skala menengah adalah dapat dilihat dari menu yang lebih variatif, memiliki karyawan untuk melayani, jenis pelayanannya sangat sederhana, kebersihannya lebih diperhatikan, dan biasanya memiliki lahan parkir yang luas. Jenis usaha ini dapat ditemukan di rumah makan padang, restoran *franchise*, kafe, resto, atau restoran yang ada di dalam kafe atau di dalam mal.

3. Usaha skala besar

Usaha skala besar biasanya ditujukan untuk kalangan dengan ekonomi dan sosial yang tinggi. Jenis restoran ini dapat berdiri sendiri pada daerah tertentu atau berada di hotel bintang lima. Biasanya restoran ini menggunakan konsep khusus pada pelayanan dan menu yang ditawarkan, misalnya restoran Italia, Restoran Jepang, pub dan resto, Restoran Perancis atau Restoran Indonesia.

2.3.3 Menghindari Kegagalan Berbisnis Rumah Makan

Mengelola usaha makanan dan minuman dibutuhkan pemahaman tentang hal-hal yang menyebabkan seseorang gagal dalam berbisnis rumah makan. Hal itu dapat diakibatkan oleh faktor-faktor eksternal dan faktor-faktor internal. Faktor internal contohnya adalah pengontrolan biaya, inovasi, pelatihan, tingkat kebersihan, adanya asumsi yang salah dan sebagainya. Contoh faktor eksternal adalah perizinan, tingkat persaingan, kurangnya promosi, penurunan tingkat kepuasan pelanggan, dan sebagainya.

Menurut Raharjo (2008, h.176-222) hal-hal dalam bisnis rumah makan yang perlu dihindari sebagai penyebab kegagalan adalah :

- a. Menghindari asumsi yang keliru mengenai usaha rumah makan
- b. Menghindari kesalahan dalam memilih lokasi
- c. Menghindari kesalahan dalam mengelola arus keuangan
- d. Menghindari ketidakmampuan dalam mengelola produk
- e. Menghindari ketidakmampuan dalam mengelola sumber daya manusia
- f. Menghindari kesalahan dalam Mengelola Pelanggan
- g. Menghindari kesalahan dalam Berpromosi

2.4 Pendapatan

2.4.1 Pengertian Pendapatan

Menurut Rahardja dan Manurung (2006, h.292) pendapatan merupakan total dari penerimaan (uang dan bukan uang) seseorang atau suatu rumah tangga selama periode tertentu. Pendapatan adalah konsep aliran (*flow concept*). Terdapat tiga sumber penerimaan pada rumah tangga, yakni;

1. Pendapatan dari gaji dan upah

Gaji merupakan balas jasa terhadap kesediaan menjadi tenaga kerja. Besar dari gaji seseorang tersebut tergantung dari produktivitasnya. Faktor-faktor yang mempengaruhi produktivitas, yakni (a) Keahlian, (b) Mutu modal manusia, dan (c) Kondisi kerja.

2. Pendapatan dari aset produktif

Aset produktif merupakan aset yang memberikan masukan terhadap balas jasa penggunaannya. Aset ini terbagi dua yakni aset finansial dan aset bukan finansial.

3. Pendapatan dari Pemerintah

Pendapatan dari pemerintah merupakan pendapatan yang diterima bukan atas balas jasa yang telah dilakukan maupun diberikan. Hal ini biasanya terdapat pada negara-negara maju yang memberikan tunjangan penghasilan bagi para penganggur dan sebagainya. Istilah pendapatan berhubungan dengan aliran penghasilan pada suatu periode tertentu yang berasal dari penyediaan faktor-faktor produksi (sumber daya alam, tenaga kerja, dan modal) masing-masing dalam bentuk sewa, upah, dan bunga, secara berurutan.

Dalam analisis Ekonomi Makro menurut Mankiw (2007, h.17). Pendapatan nasional (*national income*) dapat diukur dengan Produk Domestik Bruto (PDB). PDB dianggap sebagai ukuran terbaik dalam kinerja perekonomian. Ada dua cara dalam melihat statistik PDB, yaitu dengan melihat PDB sebagai pendapatan total dari setiap orang di dalam perekonomian dan sebagai pengeluaran total atas output barang dan jasa perekonomian. PDB dipakai berhubungan dengan pendapatan agregat suatu negara dari sewa, upah, bunga dan pembayaran, namun tidak termasuk pembayaran transfer (tunjangan pengangguran, uang pensiun dan lain sebagainya).

2.4.2 Sumber-sumber Pendapatan

Menurut Boediono (2002, h.170-174) *income* seseorang ditentukan oleh (a) Jumlah faktor-faktor produksi yang ia miliki yang bersumber pada hasil-hasil tabungannya di tahun-tahun yang lalu dan warisan (pemberian), dan (b) Harga per unit dari masing-masing faktor produksi. Harga-harga ini ditentukan oleh kekuatan penawaran dan permintaan di pasar faktor produksi. Penawaran dan

permintaan dari masing – masing produksi ditentukan oleh faktor – faktor yang berbeda yakni :

- a. Tanah dan kekayaan yang ada didalamnya mempunyai penawaran yang dianggap tidak akan bertambah lagi. Permintaan (*demand*) akan tanah biasanya naik dari waktu ke waktu karena naiknya harga barang-barang pertanian, naiknya harga barang-barang lainnya (mineral, barang-barang industri yang menggunakan bahan-bahan mentah dari tanah), serta bertambahnya penduduk (untuk tempat tinggal). Dengan demikian harga tanah akan naik dengan cepat dari waktu ke waktu.
- b. Harga Barang Modal (sumber-sumber ekonomi ciptaan manusia) mempunyai penawaranyang lebih elastis karena dari waktu ke waktu warga masyarakat menyisihkan sebagian dari penghasilannya untuk ditabung (*saving*) dan kemudian sektor produksi akan menggunakan dana tabungan ini untuk digunakan di pabrik-pabrik baru, seperti membeli mesin–mesin (yaitu investasi). Karena adanya *saving* dan investasi, maka penawaran dari barang-barang modal dari waktu ke waktu bisa bertambah, sedangkan pada permintaan akan barang-barang modal tergantung pada gerak permintaan akan barang-barang jadi. Contohnya, bila harga pakaian naik, maka permintaan akan mesin-mesin tenun, mesin jahit juga akan naik. Permintaan akan barang-barang jadi, pada gilirannya dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu pertumbuhan penduduk dan pertumbuhan pendapatan penduduk (yang dicerminkan oleh kenaikan pendapatan nasional atau GNP perkapita).

- c. Harga Tenaga Kerja (upah). Tenaga Kerja mempunyai penawaran yang cenderung terus menerus naik (pertumbuhan penduduk) sehingga ada kecenderungan bagi upah yang semakin menurun.
- d. Kepengusahaan (*entrepreneurship*) merupakan faktor produksi yang paling sukar untuk dianalisa, karena faktor-faktor yang menentukan penawaran dan permintaannya sangat beraneka ragam (misalnya: faktor-faktor motivasi). Pada umumnya penawaran orang-orang yang berjiwa "*entrepreneur*" masih sangat kecil pada negara-negara yang berkembang. Inilah sebabnya penghasilan untuk pengusaha yang sukses cukup besar di negara berkembang.

2.5 Faktor-faktor Pendapatan

2.5.1 Harga Jual

Harga adalah nilai barang atau jasa yang diungkapkan dalam satuan rupiah atau satuan uang lainnya. Sedangkan harga jual adalah nilai yang dibebankan kepada pembeli atau pemakai barang dan jasa. Dalam hal ini harga jual merupakan suatu yang digunakan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang dan jasa serta pelayanannya. Menurut Kotler (2006 :24) : Harga jual dalam arti sempit merupakan jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa. Dalam arti luas, harga jual adalah jumlah dari nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa.

Proses penetapan harga suatu barang merupakan struktur yang kompleks dari syarat-syarat penjualan yang saling berhubungan. Setiap perubahan dari pada struktur tersebut merupakan keputusan harga dan akan mengubah pendapatan yang diperoleh. Peranan perusahaan dalam proses penetapan harga jual barangnya sangat berbeda-beda, tergantung dari pada bentuk pasar yang dihadapinya

Menurut Soemarso SR, (1999:182) ada tiga bentuk penetapan harga jual, yakni :

1. Penetapan harga jual oleh pasar (*Market Pricing*)
2. Penetapan harga jual oleh pemerintah (*Government Controlled Pricing*)
3. Penetapan harga jual yang dapat dikontrol oleh perusahaan (*Administered or Business controlled pricing*)

Penjual menetapkan harga dan pembeli boleh memilih “membeli atau tidak”. Harga ditetapkan oleh keputusan dan kebijaksanaan yang terdapat dalam perusahaan, walaupun faktor-faktor mekanisme penawaran dan permintaan, serta peraturan-peraturan pemerintah tetap diperhatikan. Sampai seberapa jauh perusahaan dapat menetapkan harga, tergantung pada tingkat diferensiasi produk, besar perusahaan dan persaingan, dalam penelitian ini hanya ada harga dari penjualan produk dari rumah makan yang ada di Kecamatan Kuala Kabupaten Nagan Raya.

2.5.1.1 Tujuan Penentuan Harga Jual

Menurut Soemarso SR, (1999:184) Adapun tujuan pokok penentuan harga jual adalah sebagai berikut:

1. Mencapai target *return on investment* atau target penjualan
2. Memaksimumkan laba
3. Meningkatkan penjualan dan mempertahankan atau memperluas pesan pasar
4. Mengurangi persaingan
5. Menstabilkan harga.

Pada umumnya setiap perusahaan mempunyai 2 tujuan dalam penentuan harga, yang pertama adalah tujuan primer seperti target penjualan tertentu (berapa laba yang diharapkan), dan yang kedua adalah tujuan sekunder seperti perluasan pangsa pasar.

2.5.1.2 Keputusan Penetapan Harga Jual

Penentuan harga jual bagi perusahaan atau penjual jasa merupakan keputusan manajemen yang sangat penting.

Keputusan penetapan harga juga muncul oleh karena adanya kenyataan bahwa hasil penetapan harga jual yang telah didapat dari prosedur harga ternyata masih belum mampu memecahkan persoalan tentang harga. Faktor-faktor yang mempengaruhi harga sedemikian macam ragamnya, saling berhubungan satu sama lain dan selalu berubah-ubah, sehingga apabila prosedur harga diikuti dengan kaku akan mengakibatkan seringnya terjadi variasi dan kesulitan dalam mempraktekkan (Soemarso SR, 1999:187)

Adapun prosedur penetapan harga akan meliputi keputusan hal-hal sebagai berikut:

1. Menetapkan harga dasar (*basic price*), yaitu menetapkan tingkat harga (*price level*) termasuk adaptasinya terhadap perubahan-perubahan siklus yang mungkin terjadi.
2. Menetapkan hubungan harga antara produk dalam satu product line (*product-line pricing*)
3. Menetapkan struktur potongan harga

Dalam konteks penelitian ini, penetapan harga di dasarkan pada *product line pricing* dan penetapan harga dengan metode ke 2.

2.5.1.3 Metode Penentuan Harga Jual

Secara garis besar metode penentuan harga dapat dikelompokkan menjadi empat kategori utama (Fandy Tjiptono, 2000 : 157) yaitu :

1. Metode penentuan harga berbasis permintaan
2. Metode penentuan harga berbasis biaya
3. Metode penentuan harga berbasis laba
4. Metode penentuan harga berbasis persaingan.

2.5.2 *Quantity*

Produksi atau *Quantity* merupakan kegiatan untuk menghasilkan barang atau jasa, dan dimana barang atau jasa tersebut memiliki nilai guna (*utilitas*). Setiap barang memiliki nilai guna yang berbeda. Nilai guna barang tersebut adalah:

1. Nilai guna bentuk (*Form utility*) yaitu suatu barang akan memiliki nilai guna apabila telah mengalami perubahan bentuk. Misalnya, kain sebenarnya telah memiliki nilai guna akan tetapi akan bertambah nilai kain tersebut kalau dirubah menjadi baju maupun celana.
2. Nilai guna Tempat (*Place utility*) nilai guna suatu barang akan lebih tinggi karena perbedaan tempat. Contohnya, pasir akan bertambah nilai guna kalau dibawa ke toko bangunan.
3. Nilai guna Kepemilikan (*Ownership utility*) nilai guna barang akan bertambah apabila barang tersebut telah berpindah kepemilikannya. Contohnya sepatu di toko belum memiliki nilai guna dan akan memiliki nilai guna kalau sepatu tersebut dibeli oleh seorang dan kemudian dipakainya.

4. Nilai guna waktu (*Time utility*), nilai guna suatu barang akan bertambah kalau barang tersebut digunakan pada saat yang tepat. Contohnya jaket digunakan pada saat kita kedinginan, payung kita gunakan pada saat hujan atau panas.

Dalam konteks penelitian ini, *quantitas* di dasarkan pada nilai guna bentuk karena rumah makan merupakan tempat orang butuhkan makan nasi di Kecamatan Kuala Kabupaten Nagan Raya.

2.5.3 Modal

Menjalankan proses pembangunan dan usaha, diperlukan faktor-faktor pendukung agar dapat berjalan dengan efektif. Salah satunya adalah akumulasi modal yang memadai. Menurut Sudantoko dan Hamdani (2009, h.90) modal memiliki arti semua bentuk kekayaan baik yang berwujud fisik maupun non fisik yang mampu dijadikan sarana untuk menjalankan proses produksi ataupun perekonomian sesudahnya. Masalah modal dalam perusahaan merupakan masalah yang tidak akan pernah berakhir karena masalah modal mencakup berbagai macam aspek. Modal dapat terbentuk dari proses pembangunan dan permintaan akan investasi. Modal dapat berupa benda, ilmu pengetahuan, keahlian yang tinggi, proses pendidikan dan situasi yang kondusif.

2.5.3.1 jenis- jenis Modal

Menurut Kasmir (2006, h.85) terdapat dua jenis modal dalam melakukan kegiatan usaha, berdasarkan perbedaan dalam penggunaannya dan jangka waktunya, yakni sebagai berikut:

a. Modal Investasi

Penggunaan utama modal investasi untuk membeli aktiva tetap, seperti mesin-mesin, tanah, bangunan atau gedung, kendaraan dan inventaris lainnya. Modal ini merupakan jenis modal jangka panjang dan dapat digunakan berulang-ulang. Umur dari modal ini biasanya berkisar satu tahun. Modal investasi biasanya diperoleh dari modal pinjaman berjangka waktu panjang yang pada umumnya diperoleh dari dunia perbankan.

b. Modal Kerja

Penggunaan modal kerja untuk perusahaan pada saat perusahaan beroperasi seperti biaya operasional membayar gaji karyawan, biaya pemeliharaan, dan biaya-biaya lainnya. Modal ini merupakan jenis modal jangka pendek dan hanya digunakan beberapa kali yang biasanya tidak lebih dari satu tahun. Biasanya dunia perbankan dapat membiayai modal investasi dan modal kerja baik secara bersama-sama maupun sendiri-sendiri.

2.5.3.2 Sumber-sumber Modal

Menurut Kasmir (2006, h.88-89) berdasarkan sumbernya modal terbagi dua yaitu:

a. Modal sendiri

Modal sendiri adalah modal yang berasal dari dalam perusahaan sendiri. Kelebihan dari modal ini adalah tidak memiliki beban biaya bunga dalam membiayai suatu usaha walaupun tetap harus membayar dividen. Pembayaran dividen tergantung keuntungan yang diperoleh dan hanya dibayar apabila telah memperoleh keuntungan. Modal ini diperoleh dari pemilik perusahaan dengan cara mengeluarkan saham yang dapat dilakukan secara saham tertutup ataupun

saham terbuka. Namun biasanya modal sendiri memiliki jumlah yang terbatas serta sulit untuk memperolehnya.

b. Modal asing

Modal asing adalah modal yang bersumber dari luar perusahaan, misalnya modal yang berupa pinjaman dari bank. Keuntungan dari modal ini karena memiliki jumlah yang tidak terbatas. Modal pinjaman ini digunakan untuk membiayai suatu usaha. Modal ini menimbulkan beban biaya bunga, biaya administrasi, serta biaya provisi dan komisi dan mewajibkan pengembalian pinjaman dalam jangka waktu tertentu. Modal pinjaman akan menimbulkan motivasi pada pihak manajemen sehingga dalam melakukan kegiatan usahanya dilakukan secara sungguh-sungguh. Sumber modal asing dapat berasal dari pinjaman dunia perbankan, lembaga keuangan, dan dari perusahaan nonkeuangan.

2.5.3.3 Peranan Modal dalam Perekonomian

Menurut Sukirno (2002, h.382) dalam setiap kegiatan perekonomian untuk kegiatan produksi memerlukan barang modal. Modernisasi perekonomian tidak dapat berlaku apabila tidak terdapat barang modal yang memiliki kompleksitas tinggi dengan produktivitas tinggi. Di dalam perekonomian modern perusahaan-perusahaan harus terus berupaya dalam memperbaiki kegiatan produksinya agar dapat mempertahankan daya saing dan menjamin kelangsungan hidup usahanya. Investasi atau penanaman modal adalah pengeluaran sektor perusahaan untuk membeli/ memperoleh barang-barang modal yang baru yang lebih modern atau untuk menggantikan barang modal yang sudah tidak digunakan lagi. Untuk melakukan penanaman modal, maka para pengusaha memerlukan

dana. Adakalanya dana tersebut berasal dari keuntungan yang diperoleh yang tidak dibagikan dan ada pula yang berasal dari peminjaman dari pihak lain.

2.5.4 Jumlah Pengunjung

Pengunjung (Pelancong) ialah Penduduk Indonesia yang melakukan perjalanan ke objek wisata komersial selama satu hari (pulang - pergi) tanpa menginap di akomodasi komersial. (Departemen Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia; www.budpar.go.id)

Menurut *International Union of Official Travel Organization* (IUOTO) dan *World Tourism Organization* (WTO), pengunjung yaitu setiap orang yang datang ke suatu negara atau tempat tinggal lain dan biasanya dengan maksud apapun kecuali untuk melakukan pekerjaan yang menerima upah (Dalam Muljadi 2009).

Pengunjung digolongkan dalam dua kategori, yaitu:

1. Wisatawan (*tourist*)

Pengunjung yang tinggal sementara sekurang-kurangnya selama 24 jam di negara yang kunjunginya dan tujuan perjalanannya

2. Pelancong (*excursionist*)

Dalam konteks penelitian ini, pengunjung adalah kosumen yang berkesempatan dapat menikmati sajian makanan dari rumah makan di Kecamatan Kuala Kabupaten Nagan Raya

Pengunjung sementara yang tinggal di suatu negara yang dikunjungi dalam waktu kurang dari 24 jam (dalam Muljadi 2009). Dari beberapa pengertian tersebut, dalam penelitian ini yang dimaksud dengan pengunjung adalah seseorang yang melakukan kunjungan pada objek dan daya tarik wisata yang

dalam hal ini adalah objek rumah makan di Kecamatan Kuala sebagai lokasi penelitian.

Pengunjung pada suatu objek rumah makan memiliki karakteristik dan pola kunjungan, kebutuhan ataupun alasan melakukan kunjungan ke suatu rumah makan masing-masing berbeda hal ini perlu menjadi pertimbangan bagi penyedia jasa rumah makan sehingga dalam menyediakan produk dapat sesuai dengan minat dan kebutuhan pengunjung.

2.5.5 Pengalaman Usaha

Pengalaman usaha pada penelitian ini adalah lamanya suatu usaha berjalan atau umur dari usaha dari semenjak usaha itu berdiri. Artinya apabila suatu unit usaha semakin lama berjalan mengakibatkan adanya perkembangan usaha yang signifikan ke arah yang positif ataupun negatif. Perkembangan dari dunia usaha dapat tergantung dari iklim perdagangan dan persaingan yang terjadi di dunia usaha/pasar.

Dari segi pengalaman, apabila suatu unit usaha memiliki umur yang lebih lama dalam bidang usahanya tentunya usaha tersebut lebih dapat berkembang dengan baik. Hal ini dikarenakan usaha tersebut telah terlebih dahulu mengenal kondisi pasar yang ada serta mengerti selera dari konsumen. Industri yang memiliki umur yang dapat dibilang mapan, semestinya lebih dapat bersaing dengan unit usaha lainnya. (Sulo, 2005, h.45).

2.6 Penelitian Terdahulu

No	Variabel Dependent	Variabel Dependent	Penelitian Terdahulu
1	Modal	Pendapatan	Rusdiah Nasution (2008) dari hasil penelitian diperoleh hasil Modal kerja berpengaruh nyata terhadap produksi nenas, dimana modal kerja berpengaruh nyata terhadap pendapatan. Usahatani nenas di daerah penelitian memberikan sumbangan pendapatan sebesar Rp 15.518.100,00 (57,44%) terhadap pendapatan keluarga.
2	<i>Quantity</i>	Pendapatan	Hilda Yundika Sudirman (2013) Penelitian ini dilakukan pada rumah makan Bancakan Bandung. Teknik pengambilan sample dengan menggunakan stratified random sampling dengan jumlah sampel 100 responden. Menggunakan skala Ordinal Teknik analisis data yang digunakan adalah Regresi Berganda Hasil penelitian menunjukkan bahwa tanggapan wisatawan tentang physical evidence terhadap keputusan pembelian di rumah makan Bancakan secara umum dinilai cukup baik. Faktor yang mendapat penilaian yang tinggi yaitu pada faktor pehiperal evidence sebesar 2304 atau 51,05%, Hal ini dikarenakan rumah makan Bancakan memiliki bukti fisik yang unik sehingga memiliki skor tertinggi di mata konsumen sehingga jumlah pembeli yang datang ke rumah makan Bancakan bertambah, Tanggapan wisatawan mengenai

			keputusan pembelian di rumah makan Bancakan secara umum adalah cukup baik yang meliputi pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan penyalur, waktu pembelian, dan metode pembayaran dengan skor 5196, dengan demikian maka <i>quantity</i> berpengaruh terhadap pendapatan rumah makan Bancakan.
3	Harga Jual	Pendapatan	<p>Hamida, (2012) dari hasil penelitian Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah harga jual berpengaruh signifikan terhadap pendapatan ayam buras pada pedagang pengecer di Makassar. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli sampai September 2012 di Pasar Terong, Pasar Daya, Pasar Pannampu, Pasar Pa'baeng-baeng dan Pasar Senggol. Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian eksplanatori. Alat analisa data yang digunakan adalah statistik inference yang bertujuan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan Regresi Linier Sederhana melalui program komputer SPSS 17 dengan rumus sebagai berikut : $Y = a + b X + e$</p> <p>Hasil penelitian ini diketahui bahwa harga jual berpengaruh signifikan terhadap pendapatan ayam buras pada pedagang pengecer di Makassar. Adapun besarnya pengaruh harga jual tersebut adalah sebesar 78%.</p>

4	Pengalaman	Pendapatan	Nina Suryati, (2012) Pengujian hipotesis menggunakan regresi berganda. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa, terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel pengalaman kerja pedagang terhadap pendapatan pedagang. Sumbangan efektif variabel bebas sebesar 64,75% terhadap pendapatan dan 35,25% oleh variabel lain.
---	------------	------------	---

2.7 Perumusan Hipotesis

Hipotesis atau dugaan sementara dalam penelitian ini adalah:

1. Diduga ada pengaruh antara harga terhadap pendapatan Kabupaten Nagan Raya. ($Y = X_1$)
2. Diduga ada pengaruh antara *quantity* terhadap pendapatan Kabupaten Nagan Raya. ($Y = X_2$)
3. Diduga ada pengaruh antara harga dan *quantity* terhadap pendapatan Kabupaten Nagan Raya. ($Y = X_1 + X_2$)

III. METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

3.1.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Pemilik usaha Rumah Makan di Kecamatan Kuala Kabupaten Nagan Raya yang berjumlah 25 rumah makan. (Disperindagkop Kab. Nagan Raya, 2014).

3.2.2 Sampel

Sampel penelitian adalah populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. Didalam penelitian ini teknik penentuan sampel yang digunakan adalah sampling jenuh. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana anggota populasi dijadikan sampel (Sugiyono, 2012, h.85). Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel dalam penelitian tersebut. Maka jumlah sampel yang diambil untuk penelitian ini sebanyak 25 orang pemilik rumah makan atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil.

3.2 Data Penelitian

3.2.1 Jenis dan Sumber Data

Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber data primer dan sekunder. Menurut Sugiyono (2012, h.308) bahwa data primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data dan data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat dokumen atau informan

Berdasarkan sumber data maka penulis mengklasifikasikan sumber-sumber data ke dalam jenis-jenis data , yaitu :

4. Data Primer

Data yang diperoleh langsung dari masyarakat atau responden. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan data primer yang berasal dari hasil wawancara dengan informan.

5. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh penulis untuk mendukung data primer. Data sekunder ini seperti buku-buku mengenai teori-teori kepustakaan buku-buku lain sejenis, usaha rumah makan dan Disperindagkop Kabupaten Nagan Raya, serta data-data lain yang berkaitan dengan masalah-masalah yang akan diteliti oleh penulis.

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung yang menjadi objek penelitian. Data yang diperoleh merupakan data primer yang diperoleh dengan cara:

a. *Observasi* (Pengamatan Langsung)

Dengan cara melakukan pengamatan secara langsung ke rumah makan

b. Wawancara Langsung

Teknik pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab langsung kepada pihak-pihak yang terkait dengan masalah yang diteliti. Dalam hal ini penulis melakukan wawancara kepada pemilik rumah makan di Kecamatan Kuala di

Kabupaten Nagan Raya sesuai dengan daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian yang dilakukan memakai data sekunder dengan cara membaca buku-buku di perpustakaan dan tulisan-tulisan yang berkaitan dengan masalah-masalah yang akan diteliti oleh penulis.

3.3 Model Analisis Data

Metode yang digunakan sebagai alat analisa data dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan Analisa Regresi Berganda, Korelasi, Uji t dan Uji F yang diolah dengan menggunakan rumus-rumus dengan penjelasan sebagai berikut:

3.3.1 Analisis Regresi Berganda

Analisis ini digunakan sebagai analisis ramalan nilai pengaruh terhadap variabel terikat (Y) yang dihubungkan lebih dari satu variabel mungkin dua atau tiga dan seterusnya variabel bebas (X_1 , dan X_2) pendapat Hasan (2003, h. 269). Dimana persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e \quad \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan :

- Y : Variabel Terikat (Pendapatan)
- a : Konstan
- b_1, b_2 : Koefisien Regresi
- X : Variabel Bebas
- X_1 : Harga
- X_2 : Quantity
- e : Kesalahan Pengganggu (*error term*)

3.3.2 Analisis Korelasi

Analisis Korelasi adalah suatu analisis untuk mengetahui tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih yaitu x variabel bebas dan y variabel terikat. Rumus analisis Korelasi berganda menurut Hasan (2009. h. 61).

3.3.3 Uji t

Uji t adalah uji individual atau uji persial dari variabel bebas terhadap variabel terikat (Hasan. 2009, h.96).

3.3.4 Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Hasan. 2009, h. 99).

3.4 Definisi Operasional Variabel

- a. Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan pelanggan yang mengambil manfaat yang nilainya ditetapkan oleh penjual dari rumah makan dihitung dalam satuan Rupiah (Rp).
- b. *Quantity* adalah banyaknya jumlah produksi yang dikeluarkan oleh usaha rumah makan dihitung dalam satuan piring/bungkus
- c. Pendapatan adalah total dari penerimaan rumah makan dalam satuan Rupiah (Rp)

3.5 Pengujian Hipotesis

Hipotesis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$H_0 ; \beta = 0$, Faktor-faktor yang diteliti secara bersama-sama tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan rumah makan di Kecamatan Kuala di Kabupaten Nagan Raya

$H_1 ; \beta \neq 0$, Faktor-faktor yang diteliti secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan rumah makan di Kecamatan Kuala di Kabupaten Nagan Raya

Kriteria Uji hipotesis yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apabila $t_h > t_t$, maka H_0 ditolak H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor-faktor yang (faktor harga dan Quantity) terhadap pendapatan rumah makan di Kecamatan Kuala di Kabupaten Nagan Raya
- b. Apabila $t_h \leq t_t$, maka H_0 diterima H_1 ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor-faktor yang diteliti (faktor harga dan Quantity) terhadap pendapatan rumah makan di Kecamatan Kuala di Kabupaten Nagan Raya
- c. Bila nilai $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima yang berarti bahwa faktor-faktor yang diteliti tidak berpengaruh secara bersama-sama.
- d. bila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak yang berarti bahwa faktor-faktor yang diteliti berpengaruh secara bersama-sama.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kabupaten Nagan Raya terletak di pesisir pantai-barat selatan merupakan hasil pemekaran wilayah dari kabupaten Aceh Barat dan terbentuk secara definitif berdasarkan UU Nomor 4 tahun 2002 dan Suka Makmue sebagai Ibukota Kabupaten Nagan Raya. Dalam kurun waktu yang tidak terlalu lama pemerintah Kabupaten Nagan Raya telah mendapatkan suatu apresiasi tertinggi dari Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia yaitu dengan mendapatkan Predikat Wajar Tanpa Pengecualian (WTP) yang telah diraih selama 7 kali berturut – turut yaitu sejak tahun 2008-2011, ini menjadi suatu kebanggaan tersendiri bagi Pemerintah dan seluruh masyarakat Nagan Raya karena dari sekian banyak kabupaten yang ada di pesisir barat Provinsi Aceh, hanya Nagan Raya yang mampu mendapatkan predikat tersebut.

Kabupaten Nagan Raya merupakan salah satu kabupaten yang sedang tumbuh dan berkembang di provinsi Aceh. Secara geografis kabupaten ini berada pada posisi 03.40' – 04.38' Lintang Utara dan 96.11' – 96.48' Bujur Timur dengan luas wilayah mencapai 3.363,72 kilometer persegi (km²) atau setara 5,86 persen dari luas wilayah Provinsi Aceh (57.365,57 km²). Dengan batas-batas wilayah sebagai berikut:

- Sebelah Barat : Kabupaten Aceh Barat
- Sebelah Timur : Kabupaten Gayo Lues dan Aceh Barat Daya
- Sebelah Utara : Kabupaten Aceh Barat dan Aceh Tengah
- Sebelah Selatan : Samudera Hindia

Kedudukan Kabupaten Nagan Raya yang berada di lintas jalan nasional di wilayah pantai barat-selatan Aceh, merupakan peluang strategis yang harus didayagunakan secara optimal. Pelaksanaan roda pemerintahan di Kabupaten Nagan Raya awal mulanya ditandai dengan plantikan Pj. Bupati yaitu tepatnya tanggal 22 juli 2002 dan tanggal itu pula sekarang dijadikan sebagai Hari Jadi Kabupaten Nagan Raya. Pada saat tersebut Kabupaten Nagan Raya hanya memiliki 5 kecamatan Induk yaitu Kecamatan Beutong, Seunagan Timur, Seunagan, Kuala dan Darul Makmur. Seiring dengan berjalannya waktu dan untuk meningkatkan pelayanan yang efektif dan efisien kepada masyarakat, sampai saat ini telah dimekarkan kecamatan menjadi 10 kecamatan yang di bagi dalam 27 kemukiman dan 222 Gampong/Desa. (Sumber: BPS Kabupaten Nagan Raya).

Kecamatan Kuala merupakan salah satu kecamatan yang berada dalam Kabupaten Nagan Raya, secara topografi wilayah ini merupakan daerah terluasnya adalah dataran, profil kecamatan Kuala dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Profil Kecamatan Kuala Kabupaten Nagan Raya

No	Uraian	Keterangan
1	Luas Wilayah	120,89 km ²
2	Batas-batas Wilayah	Utara berbatas dengan Kecamatan Suka Makmue Selatan berbatas dengan Kecamatan Kuala Pesisir Timur berbatas dengan Kecamatan Tadu Raya Barat berbatas dengan Kabupaten Aceh Barat
3	Jumlah Mukim	2 Mukim - Pulo Ie - Suak Sikha
4	Jumlah Desa	17 Desa
5	Jumlah Penduduk	20.453 jiwa
6	Kepadatan Penduduk	169 jiwa/km ²

BPS. Kecamatan Kuala, 2014

Dari tabel 1 dapat dijelaskan bahwa Kecamatan Kuala dengan luas 120,89km². Secara administratif Kecamatan Kuala terdiri dari 17 Desa definitif. Jumlah kemukiman yang ada pada tahun 2013 adalah sebanyak 2 kemukiman yaitu kemukiman Pulo Ie dan Suak Sikha. Jumlah penduduk Kecamatan Kuala mencapai 20.453 jiwa, tingkat kepadatan penduduk hingga 169 jiwa/km². Kecamatan Kuala memiliki batas-batas wilayah yaitu: Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Suka Makmue. Sebelah Selatan bertabatasan dengan Kecamatan Kuala Pesisir. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Tadu Raya dan Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Aceh Barat.

Kedudukan Kecamatan Kuala berada pada posisi jalan lintas Meulaboh - Medan yang merupakan sentra perekonomian baik pertanian maupun perdagangan. Kecamatan Kuala banyak memiliki kelebihan karena kecamatan ini berada tepat di Ibukota Kabupaten Nagan Raya dan disini pula ada pasar ramai (hari pekan) yang buka setiap hari minggu, sehingga perputaran ekonomi pada kecamatan ini menjadi pesat, pertumbuhan ekonomi di Kecamatan Kuala selain dari pertanian, keberadaan industri kecil patut diperhitungkan khususnya industri kecil/rumah tangga, seperti industri dari bahan galian dan bidang industri jasa, selain itu karena kecamatan Kuala berada di pusat ibu kota kabupaten usaha industri kecil lainpun bermunculan seperti usaha rumah makan yang tumbuh untuk mengakomodir kebutuhan para konsumennya, keberadaan rumah makan di Kecamatan Kuala mencapai 25 usaha rumah makan (BPS Kecamatan Kuala).

4.2 Harga, Quantity dan Pendapatan Rumah Makan

Untuk mengetahui jumlah pendapatan suatu usaha khususnya usaha rumah makan, maka terlebih dahulu yang harus kita ketahui adalah jumlah *quantity* atau

jumlah nasi yang terjual perbulannya serta harga jual perbungkus atau per piring nasi tersebut. Dengan demikian maka pendapatan dapat kita hitung dengan mengalikan jumlah *quantity* dikali dengan harga jual. Jumlah usaha rumah makan di Kecamatan Kuala sebanyak 25 usaha, dimana masing-masing usaha rumah makan mempunyai cara dan mengandalkan menu masakan khasnya yang dibuat sedemikian rupa dalam menarik konsumen untuk datang menikmati makanan yang disediakan, menu yang ditawarkan berbeda-beda mulai dari ikan lele, Ikan panggang, gulai ayam dan ada juga yang menu sederhana ikan biasa. Harga menu makanan tergantung dari jenis makanan dan lauk-pauk yang dimakan, harga yang di bandrol untuk perbungkus nasi antara Rp. 8000,- sampai dengan Rp. 20.000,- piring/perbungkus, jika dikalkulasikan harga menu makanan yang ditawarkan untuk rata-rata usaha rumah makan perbulan berkisar antara Rp. 10.000,- sampai dengan Rp. 13.000,- per piring/bungkus. Penjualan nasi pada usaha rumah makan di Kecamatan Kuala mencapai 300 sampai dengan 800 piring/bungkus perbulan.

4.3 Karakteristik Responden

Berikut ini akan dikemukakan gambaran umum responden yang menjadi obyek penelitian ini. Responden dalam penelitian ini adalah pemilik usaha warung makan di Kecamatan Kuala Kabupaten Nagan Raya. Adapun karakteristik responden yang menjadi objek utama penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan dan pengalaman kerja responden yang disajikan masing-masing dalam tabel sebagai berikut.

Tabel 2. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
	a. Laki-laki	19	76,0
	b. Perempuan	6	24,0
		25	100

Sumber : Data Primer (diolah, 2015)

Tabel 2 dapat dijelaskan bahwa berdasarkan jenis kelamin responden yang diteliti terdiri dari 19 orang laki-laki (76,0%) dan 6 orang perempuan (24,0%). Dalam hal ini maka jumlah laki - laki memang lebih banyak dibandingkan perempuan karena laki-laki lebih gampang membuat keputusan walaupun risiko usaha yang dijalankan tinggi.

Tabel 3. Karakteristik responden berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1.	20 - 30 tahun	4	16
2.	31 - 40 tahun	18	72
3.	40 - 50 tahun	3	12
		25	100

Sumber : Data Primer (diolah, 2015)

Berdasarkan tabel 3 umur responden sangat beragam, kebanyakan usia 31-40 sebanyak 18 orang (72 %), usia 20-30 tahun sebanyak 4 orang (16 %), dan usia 40-50 tahun sebanyak 3 orang (12%). Usia seorang pedagang rumah makan sangat menentukan kinerja secara keseluruhan. Pengusaha dengan usia yang relatif masih muda akan mempunyai kemampuan fisik yang lebih baik daripada pengusaha yang lebih tua. Akan tetapi seorang pengusaha yang sudah berusia lebih tua akan mempunyai pengalaman yang tidak dimiliki oleh pengusaha yang masih berusia muda pada umumnya.

Tabel 4. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan

No	Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	SD	2	8
2.	SMP	3	12
3.	SMA	20	80
		25	100

Sumber : Data Primer (diolah, 2015)

Berdasarkan tabel 4 dapat penjelasan responden mengenai pendidikan tamat SD/ sederajat sebanyak 2 orang (8%), tamat SLTP/ sederajat sebanyak 3 orang (12%), tamat SMU/ sederajat 20 orang (80%). Tingkat pendidikan digunakan untuk melihat kemampuan seseorang, misalnya saja dalam menyerap berbagai pengetahuan. Tingkat pendidikan seseorang juga berpengaruh terhadap pola pikir dan cara bertindak. Misalnya, kemampuan pelayanan, pengolahan dan memanfaatkan hasil usaha warung nasi dipengaruhi oleh tingkat pendidikan dari pengusaha itu sendiri.

Tabel 5. Karakteristik responden berdasarkan Pengalaman

No	Pengalaman	Frekuensi	Persentase (%)
1.	3 s/d 4 tahun	5	20
2.	5 s/d 6 tahun	1	4
3.	7 s/d 8 tahun	6	24
4.	9 s/d 10 tahun	6	24
5.	11 s/d 12 tahun	3	12
6.	13 s/d 15 tahun	4	16
		25	100

Sumber : Data Primer (diolah, 2015)

Berdasarkan tabel 4 dapat dijelaskan bahwa karakteristik responden berdasarkan kelompok pengalaman dalam usaha, adapun responden yang berpengalaman antara 3 s/d 4 tahun sebanyak 5 orang (20%), pengalaman antara 5 s/d 6 tahun sebanyak 1 orang (4%), pengalaman antara 7 s/d 10 tahun masing-masing sebanyak 6 orang (24%), pengalaman antara 11 s/d 12 tahun sebanyak 3 orang (12%), dan responden yang berpengalaman 13 s/d 15 tahun sebanyak 4 orang (16%).

4.4 Analisa Data

4.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, sehingga dari hubungan yang diperoleh kita dapat menaksir suatu variabel apabila harga variabel lainnya diketahui.

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan perangkat komputer melalui program SPSS, maka di peroleh hasil sebagai berikut:

Tabel 6.
Regresi Linear Sederhana
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5624605.942	3160726.694		1.780	.089
	Harga	519.709	201.927	.529	2.574	.017
	Quantity	10493.531	1462.267	1.475	7.176	.000

a. Dependent Variable: Pendapatan

Sumber: Data primer (diolah 2015)

Berdasarkan tabel 6 diatas dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = 5.624.605,942 + 519,709 X_1 + 10.493.531 X_2$$

Berdasarkan persamaan diatas dapat interprestasikan sebagai berikut:

- Pendapatan akan meningkat sebesar 519,709 rupiah untuk setiap tambahan 1 rupiah X_1 (harga) dengan asumsi variabel yang lainnya tetap atau konstan. Jadi apabila harga mengalami peningkatan 1 rupiah, maka pendapatan rumah makan akan meningkat sebesar 519,709 rupiah.

- Pendapatan akan meningkat sebesar 10.493,531 rupiah untuk setiap tambahan 1 piring/bungkus X_2 (*quantity*) dengan asumsi variabel yang lainnya tetap atau konstan. Jadi apabila jumlah penjualan mengalami peningkatan 1 bungkus, maka pendapatan rumah makan akan meningkat sebesar 10.493,531 rupiah.

Berdasarkan interpretasi di atas, dapat diketahui bahwa besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat, antara lain harga dan *quantity* adalah sebesar nilai konstan sehingga dapat disimpulkan bahwa harga jual dan *quantity* berpengaruh positif terhadap pendapatan rumah makan. Dengan kata lain, apabila harga dan *quantity* meningkat maka akan diikuti peningkatan pendapatan rumah makan di Kecamatan Kuala Kabupaten Nagan Raya.

Koefisien regresi ketiga variabel yaitu harga jual dan *quantity* merupakan nilai dari koefisien regresi yang telah distandarisasi dan berguna untuk membandingkan mana diantara variabel bebas yang dominan terhadap variabel terikat. Berdasarkan tabel 6, dapat dilihat nilai koefisien regresi variabel bebas yang paling dominan adalah variabel *quantity* sebesar 10.493,531 artinya pendapatan pada rumah makan di Kecamatan Kuala sangat dipengaruhi oleh jumlah nasi yang terjual.

4.3.2 Analisis Korelasi

Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan antara korelasi kedua variabel dan ukuran yang dipakai untuk menentukan derajat atau kekuatan hubungan korelasi tersebut.

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan perangkat komputer melalui program SPSS, maka di peroleh hasil sebagai berikut:

Tabel 7.
Hasil Uji Analisis Korelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.971 ^a	.943	.938	299520.775

a. Predictors: (Constant), Quantity, Harga

b. Dependent Variable: Pendapatan

Sumber: Data primer (diolah 2015)

Berdasarkan Tabel 7, didapatkan dapat dilihat dimana koefisien korelasi variabel bebas (harga X_1 , *quantity* X_2) yang diperoleh adalah 0,971 secara positif menjelaskan terdapat hubungan yang sangat kuat antara variabel bebas yang diteliti dengan pendapatan rumah makan karena variabel *independent* termasuk kategori sangat kuat karena berada pada selang 0,9 – 1, dimana terdapat keeratan hubungan 97,1 persen terhadap variabel pendapatan rumah makan di Kecamatan Kuala Kabupaten Nagan Raya.

Berdasarkan koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel yang diteliti (harga X_1 , *quantity* X_2 ,) sebagai variabel *independent* terhadap pendapatan rumah makan sebagai variabel *dependent*. Secara parsial variabel *independent* (harga X_1 , *quantity* X_2 ,) memberikan pengaruh terhadap variabel *dependent*. (pendapatan rumah makan) adalah sebesar 93,8% sedangkan sisanya sebesar 6,2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian ini.

Berdasarkan tabel kriteria interpretasi untuk menentukan keeratan hubungan atau korelasi antara variabel tersebut, berikut ini diberikan nilai-nilai koefisien korelasi sebagai patokan (Hasan 2003, h. 234)

1. 0.9 sampai mendekati 1 menunjukkan adanya derajat hubungan yang sangat erat dan positif

2. 0.7 sampai 0.8 menunjukkan derajat hubungan yang kuat dan positif
 3. 0.5 sampai 0.6 menunjukkan adanya derajat hubungan yang kuat dan positif
 4. 0.3 sampai 0.4 menunjukkan adanya derajat korelasi yang rendah
 5. 0.1 sampai 0.2 yang artinya hubungan derajat korelasi sangat rendah
- 0.0 tidak ada korelasi

Ini artinya bahwa variabel harga dan variabel *quantity* dapat menyebabkan 93,8% dari variabel pendapatan.

4.5 Pengujian Hipotesis

4.5.1 Uji t

Untuk mengetahui signifikan atau tidaknya suatu pengaruh dari variabel variabel bebas secara parsial atas suatu variabel tidak bebas digunakan uji t. Dapat juga dikatakan jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ maka hasilnya signifikan dan berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sedangkan jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ atau $-t \text{ hitung} > -t \text{ tabel}$ maka hasilnya tidak signifikan dan berarti H_0 terima dan H_1 ditolak.

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan perangkat komputer melalui program SPSS, maka di peroleh hasil sebagai berikut:

Tabel 8.
Hasil Pengujian Hipotesis Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5624605.942	3160726.694		1.780	.089
	Harga	519.709	201.927	.529	2.574	.017
	<i>Quantity</i>	10493.531	1462.267	1.475	7.176	.000

a. Dependent Variable: Pendapatan

Sumber: Data primer (diolah 2015)

Dari tabel 8 dapat dijelaskan bahwa Uji t antara variabel *independent* (harga X_1 , *quantity* X_2 ,) dengan variabel *dependent* (Y);

- Uji t antara X_1 (harga) dengan Y (pendapatan usaha rumah makan) menunjukkan $t_{hitung} = 2,574$. Sedangkan t_{tabel} ($\alpha = 0.05$; db residual = 22) adalah sebesar 1,717. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,574 > 1,717$ maka pengaruh X_1 adalah signifikan pada tingkat kesalahan $\alpha = 5\%$. Hal ini berarti H_0 di tolak dan H_1 diterima.
- Uji t antara X_2 (*quantity*) dengan Y (pendapatan usaha rumah makan) menunjukkan $t_{hitung} = 7,176$. Sedangkan t_{tabel} ($\alpha = 0.05$; db residual = 22) adalah sebesar 1,717. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $7,176 > 1,717$ maka pengaruh X_2 adalah signifikan pada tingkat kesalahan $\alpha = 5\%$. Hal ini berarti H_0 di tolak dan H_1 diterima.

Berdasarkan uji t test dapat diketahui bahwa variabel bebas (harga X_1 , *quantity* X_2 ,) yang mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (pendapatan usaha rumah makan) karena variabel bebas secara signifikan berada $< \alpha 5\%$, sehingga dapat disimpulkan bahwa pendapatan usaha rumah makan dapat dipengaruhi secara signifikan oleh variabel harga X_1 , *quantity* X_2 , maka persial variabel yang diteliti berpengaruh terhadap pendapatan usaha rumah makan di Kecamatan Kuala Kabupaten Nagan Raya.

4.5.2 Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh semua variabel independent yaitu harga (X_1) dan *quantity* (X_2) secara bersama-sama terhadap variabel dependent yaitu pendapatan usaha rumah makan (Y).

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan perangkat komputer melalui program SPSS, maka di peroleh hasil sebagai berikut:

Tabel 9
Hasil Pengujian Hipotesis Uji F
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.278E13	2	1.639E13	182.677	.000 ^a
	Residual	1.974E12	22	8.971E10		
	Total	3.475E13	24			

a. Predictors: (Constant), Quantity, Harga

b. Dependent Variable: Pendapatan

Sumber: Data primer (diolah 2015)

Berdasarkan tabel 9 terlihat bahwa nilai $F_{hitung} = 182,677$ dengan signifikansi 0,000, sedangkan F_{tabel} ($\alpha = 0.05$; db residual = 22) adalah sebesar 2,05, dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $182,677 > 2,05$). Artinya variabel bebas X_1 (harga) dan X_2 (*quantity*) berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan usaha rumah makan di Kecamatan Kuala Kabupaten Nagan Raya. Karena pada variabel bebas berpengaruh signifikan pada tingkat kesalahan $\alpha = 5\%$. Hal ini berarti H_0 di tolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga dan *quantity* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha rumah makan di Kecamatan Kuala Kabupaten Nagan Raya.

V. PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan usaha rumah makan di Kecamatan Kuala Kabupaten Nagan Raya maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Berdasarkan interpretasi regresi linear sederhana dapat diketahui besarnya kontribusi variabel bebas *independent* terhadap variabel terikat *dependent*, antara lain variabel harga (X_1) sebesar 519,709 dan *quantity* (X_2) sebesar 10.493,531 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel yang diteliti berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan usaha rumah makan di Kecamatan Kuala Kabupaten Nagan Raya

Selanjutnya hasil koefisien korelasi variabel bebas (harga X_1 dan *quantity* X_2) yang diperoleh adalah 0,971 secara positif menjelaskan terdapat hubungan yang kuat antara variabel bebas yang diteliti dengan pendapatan rumah makan, dimana terdapat keeratan hubungan 97,1 persen terhadap variabel pendapatan rumah makan di Kecamatan Kuala Kabupaten Nagan Raya. Kemudian hasil koefisien determinasi (R^2) di ketahui bahwa variabel *independent* (harga X_1 dan *quantity* X_2) memberikan pengaruh terhadap variabel *dependent*. (pendapatan rumah makan) di Kecamatan Kuala Kabupaten Nagan Raya adalah sebesar 93,8 persen sedangkan sisanya sebesar 6,2 persen dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian ini.

Sedangkan secara Uji t antara X_1 (harga) dengan Y (pendapatan usaha rumah makan) menunjukkan yaitu $2,574 > 1,717$ maka pengaruh X_1 adalah

signifikan pada tingkat kesalahan $\alpha = 5\%$. Hal ini berarti H_0 di tolak dan H_i diterima. Variabel X_2 (*quantity*) dengan Y (pendapatan usaha rumah makan) menunjukkan yaitu $7,176 > 1,717$ maka pengaruh X_2 adalah signifikan pada tingkat kesalahan $\alpha = 5\%$. Hal ini berarti H_0 di tolak dan H_i diterima. Dengan demikian ketiga variabel bebas mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap pendapatan usaha rumah makan. Variabel yang diteliti berpengaruh terhadap pendapatan usaha rumah makan di Kecamatan Kuala Kabupaten Nagan Raya.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis Uji F secara bersama-sama menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} variabel harga (X_1) dan *quantity* (X_2) lebih besar dari F_{tabel} yaitu ($182,677 > 2,05$) ini berarti secara simultan variabel bebas memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan usaha rumah makan.

5.2 Saran

Kepada pengusaha rumah makan, pendapatan usaha rumah makan dapat terus ditingkatkan dengan cara meningkatkan pelayanan, produktivitas, kebersihan, rasa serta banyaknya menu makan yang bervariasi sehingga menarik pengunjung untuk datang membeli, dengan ramainya pembeli akan mendatangkan keuntungan yang lebih memuaskan lagi.

Kepada pemerintah agar dapat membantu sektor UMKM dalam mengembangkan pertumbuhan ekonomi daerah dan pelaku usaha sendiri, dalam hal ini usaha rumah makan dengan demikian diharapkan keberadaan usaha rumah makan di Kecamatan Kuala akan menambah kontribusi dalam peningkatan PAD Kabupaten Nagan Raya.

DAFTAR PUSTAKA

- A.J. Muljadi, 2009. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta. Penerbit: PT RajaGrafindo Persada
- Boediono, 2002, *Ekonomi Mikro: Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi No.1, Edisi 2*, BPFE, Yogyakarta.
- BPS Nagan Raya, 2014. Statistik Daerah Kecamatan Kuala
- Dewanti, Retno. 2008. *Kewirausahaan*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Departemen Kebudayaan dan Pariwisata, 2007, Fasilitas VoA Mendorong Meningkatnya Kunjungan Wisatawan ke Indonesia, Diakses 6 Mei, 2008 dari <http://www.budpar.go.id/page.php?ic=512&id=3165>
- Disperindagkop Kab. Nagan Raya, 2014
- Elsa. A.G, 2008. Analisis Pengaruh Kredit Perbankan, Lama Usaha Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Omset Pengusaha Kecil Rotan Di Kecamatan Medan Barat Medan. Fakultas Ekonomi. Universitas Sumatera Utara; Medan.
- Fandy, Tjiptono., 2000. Manajemen jasa, Edisi Kedua. Andi offset, Yogyakarta.
- Hamida, 2012. *Pengaruh Harga Jual Terhadap Volume Penjualan Pedagang Pengecer Ayam Buras di Makassar*. Fakultas Peternakan. Universitas Hasanudin, Makasar.
- Hilda Yundika Sudirman. 2013. *Pengaruh Physical Evidence Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Makan Bancakan*. Universitas Pendidikan Indonesia: Bandung. UPI
- Hubeis, Musa. 2009. *Prospek Usaha Kecil dalam Wadah Inkubator Bisnis*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah* (UMKM).
- Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 Tentang Kepariwisata
- Iqbal, Hasan. 2003. *Pokok-pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif)*. Edisi dua. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- _____. 2009. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Cetakan Keempat. Penerbit: PT. Bumi Aksara. Jakarta.

- Kasmir. 2006. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada.
- Keputusan Menteri Keuangan Nomor 40/KMK 06/2003 tentang *Pendanaan kredit Usaha Mikro dan Kecil*.
- Kotler, Philip, 2006, *Dasar-dasar Pemasaran*, Erlangga, Jakarta
- Mankiw, N. Gregory. 2007. *Makroekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Maemunah, Yanti 2004. *Pengaruh Perilaku Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha*, Skripsi : UPI Bandung.
- Nagan Raya, 2013. Badan Pusat Statistik
- Nina Suryati, 2012. *Pengaruh Pendidikan, Kreativitas, Dan Pengalaman Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Di Wisata Religi Sunan Pandanaran*. Universitas Negeri Yogyakarta
- Rahardja, Prathama dan M. Manurung. 2006. *Teori Ekonomi Mikro ;Suatu Pengantar*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI.
- Raharjo, Adith. 2008. *Lima Rahasia Sukses Bisnis Restoran*. Jakarta: Penebarplus.
- Rusdiah Nasution, 2008. *Pengaruh Modal Kerja, Luas Lahan, Dan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Usahatani Nenas (Studi Kasus : Desa Purba Tua Baru, Kec. Silimakuta, Kab. Simalungun)*, Fakultas Pertanian. USU. Medan
- Sirojuzilam. 2005. *Beberapa Aspek Pembangunan Regional*. Bandung: ISEI Bandung.
- Sudantoko, Djoko dan Muliawan Hamdani. 2009. *Dasar-dasar Pengantar Ekonomi Pembangunan*. Jakarta Selatan: Mardi Mulyo.
- Sugiyono, 2005. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.
- _____, 2007. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, Sadono. 2002. *Pengantar Teori Mikroekonomi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Soemarso, S.R., 1999. *Akuntansi Suatu Pengantar*. Rineka Cipta. Cetakan Kesembilan. Jakarta.
- Tambunan, Tulus, T.H. 2009. *UMKM di Indonesia*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Tirtarahardja, Umar dan La Sulo. 2005. *Pengantar Pendidikan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Wisniarsari, Tri., 2008. *Hambatan Ekspor UKM Indonesia*. Penerbit; Buku Kompas Jakarta.

Yohanes, Agusli dan Devonalita, 2013, *Analisa Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Midtown Hotel Surabaya*, Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 1, No. 2, Hal:1-8

