STRATEGI HARGA TERHADAP PROFIT USAHA KECIL PEMPEK DI KOTA PALEMBANG

Skripsi

M.RAMANDHA PRATAMA

01021381621174

EKONOMI PEMBANGUNAN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,

RISET, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

TAHUN 2020/2021

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF
STRATEGI HARGA TERHADAP PROFIT
USAHA KECIL PEMPEK
DI KOTA PALEMBANG

Disusun oleh :

Nama	: M.Ramandha Pratama
NIM	: 01021381621174
Fakultas	: Ekonomi Pembangunan
Bidang Kajian	: Ekonomi Industri

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif

TANGGAL PERSETUJUAN	**DOSEN PEMBIMBING**
Tanggal…30 Juni 2021……	**Ketua: Dr. Imam Asngari, S.E, M. Si** **NIP: 197306072002121002**
Tanggal…25 Mei 2021……	**Anggota: Drs. Muhammad Teguh, M.Si** **NIP: 196108081989031003**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

STRATEGI HARGA TERHADAP PROFIT USAHA KECIL PEMPEK DI KOTA PALEMBANG

Disusun Oleh :

Nama	: M.Ramandha Pratama
NIM	: 01021381621174
Fakultas	: Ekonomi
Jurusan	: Ekonomi Pembangunan
Bidang Kajian/Konsentrasi	: Ekonomi Industri

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 30 Juli 2021 dan telah memenuji syarat untuk diterima

Panitia Ujian Komprehensif

Palembang, 8 September 2021

Ketua	Anggota	Anggota
Dr. Imam Asngari, S.E., M.Si	**Drs. Muhammad Teguh, M.Si**	**Dr. Sobel, S.E., M.Si**
NIP: 197306072002121002	NIP: 196108081989031003	NIP: 196610141992031003

Mengetahui

Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan

ASLI

JUR. EK. PEMBANGUNAN 15-9-2021

FAKULTAS EKONOMI UNSRI .....

Dr. Mukhlis, S.E., M.Si

NIP: 197304062010121001

Dipindai dengan CamScanner

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi yang berjudul Strategi Harga Terhadap Profit Usaha Kecil Pempek di Kota Palembang dapat diselesaikan.

Skripsi ini menjadi salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Strata Satu (S1) Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Skripsi ini bertujuan untuk melihat bagaimana penerapan strategi harga di usaha kecil pempek di kota palembang serta bagaimana pengaruh strategi harga terhadap keuntungannya.

Penulis berharap dengan disusunnya skripsi ini dapat memberikan manfaat yang sebaik-baiknya kepada para akademisis, pemerintahan, mahasiswa-mahasiswi dan masyarakat luas pada umumnya serta para stakeholder yang berkepentingan.

Palembang, 8 September 2021

M.Ramandha Pratama
NIM: 01021381621174

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji syukur atas kehadiran Allah Swt yang telah melimpahkan rahmat taufik dan hidayah-Nya kepada seluruh umat manusia, sehingga kami tetap iman dan islam, serta komitmen sebagai insan yang haus akan ilmu pengetahuan.

Shalawat serta salam tetap terlimpahkan kepada Nabi besar Muhammad SAW yang membawa kita dari zaman yang gelap menuju zaman yang terang benderang yakni dengan agama islam.

Tidak lupa kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaf, MSCE, selaku Rektor Universitas Sriwijaya
3. Bapak Prof. Dr. Muhammad Adam, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya
4. Dr. Mukhlis, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Sriwijaya yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menyelesaikan skripsi saya.
5. Dr. Imam Asngari, S.E., M.Si. selaku Ketua Pembimbing Skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu dan pembelajaran dalam menyelesaikan skripsi.
6. Drs. Muhammad Teguh, M.Si. selaku Wakil Pembimbing Skripsi yang juga telah bersedia meluangkan waktu dan pembelajaran dalam menyelesaikan skripsi.
7. Dr. Suhel, S.E., M.Si. selaku Penguji Skripsi yang telah memberikan saran dan dorongan kepada saya dalam menyelesaikan skripsi.
8. Kepada Orang tua saya tercinta yaitu Ayahku (Lukman Hakim) dan Ibuku (Masjidah) dan adik-adikku yang senantiasa memanjatkan doa dan memberikan semangat, dukungan, nasihat, motivasi, dan pengorbanan baik moril maupun materiil. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan kasih sayang dan kebahagiaan untuk kalian. Amin.

9. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya khususnya para dosen jurusan Ekonomi Pembangunan, terima kasih yang tak terhingga untuk ilmu pengetahuan, pembelajaran, pengalaman serta nasihat yang telah diberikan kepada penulis selama menjalani perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
10. Teman-teman Jurusan Ekonomi Pembangunan 2016 yang telah membantu hingga selesainya skripsi ini.
11. Para Staff dan Karyawan-Karyawati Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya atas bantuan dan kerjasamanya selama ini yang sangat membantu dalam menyelesaikan urusan perkuliahan di kampus Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya

Palembang, 8 September 2021

M.Ramandha Pratama
NIM: 01021381621174

ABSTRAK

STRATEGI HARGA TERHADAP PROFIT USAHA KECIL PEMPEK DI KOTA PALEMBANG

Oleh

M.Ramandha Pratama, Imam Asngari, Muhammad Teguh

Penelitian ini berfokus pada bagaimana penerapan strategi harga jual yang digunakan serta pengaruh strategi harga jual terhadap profit para pengusaha pempek di kota palembang. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui penerapan strategi harga yang digunakan oleh para pengusaha serta pengaruh terhadap profitnya. Metode penelitian yang digunakan adalah Convenience Sampling yaitu pengambilan sampel didasarkan pada ketersediaan elemen dan kemudahan untuk mendapatkannya. Metode pengumpulan data dilakukan dengan memperoleh data melalui sampel atau responden penelitian dengan wawancara atau observasi terhadap objek penelitian yang di bagi menjadi omset rendah, sedang, dan tinggi. Metode analisis data pada strategi harga menggunakan metode Mark-Up Pricing sedangkan Profit menggunakan metode Keuntungan Pendekatan Total. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi harga para pelaku usaha pempek di Kota Palembang dengan menggunakan metode Mark-Up Pricing turut memperhitungkan aspek pasar dan harga pesaing yang berada dalam level atau klasifikasi omset yang diterima. Dan pengaruh strategi harga terhadap profit memiliki pengaruh secara signifikan, berdasarkan hasil analisis regresi untuk pengujian harga jual terhadap keuntungan yang diperoleh maka diketahui adanya pengaruh harga jual terhadap keuntungan ini dapat ditunjukkan dengan nilai koefisien variabel harga jual sebesar 3.94 dengan tanda positif.

Kata Kunci: *Pempek, Strategi Harga, Keuntungan*

Pembimbing Skripsi I	Pembimbing Skripsi II
Dr. Imam Asngari, S.E., M.Si	Drs. Muhammad Teguh, M.Si
NIP: 197306072002121002	NIP: 196108081989031003

Mengetahui
Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan

Dr. Mukhlis, S.E., M.Si
NIP: 197304062010121001

ABSTRACT

PRICE STRATEGY FOR PEMPEK SMALL BUSINESS PROFIT IN PALEMBANG CITY

By

M.Ramandha Pratama, Imam Asngari, Muhammad Teguh

This research focuses on how the implementation of the selling price strategy used and the effect of the selling price strategy on the profits of Pempek entrepreneurs in the city of Palembang. The purpose of this study is to determine the application of the price strategy used by entrepreneurs and the effect on their profits. The research method used is Convenience Sampling, which is sampling based on the availability of elements and the ease of obtaining them. The method of data collection is done by obtaining data through samples or research respondents by interviewing or observing the research object which is divided into low, medium, and high turnover. The data analysis method on the price strategy uses the Mark-Up Pricing method and Profit uses the Total Profit Approach method. The results showed that the implementation of the price strategy of pempek business actors in Palembang City using the Mark-Up Pricing method took into account market aspects and competitors' prices that were within the accepted turnover level or classification. And the effect of price strategy on profit has a significant effect, based on the results of regression analysis for testing the selling price on the profits obtained, it is known that there is an effect of selling price on this profit which can be shown by the coefficient value of the selling price variable of 3.94 with a positive sign.

Kata Kunci: *Pempek, Price Strategy, Profit*

Advisor I	Advisor II
Dr. Imam Asngari, S.E., M.Si	Drs. Muhammad Teguh, M.Si
NIP: 197306072002121002	NIP: 196108081989031003

Acknowledge by,

Chainman Economic Development Department

Dr. Mukhlis, S.E., M.Si

NIP: 197304062010121001

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

	Nama	M.Ramandha Pratama
	NIM	01021381621174
	Tempat, Tanggal Lahir	Palembang, 05 Desember 1998
	Alamat	Jl. Kh Azhari Lorong Langgar Rt.19 Rw.007
	Nomor Hp/Telp	0822-7970-2700
Agama	Islam	
Jenis Kelamin	Laki-Laki	
Status	Belum Menikah	
Kewarganegaraan	Indonesia	
Kegemaran	Membaca, Main Game, dan Mendengarkan Music	
Email	Pratamaramandha0@gmail.com	
Pendidikan Formal		
2005-2010	SDIT AL-Furqon Palembang	
2010-2013	SMP Negeri 15 Palembang	
2013-2016	MAN 3 Palembang	
2016-2021	Fakultas Ekonomi, Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Sriwijaya	

Daftar Isi

KATA PENGANTAR ..... **iii**
UCAPAN TERIMA KASIH ..... **v**
ABSTRAK ..... **vii**
ABSTRACT ..... **viii**
DAFTAR RIWAYAT HIDUP ..... **ix**
Daftar Isi ..... **x**
Daftar Tabel ..... **xii**
Daftar Gambar ..... **xiii**
BAB I **1**
PENDAHULUAN **1**
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Rumusan Masalah 5
1.3. Tujuan Penelitian 5
BAB II **7**
STUDI KEPUSTAKAAN **7**
2.1. Landasan Teori 7
2.1.1. Strategi Harga 7
BAB III **31**
METODOLOGI PENELITIAN **31**
3.1. Ruang Lingkup Penelitian 31
3.2. Jenis dan Sumber Data 31
3.3. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel 32
3.4. Kerangka Berpikir 33
3.5. Teknik Analisis 34
3.5.1. Strategi Harga 34
3.5.2. Analisis Keuntungan 35
3.5.3. Analisis Regresi 35
BAB IV **36**
HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN **36**
4.1. Hasil Penelitian 36
1. Deskripsi Objek Penelitian 36
2. Perhitungan Penetapan Harga 38
3. Perhitungan Keuntungan 48
4. Analisis Regresi 58
4.2. Pembahasan 65
BAB V **68**
PENUTUP **68**
1.1. Kesimpulan 68

1.2. Saran.....69
DAFTAR PUSTAKA.....70

Daftar Tabel

Tabel 1.1. Data UMKM Pempek di Kota Palembang Tahun 2019 3
Tabel 3.1. Populasi dan Sampel Penelitian 33
Tabel 4.1. Penetapan Harga dengan Persamaan 1 39
Tabel 4.2. Penetapan Harga dengan Persamaan 2 42
Tabel 4.3. Penetapan Harga dengan Persamaan 3 46
Tabel 4.4. Perhitungan Keuntungan (harga jual sesuai pasaran)..... 49
Tabel 4.5. Perhitungan Keuntungan (harga jual *markup 30%* dari biaya produksi)54
Tabel 4.6. Perbandingan keuntungan..... 57
Tabel 4.5. Hasil Uji Regresi Harga Jual (persamaan 1) terhadap Keuntungan..... 59
Tabel 4.6. Hasil Uji Regresi Harga Jual (persamaan 2) terhadap Keuntungan..... 63

Daftar Gambar

Gambar 2.1. Kurva Limit Pricing 14
Gambar 2.2. Kurva *price leadership* 16
Gambar 2.3. Kurva *markup pricing* 18
Gambar 2.4. Kurva Profit atau Keuntungan 21
Gambar 2.5. Kurva TR, TC dan Laba (pendekatan marginal) 23
Gambar 2.6. Kurva TR dan TC 25
Gambar 3.1. Kerangka Berpikir 34
Gambar 4.1. Lokasi Penelitian dalam Gambaran Maps 36
Gambar 4.2. Tampak Depan Kawasan Sentra Pempek 37
Gambar 4.3. Perbandingan Rata-rata Biaya per Satuan 40
Gambar 4.4. Perbandingan Rata-rata *mark up* per Satuan 41
Gambar 4.5. Perbandingan Rata-rata Biaya per Satuan 43
Gambar 4.6. Perbandingan Rata-rata Tambahan Biaya per Satuan 44
Gambar 4.7. Perbandingan Rata-rata Harga Jual per Satuan 45
Gambar 4.8. Perbandingan Rata-rata Harga Jual per Satuan 47
Gambar 4.9. Perbandingan Total Biaya 51
Gambar 4.10. Perbandingan Perolehan Keuntungan 52
Gambar 4.11. Perbandingan Dampak Harga Jual terhadap Perolehan Keuntungan65

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Indonesia dikenal dengan negara kepulauan, hal ini sesuai dengan kondisi yang ada karena wilayah Negara Indonesia sebagian besar berbentuk pulau-pulau. Negara Kepulauan(*archipelagic state*) yang berarti suatu negara yang seluruhnya terdiri dari satu gugus besar atau lebih kepulauan dan dapat mencakup pulau-pulau lain, apabila dideskripsikan lebih lanjut dapat dinyatakan sebagai cakupan dari segala aspek yang berada dalam kawasan kepulauan tertentu. Seperti halnya terdapat gugusan di setiap bagian pulau merupakan bagian yang tidak terpisahkan. Menjadi bentuk alami dari sebuah wilayah yang di dalamnya terdapat pulau sebagai daratan, perairan serta menjadi wilayah dengan sebutan geografis yang juga terdapat geopolitik dan telah memiliki sejarah dari masa ke masa. Gugusan itulah yang dinyatakan sebagai satu kesatuan utuh dalam sebuah wilayah (Wikipedia, Negara Kepulauan, 2019).

Oleh karena itu, sudah sepatutnya Indonesia memiliki keberagaman di segala aspek kehidupan. Begitupun dengan kuliner atau makanan khas, dengan luas wilayah dan kondisi masyarakat yang beragam akan membuat masing-masing wilayah memiliki makanan khasnya. Satu diantara makanan khas yang dikenal oleh masyarakat secara nasional adalah pempek.

Pempek dikenal oleh masyarakat sebagai makanan khas Kota Palembang. Kota yang berada di Pulau Sumatera, tepatnya di wilayah Sumatera

Selatan.Popularitas pempek tidak hanya di lokal, namun juga sudah dikenal secara nasional bahkan internasional. Hal tersebut membuat usaha pempek yang semula hanya industri rumahan menjadi salah satu usaha kuliner yang menjanjikan bagi investor.

Tingginya minat masyarakat terhadap kuliner pempek di Palembang memberikan dampak positif bagi penghasilan pengrajin pempek. Saat ini pelanggan pempek tidak hanya berasal dari Kota Palembang, melainkan dari berbagai kota yang ada di Indonesia bahkan dari luar Indonesia. Beragam inovasi dilakukan oleh pengrajin pempek dalam rangka meningkatkan kualitas dan kuantitas pempek yang diproduksi.

Kota Palembang pernah menjadi salah satu kota yang ditunjuk sebagai tuan rumah perhelatan kejuaraan olahraga tingkat dunia, dan pada saat *event* tersebut berlangsung konsumsi pempek mencapai 7 Ton per hari. Hal ini sesuai dengan pernyataan Bapak H. Alex Noerdin (Gubernur Sumatera Selatan Periode 2014-2019)(Setiawan, 2018). Ini membuktikan bahwa pempek tidak hanya diminati oleh warga lokal Palembang, melainkan masyarakat secara umumnya.

Berdasarkan data laporan Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Sumatera Selatan, per tanggal 31 Desember 2017 dinyatakan terdapat 28.766 UKM yang berada di wilayah Kota Palembang (Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Sumatera Selatan, 2018). Berkembang pesat hingga pertengahan Tahun 2019 dinyatakan oleh Ana Heryana selaku Kepala Dinas Koperasi dan UKM Kota Palembang tercatat sebanyak 37.000 UMKM di Kota Palembang (Sriwijaya TV, 2019).Jika digambarkan dalam bentuk tabel maka akan terlihat perbandingan jumlah UKM

secara total dengan UKM yang bergerak di bidang kuliner khususnya pempek, sebagai berikut.

Tabel 1.1. Data UMKM Pempek di Kota Palembang Tahun 2019

No	Keterangan	Jumlah
1	UMKM Keseluruhan	37.000 UMKM
2	UMKM Bidang Usaha Pempek	4.000 UMKM

Sumber: data diolah dari berbagai sumber.

Data yang terdapat dalam tabel di atas diolah dari berbagai sumber yaitu dari Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Sumatera Selatan tahun 2018, liputan yang dilakukan oleh Setiawan (2018) dalam laman Gatra.com dengan tajuk Gubernur Sumsel: Pemesanan Pempek Lebih dari 7 Ton Per Hari, serta liputan yang dilakukan oleh Sriwijaya TV(2019) dengan judul 4.000 UMKM di bawah binaan dinas koperasi dan UKM Kota Palembang.

Berdasarkan tabel di atas, maka jelas bahwa UMKM bidang pempek cukup banyak jumlahnya di Kota Palembang pada tahun 2019, apabila dibuat persentase yaitu sebesar 10,8% UKM yang ada merupakan usaha pempek (Suryani, 2018). Menjamurnya penjual pempek di Kota Palembang sudah terlihat dengan jelas, karena di setiap sudut kota bahkan dimanapun kita menjelajahi Kota Palembang akan selalu bertemu dengan penjual pempek. Sebagaimana diketahui bahwa pangsa pasar pempek sudah mulai terklasifikasi berdasarkan penghasilan serta lokasi penjualan pempek tersebut. Bagi masyarakat yang menginginkan suasana atau nuansa yang lebih nyaman maka akan mengunjungi resto-resto pempek yang tersedia dengan beragam merk. Sebagian besar masyarakat yang

memiliki ekonomi menengah tentunya memiliki tempat tersendiri untuk membeli pempek, salah satu lokasi yang menjadi sentra pempek di Kota Palembang adalah kawasan 26 Ilir.

Kawasan 26 Ilir merupakan sebuah sentra pembuatan dan penjualan pempek, tidak kurang dari 50 kedai pempek tersedia di kawasan tersebut. Hal yang penting diketahui bahwa setiap hari pempek yang diproduksi oleh banyak kedai tersebut sebagian besar habis terjual. Masing-masing unit usaha pempek yang berada di kawasan 26 Ilir memiliki keunikan serta langganannya tersendiri. Hal inilah yang menjadi fokus penelitian ini, yaitu mengenai strategi harga yang digunakan oleh masing-masing pelaku usaha pempek ditengah banyaknya pilihan untuk menikmati pempek. Secara umum, peneliti melakukan observasi pendahuluan bahwa di setiap toko atau kedai pempek yang berada di kawasan 26 Ilir melakukan beragam strategi untuk tetap diminati oleh masyarakat, salah satu strategi yang diterapkan adalah dengan memberikan harga yang relatif kompetitif serta ukuran pempek yang cukup besar. Hasil observasi awal tersebut memberikan penjelasan kepada peneliti, bahwa tidak menutup kemungkinan terdapat banyak strategi yang diterapkan oleh pelaku usaha dalam rangka bersaing dalam penjualan pempek kepada masyarakat.

Berdasarkan deskripsi tersebut, maka peneliti merasa penting dan tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam mengenai strategi harga yang diterapkan oleh pelaku usaha atau pengusaha pempek. Untuk mempertegas penelitian yang akan dilakukan, maka judul penelitian ini adalah **“Strategi harga terhadap profit usaha pempek di Kota Palembang”.**

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian ini, maka fokus masalah kemudian dirumuskan untuk memberikan panduan terhadap pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan. Masalah dalam penelitian ini dirumuskan, yaitu:

a. Bagaimana penerapan strategi harga dalam menjalankan usaha pempek di Kota Palembang?
b. Bagaimana pengaruh penerapan strategi harga terhadap profit usaha pempek di Kota Palembang?

1.3.Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan sebuah hasil yang diharapkan untuk dapat diketahui setelah dilakukan penelitian yang mendalam. Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun untuk penelitian, tentunya memiliki tujuan yang hendak dicapai, diantaranya sebagai berikut:

a. Mengetahui dan mendeskripsikan penerapan strategi harga dalam menjalankan usaha pempek di Kota Palembang.
b. Mengetahui pengaruh penerapan strategi harga terhadap profit usaha pempek di Kota Palembang.

1.4.Manfaat Penelitian

Sebagaimana tujuan penelitian ini dilakukan, maka diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak terkait. Diantara manfaat yang diharapkan adalah sebagai berikut:

a. Manfaat praktis

   Manfaat praktis dimaksudkan sebagai manfaat yang langsung dapat dinikmati atau diaplikasikan oleh pihak terkait. Bagi pengrajin pempek atau pengusaha yang berada di industri pempek dapat menjadikan hasil penelitian ini untuk menjadi cara mengoptimalkan strategi yang dilakukan, sehingga hasil dari penjualan pun dapat menjadi lebih baik dan mampu menghasilkan keuntungan bagi usaha pempek.

b. Manfaat teoritis

   Manfaat teoritis dimaksudkan sebagai manfaat yang dapat dirasakan oleh civitas akademik, atau sebagai informasi tambahan bagi pihak-pihak lainnya yang berkepentingan dengan hasil penelitian ini. Diantara manfaat secara teoritis adalah dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai kajian yang relevan untuk melakukan kajian lebih lanjut dengan memperhatikan variabel lain yang belum diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

Abidin, Y. Z. (2015). *Metode penelitian komunikasi, penelitian kuantitatif teori dan aplikasi.* Bandung: Pustaka Setia.

Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik.* Jakarta: Rineka Cipta.

David, F. R. (2012). *Strategic management: manajemen strategi konsep.* Jakarta: Salemba Empat.

Dianiffa, H. A. (2015). *Strategi pengembangan industri mocaf di Kabupaten Gunung Kidul* . Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Sumatera Selatan. (2018). *Rapat koordinasi nasional bidang KUMKM Tahun 2018.* Palembang: Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Sumatera Selatan.

Galang, K. (2017, Juli). *Penetapan harga biaya plus*. Dipetik Maret 2020, dari Kagewe: https://kageweblog.wordpress.com/2017/07/24/penetapan-harga-biaya-plus-cost-plus-pricing/

Griffin, J. (2005). *Customer loyalty: menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan.* Jakarta: Erlangga.

Guyana, J., & Mustamu, R. H. (2013). Perumusan strategi bersaing perusahaan yang bergerak dalam industri pelayaran. *AGORA, Volume 1 Nomor 3*.

Google . (2021). *Maps 26 Ilir*. Retrieved 2021, from maps.google.com: https://www.google.com/maps/@-2.9904558,104.7548809,18z

Halim, A., & Supono, B. (2005). *Akuntansi manajemen.* Yogyakarta: BPFE.

Harkiranpal, S. (2006). *The Importance of Customer Satisfaction in Relation to Customer Loyalty and Retention.* Malaysia: Asia Pacific University College of Technology & Innovation Technology Park Malaysia.

Ichsani, S. D. (2017). *Pengaruh mekanisme corporate social responsibility.* Purwokerto: Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

Kasmir. (2011). *Analisis laporan keuangan.* Jakarta: Raja Grafindo Persada.

KBBI. (2019). *Klasifikasi*. Dipetik Desember 6, 2019, dari Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring: https://kbbi.web.id/klasifikasi

Kotler, P. (2000). *Prinsip-prinsi manajemen pemasaran.* Jakarta: Prenhalindo.

Kuntjoroadi, W., & Safitri, N. (2009). Analisis strategi bersaing dalam persaingan usaha penerbangan komersial. *Bisnis & Birokrasi; Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Volume 16 Nomor 1*, 45-52.

Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen pemasaran jasa, teori dan praktek.* Jakarta: Salemba Empat.

Manurung, M., & Rahardja, P. (2002). *Pengantar ilmu ekonomi.* Jakarta: LPFE-UI.

Maribun, B. N. (2003). *Kamus manajemen.* Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.

Mukhlis, Atiyatna, D. P., & Dehannisa, N. (2014). Pengembangan ekonomi lokal Kota Palembang melalui kajian potensi klaster industri kecil. *Jurnal Ekonomi Pembangunan Vol. 12 No. 2*, 67-80.

Murwanti, S., & Sholahuddin, M. (2014). Strategi dan dampak kenaikan harga kedelai terhadap laba usaha pengrajin tempe di Sukoharjo, Jawa Tengah. *BENEFIT (Jurnal Manajemen dan Bisnis), Volume 18 Nomor 1*, 30-40.

Nafarin, M. (2007). *Penganggaran perusahaan.* Jakarta: Salemba Empat.

Nugraha, R. (2017). Sentra usaha toko pempek di Kota Palembang. *Jurnal Bumi Indonesia Vol. 6 No.2*, 1-10.

Rachmawati, R. (2011). Peranan bauran pemasaran (marketing mix) terhadap peningkatan penjualan (sebuah kajian terhadap bisnis restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik, Volume 2 Nomor 2*, 143-150.

Sahli, Y. P. (2017). Prospek pengembangan industri makanan olahan pempek palembang di Kota Pekanbaru. *FOM Fekon Vol. 4 No. 1*, 505-517.

Setiawan, I. (2018, Agustus 26). *Gubernur Sumsel: Pemesanan Pempek Lebih dari 7 Ton Per Hari*. Dipetik Desember 6, 2019, dari Gatra.com: https://www.gatra.com/detail/news/340146-Gubernur-Sumsel-Pemesanan-Pempek-Lebih-dari-7-Ton-Per-Hari

Setiyo. (2018, April). *Konsep Penerimaan (reveneu), laba (profit)*. Dipetik Maret 2020, dari Belajar ekonomi: https://www.ajarekonomi.com/2018/04/konsep-penerimaan-revenue-laba-profit.html

Sriwijaya TV. (2019, Mei). *4.000 UMKM di bawah binaan dinas koperasi dan UKM Kota Palembang*. Dipetik Februari 24, 2020, dari Sriwijaya tv: http://sriwijayatv.com/2019/05/21/4-000-umkm-dibawa-binaan-dinas-koperasi-dan-ukm-palembang/

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Sukirno, S. (1995). *Pengantar teori ekonomi mikro.* Jakarta: Karya Grafindo Persada.

Sukirno, S. (2006). *Ekonomi Pembangunan: proses, masalah dan dasar kebijakan.* Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Sukirno, S. (2013). *Mikro ekonomi teori pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Suryani, E. (2018, Desember). *4.000 UMKM Pempek diajak membuat pempek sehat dan berkualitas*. Dipetik Februari 24, 2020, dari Kompasiana: https://www.kompasiana.com/ellysuryani/5c03383fab12ae01f9168e04/tak-cukup-enak-saja-4000-umkm-pempek-diajak-membuat-pempek-sehat-dan-berkualitas?page=all

Swastha, B. (2004). *Pengantar bisnis modern.* Jakarta: Salemba Empat.

Tim. (2014). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian.* Jakarta: Kementerian Sekretariat Negara.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran jasa-prinsip, penerapan dan penelitian.* Yogyakarta: Andi Offset.

Wikipedia. (2019). *Klasifikasi*. Dipetik Desember 6, 2019, dari Wikipedia.org: https://id.wikipedia.org/wiki/Klasifikasi

Wikipedia. (2019). *Negara Kepulauan*. Dipetik Desember 6, 2019, dari Wikipedia.org: https://id.wikipedia.org/wiki/Negara_kepulauan