

**PENGARUH PENGUASAAN MATERI PENAWARAN TERHADAP HASIL BELAJAR
EKONOMI SISWA PADA MATERI BENTUK PASAR BARANG DI KELAS X
SMA NEGERI 1 BATANG ONANG**

Oleh:

**AMINAH SIREGAR
NPM. 12030017/Program Studi Pendidikan Ekonomi
Mahasiswa Institut Pendidikan Tapanuli Selatan**

ABSTRACT

This study aims to know whether there is the significant influence of offering mastery and students' economic achievement on the topic the form of market goods at the tenth-grade students of SMA Negri 1 Batang Onang. This research was conducted by applying descriptive method with 96 students as the sample and they were taken by using total sampling technique. Descriptive and inferential analyzes are used to analyzed the data. Based on the data analysis, it was found that: (a) the average of offering mastery was 58.33 (less category) and the average of students economic achievement on the topic the form of market goods was 60.57 (enough category). Furthermore, based on inferential statistic by using test, the result showed that ttable was less than tobserved ($8.67 > 1,66$), it means, there is a significant influence of offering mastery and students economic achievement on the topic the form of market goods at the tenth-grade students of SMA Negri I Batang Onang.

Key words: Offering Mastery and Topic the Form of Market Goods

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang semakin modern terutama pada era globalisasi seperti sekarang ini menuntut adanya sumber daya manusia yang berkualitas tinggi. Peningkatan kualitas sumber daya manusia merupakan prasyarat mutlak untuk mencapai tujuan pembangunan. Salah satu wahana untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia tersebut adalah pendidikan

UU Sistem pendidikan Nasional No. 20 tahun 2003 mengatakan Pendidikan adalah usaha sadar untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan

Negara. tujuan pendidikan nasional adalah mencerdaskan kehidupan bangsa dan mengembangkan manusia Indonesia seutuhnya yaitu manusia yang bertaqwa terhadap tuhan yang maha esa dan berbudi pekerti yang luhur, memiliki pengetahuan dan keterampilan, kesehatan jasmani dan rohani, kepribadian yang mantap dan mandiri serta tanggung jawab kemasyarakatan dan kebangsaan”.

Salah satu yang dipelajari di dalam mata pelajaran ekonomi adalah materi bentuk pasar barang, bentuk pasar barang adalah tempat dimana para pembeli dari suatu barang atau jasa melakukan suatu interaksi untuk menentukan jumlah dan harga barang atau jasa yang diperjualbelikan.

Belajar senantiasa dilakukan oleh setiap orang, bahkan dapat dikatakan sebagai

suatu kebutuhan. Kebutuhan akan belajar harus dipenuhi dengan bahasa maupun penguasaan yang seimbang agar dapat memberi kepuasan, sedangkan rasa puas itu sendiri tercapai jika memperoleh keberhasilan. Oleh karena itu, tiap orang yang belajar ingin berhasil dan ingin mendapat kepuasan atas hasil yang diperolehnya. Untuk mengetahui ukuran keberhasilan belajar serta daya serap siswa, dapat dilihat melalui evaluasi hasil belajar. Jika hasil evaluasi baik, maka tujuan belajar tercapai, dan sebaliknya, jika hasil belajar tidak baik, maka tujuan belajar tidak tercapai.

Hasil belajar adalah sebagai salah satu tolak ukur penilaian pencapaian siswa terhadap hasil materi pembelajaran perlu untuk terus ditingkatkan. Peningkatan hasil belajar siswa dapat dilakukan melalui pelaksanaan proses belajar mengajar yang lebih efektif. Proses belajar mengajar mengakibatkan adanya perubahan di dalam diri siswa yang terjadi sebagai akibat hasil pengalaman yang diperoleh diri berintegrasi dengan lingkungan sekitarnya.

Permasalahan yang sering muncul adalah hasil belajar siswa tidak sesuai seperti yang diharapkan. Hal ini dapat dilihat pada nilai rata-rata harian yang dilakukan siswa tentang materi pasar barang pada kelas X SMA Negeri 1 Batang Onang, yaitu 65 sedangkan KKM yaitu 75. Untuk mengatasi hal itu tentu segala upaya dilakukan, seperti bagaimana memotivasi siswa untuk belajar, menguasai materi sebelumnya.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut maka salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan menguasai pemahaman materi pra syarat sebelum mempelajari materi lainnya, seperti penguasaan materi penawaran. Diharapkan dengan penguasaan materi tersebut akan lebih mudah bagi siswa dalam mengkaji lebih lanjut tentang materi bentuk pasar barang.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis termotivasi untuk melakukan suatu penelitian dengan judul **“Pengaruh Penguasaan Materi Penawaran Terhadap Hasil Belajar Ekonomi Siswa Pada Materi Bentuk Pasar Barang Di Kelas X SMA Negeri 1 Batang Onang”**.

1. Hakikat hasil belajar ekonomi siswa materi Bentuk Pasar Barang

Sebelum dijelaskan apa yang dimaksud dengan hasil belajar ada baiknya terlebih dahulu diterangkan pengertian belajar. Belajar merupakan hal yang selalu dilakukan oleh setiap manusia. Dimana melalui proses belajar inilah maka akan menambah ilmu pengetahuan seseorang yang diperoleh dari pengalaman dengan lingkungannya. Menurut Slameto (2011: 20) “Belajar adalah suatu proses usaha yang dilakukan seseorang untuk memperoleh suatu perubahan tingkah laku yang baru secara keseluruhan, sebagai hasil pengalamannya sendiri dalam interaksi dengan lingkungannya”.

Menurut Djamarah (2009 :10) “Belajar adalah proses perubahan perilaku berkat pengalaman dan latihan”. Sedangkan menurut Dimiyati dan Mudjiono (2009: 156) “Belajar adalah proses melibatkan manusia secara orng perorng sebagai satu kesatuan organisme sehingga terjadi perubahan pada pengetahuan, keterampilan dan sikap”.

Tujuan belajar merupakan cara akurat untuk menentukan hasil belajar siswa. Dengan kata lain proses belajar siswa ditentukan oleh sejauh mana tujuan belajar dapat dicapai peserta didik yang dapat melalui evaluasi. Perubahan-perubahan yang terjadi pada diri siswa terhadap suatu keadaan merupakan keberhasilan belajar yang diorientasikan kepada prestasi belajar yang diperoleh. prestasi tersebut sebagai hasil belajar itu sendiri.

Sedangkan menurut Dimiyati dan Mudjiono (2009:3) “Hasil belajar adalah hasil dari suatu interaksi tindak belajar dan tindak mengajar”. Hasil belajar dapat dipandang dari dua sisi yaitu dari sisi guru dan sisi siswa. Dari sisi guru, tindak mengajar diakhiri dengan proses evaluasi hasil belajar. Dari sisi siswa, hasil belajar merupakan berakhirnya penggal dan puncak proses belajar.

Untuk mengukur kemampuan belajar siswa digunakan tes hasil belajar, tes hasil belajar menurut Haryono (2005) “Merupakan seperangkat rangsangan (stimulu) yang diberikan kepada seseorang dengan maksud untuk menjawab yang dapat dijadikan dasar bagi penetapan skor angka”

Suyadi (2013) mengatakan penerapan strategi pembelajaran berbasis masalah berpengaruh terhadap hasil belajar siswa pada materi bentuk pasar barang. Oleh karena itu strategi pembelajaran berbasis masalah ini bertujuan untuk aktivitas yang menekankan pada proses penyelesaian masalah secara ilmiah, dimana materi yang dibahas pada skripsi ini yaitu bentuk pasar barang pada pelajaran ekonomi sehingga menemukan solusi yang baik dan dapat diterapkan di kehidupan nyata. Dengan siswa dapat menyelesaikan masalah untuk memecahkan masalah maka strategi pembelajaran berbasis masalah berpengaruh pada hasil belajar siswa pada materi bentuk pasar barang.

Ilmu ekonomi adalah ilmu yang mempelajari cara manusia memenuhi kebutuhan yang tidak terbatas dengan alat pemuas kebutuhan yang terbatas. Adapun hasil belajar bentuk pasar barang yang akan dibahas adalah mengidentifikasi ciri-ciri berbagai bentuk pasar barang, dan mengidentifikasi kebaikan dan keburukan berbagai bentuk pasar barang, memberi contoh dari berbagai bentuk pasar barang.

a. ciri-ciri dari berbagai bentuk pasar barang

Di dalam bentuk yang sudah diuraikan diatas tentunya memiliki ciri-ciri masing-masing di bawah ini akan dijelaskan tentang ciri-ciri dari bentuk pasar barang yaitu:

1. Pasar Persaingan Sempurna

Pada pasar persaingan sempurna ditandai oleh adanya sejumlah besar penjual di dalam pasar dan masing-masing diantara mereka memiliki kekuatan pasar yang relatif. Namun dalam pasar persaingan sempurna harga jual yang terjadi di pasaran cenderung rendah mengikuti gejolak pasar yang berlangsung.

Kemudian Bangun menyatakan (2010: 97) “ciri-ciri pasar persaingan sempurna antara lain, 1). Terdapat banyak penjual (perusahaan) dan pembeli di pasar, sehingga baik penjual maupun pembeli tidak dapat memengaruhi pasar. 2). Harga ditetapkan oleh hasil interaksi antara pembeli dan penjual atau disebut sebagai harga pasar. Dalam hal ini baik pembeli maupun penjual adalah sebagai pengambil harga (*price taker*). 3). Perusahaan bebas masuk dan keluar pasar, apabila barang yang dijual di pasar dapat menghasilkan keuntungan maksimal, perusahaan semakin banyak masuk ke pasar, sebaliknya, bila dalam keadaan rugi perusahaan akan meninggalkan pasar, perusahaan tidak ada tekanan dari siapapun dalam masuk dan keluar pasar. 4). Setiap perusahaan menghasilkan barang yang sama di pasar, sehingga para pembeli bebas memilih barang yang dibutuhkannya. 5). Para pembeli mengetahui keadaan di pasar, sehingga para pembeli mengetahui harga dan perkembangannya di pasar”.

Kemudian menurut Sukirno (2008: 231) “Ciri-ciri pasar persaingan sempurna adalah:

1. Perusahaan adalah pengambil harga, yang berarti suatu perusahaan yang

berada di dalam pasar tidak dapat menentukan atau mengubah harga pasar.

2. Setiap perusahaan mudah keluar masuk, yang mana sekiranya perusahaan mengalami kerugian an ingin meninggalkan industri tersebut, langkah ini dapat dengan mudah dilakukan, dan sebaliknya apabila ada produsen yang ingin melakukan kegiatan di industri tersebut maka produsen dapat dengan mudah melakukan kegiatannya.
3. Menghasilkan barang serupa, maksudnya barang yang dihasilkan berbagai perusahaan tidak mudah untuk dibedakan.
4. Terdapat banyak perusahaan di pasar, sifat inilah yang menyebabkan perusahaan tidak mempunyai kekuasaan untuk mengubah harga.
5. Pembeli mempunyai pengetahuan sempurna mengenai pasar.”

2. Pasar Monopoli

Pasar monopoli merupakan suatu bentuk interaksi antara permintaan dan penawaran dimana hanya ada satu penjual atau produsen yang berhadapan dengan banyak pembeli atau konsumen. Pasar monopoli merupakan pasar yang sangat jarang kenyataan.

Sedangkan menurut Bangun (2010: 115) ciri-ciri pasar monopoli antara lain, 1) terdapat hanya satu penjual, 2). Tidak ada barang pengganti, 3) ada hambatan perusahaan lain masuk pasar, 4) perusahaan sebagai penentu harga (*price taker*). Kemudian menurut Murni dan Amaliawati (2013:204) “mengemukakan ciri-ciri pasar monopoli, antara lain:

1. Di pasar hanya terdapat satu perusahaan yang menghasilkan produk
2. Tidak mempunyai barang pengganti yang mirip
3. Pada pasar monopoli tertutup kemungkinan perusahaan lain untuk

menghasilkan produk yang sama karena adanya hak paten atau adanya monopoli alamiah

4. Perusahaan dapat mempengaruhi harga produk”

3. Pasar Oligopoli

Pasar oligopoli merupakan pasar yang jumlah produsennya sangat sedikit dan selalu ada reaksi dari perusahaan lainnya ada kebijakan yang baru dari satu perusahaan, maka dalam pasar oligopoli adakalanya antarprodusen melakukan kesepakatan penetapan harga atau kesepakatan lain dalam hal menentukan pangsa pasar ataupun kesepakatan dalam menentukan kuota output yang diproduksi.

Adapun ciri-ciri pasar oligopoli menurut Rianto dan Amalia (2010: 253) adalah sebagai berikut:

1. Hanya sedikit perusahaan dalam industri.
2. Produknya bisa homogen tetapi bisa juga terdiferensiasi.
3. Pengambilan keputusan yang saling mempengaruhi.
4. Kompetisi non harga dalam upayanya mencapai kondisi optimal, perusahaan tidak hanya bersaing dalam harga namun juga persaingan non harga
5. Adanya hambatan untuk masuk ke dalam industri bagi perusahaan baru.

Lanjutnya Sukirno (2008: 315) “mengemukakan ciri-ciri pasar oligopoli yaitu:

1. Menghasilkan barang standar maupun barang berbeda corak. Adakalanya perusahaan dalam pasar oligopoli menghasilkan barang standar (*standardized product*). Industri dalam pasar oligopoli yang demikian sifatnya banyak dijumpai dalam industri yang dihasilkan bahan mentan seperti, produsen bensin, industri baja atau aluminium, dan industri bahan baku seperti semen dan bahan bangunan

2. Kekuasaan menentukan harga adakalanya lemah dan adakalanya sangat tangguh. Dari dua kemungkinan ini, yang mana akan wujud tergantung kepada bentuk kerjasama diantara perusahaan dalam pasar oligopoli.
3. Pada umumnya perusahaan oligopoli perlu melakukan promosi secara iklan. Iklan secara terus menerus sangat diperlukan oleh perusahaan oligopoli yang menghasilkan barang yang berbeda corak. Pengeluaran iklan biasanya besar sekali untuk perusahaan-perusahaan seperti itu.”

4. Pasar Monopolistik

Pasar persaingan monopolistik hampir sama dengan pasar persaingan sempurna dan pasar monopoli, jika salah satu ciri-ciri untuk pasar sempurna tidak terdapat satu produk, maka tersebut akan jatuh pada struktur pasar monopolistik. Demikian pula jika salah satu ciri-ciri pasar monopoli tidak terdapat pada suatu produk maka produk tersebut akan masuk pada pasar monopolistik

Adapun “ciri-ciri pasar persaingan monopolistik menurut Rahardja dan Manurung (2008: 183) adalah:

- 1) Produk yang terferensiasi, yaitu produk dapat dibedakan oleh konsumen dengan melihat siapa produsernya.
- 2) Jumlah produsen banyak dalam industri, maksudnya banyaknya perusahaan menyebabkan keputusan perusahaan tentang harga dan output tidak harus perlu memperhitungkan reaksi perusahaan lain dalam industri.
- 3) Bebas masuk dan keluar, laba yang super normal yang dinikmati perusahaan mengundang perusahaan pendatang untuk memasuki industri.”

Sedangkan menurut Sukirno (2008:297) “mengemukakan ciri-ciri pasar monopolistik antara lain:

- 1) Terdapat banyak penjual
- 2) Barangnya bersifat berbeda corak

- 3) Perusahaan mempunyai sedikit kekuasaan mempengaruhi harga
- 4) Kemasukan ke dalam industri relatif mudah
- 5) Perusahaan yang akan masuk dan menjalankan usaha di dalam pasar
- 6) Persaingan mempromosikan penjualan sangat aktif”

b. mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan dari berbagai bentuk pasar

Di dalam bentuk pasar yang sudah diuraikan di atas tentunya memiliki kebaikan dan keburukan masing-masing dibawah ini akan dijelaskan tentang kebaikan dan keburukan dari bentuk pasar barang yaitu:

1. Pasar persaingan sempurna.

Pasar persaingan sempurna bagi masyarakat adalah pasar yang dapat memberikan tingkat kemakmuran dan kenikmatan yang maksimal. Menurut Rahardja (2006: 187:179),” kebaikan pasar persaingan sempurna adalah :

1. Harga jual barang dan jasa adalah yang termurah.
2. Jumlah output paling banyak sehingga rasio output per penduduk maksimal (kemakmuran maksimal).
3. Masyarakat terasa nyaman dalam mengkonsumsi karena tidak perlu membuang waktu untuk memilih barang dan jasa (produk yang homogen) dan tidak takut ditipu dalam kualitas dan harga (informasi sempurna).”

Sedangkan” kelemahan nya pasar persaingan sempurna adalah:

1. Kelemahan dalam mengkonsumsi, dimana dalam pasar persaingan sempurna mustahil terwujud, karena dalam dunia nyata manusia (produsen dan konsumen) dibatasi oleh waktu dan tempat. Keterbatasan itu menyebabkan perpindahan faktor produksi dan pengumpulan informasi membutuhkan biaya.

2. Kelemahan dalam pengembangan teknologi, kegiatan riset dan pengembangan amat dibutuhkan untuk memperoleh teknologi produksi yang meningkatkan efisiensi produksi.
3. Konflik efisiensi-keadilan, pasar persaingan sempurna sangat menekankan efisiensi. Tetapi hal ini menimbulkan masalah jika diterapkan dalam dunia nyata.”

2. Pasar Monopoli

Kebaikan dan keburukan pasar monopoli menurut Sukirno (2008:291-292) menyatakan bahwa, “kebaikan monopoli yaitu:

1. Apabila menikmati skala ekonomi, biaya produksi lebih murah dari pada di firma pasar persaingan sempurna, dan tingkat produksi lebih besar.
2. Mutu barang semakin meningkat dan harga semakin murah apabila perusahaan terus-menerus melakukan pengembangan dan inovasi.
3. Kesejahteraan masyarakat dapat ditingkatkan apabila monopoli dapat terus menghasilkan barang yang lebih murah dan bermutu”

Sedangkan ” keburukan pasar monopoli adalah:

1. Harga barang lebih mahal dan tingkat produksi lebih rendah di pasar persaingan sempurna.
2. Barang yang dihasilkan tidak banyak mengalami perubahan.
3. Kesejahteraan masyarakat lebih buruk daripada yang diwujudkan oleh pasar persaingan sempurna.”

Selanjutnya Rahardja dan Prathama (2006:195) kebaikan dan keburukan pasar monopoli menyatakan “bahwa kebaikan pasar monopoli yaitu: 1) monopoli dan efisiensi, dan pertumbuhan ekonomi, 2) monopoli dan efisiensi pengadaan barang publik, 3) monopoli dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.”

Sedangkan kelemahannya menurut Rahardja dan Prathama (2008: 169) “kelemahan pasar monopoli adalah hilangnya atau berkurangnya tingkat kesejahteraan konsumen, menimbulkan eksploitasi terhadap konsumen dan pekerja, memburuknya kondisi makro nasional, dan memburuknya perekonomian internasional”.

3. Pasar Oligopoli

Sedangkan menurut Sukirno (2011:320) “kebaikan dan kelemahan pasar oligopoli sebagai berikut:

Kebaikan pasar oligopoly

1. Efisiensi dalam penggunaan sumber daya
2. Pengembangan teknologi dan inovasi”

“Kelemahan pasar oligopoli

1. Saling bergantung, artinya setiap kebijakan yang diambil harus mempertimbangkan reaksi dari perusahaan lain.
2. Terdapat rintangan yang kuat untuk masuk ke pasar oligopoli karena modal yang relatif besar”.

Bangun (2010: 137) menyatakan “ciri-ciri pasar oligopoli antara lain:

1. produk yang dihasilkan adalah produk yang homogen (*homogeneous product*),
2. adanya perusahaan dalam penentuan harga dipasar (oligopoli kolusif) dan kalanya perusahaan sebagai penerima harga (oligopoli tidak kolusif),
3. Ada sedikit penghalang bagi perusahaan baru untuk masuk pasar.”
4. Dalam pasar oligopoli, perusahaan-perusahaan yang ada di pasar relatif”

4. Pasar Persaingan Monopolistik

Pasar monopolistik merupakan pasar yang menghasilkan barang berbeda corak, Rahardja dan manurung (2006: 15) Kebaikan pasar monopolistik menyatakan “yaitu: 1). Daya monopoli relatif kecil, 2). Permintaan yang elastis, 3) kenikmatan konsumen karena beragamnya produk, peningkatan kualitas dan meningkatnya

kebebasan konsumen dalam memilih output. Sedangkan menurut Putong (2005:306) “bahwa kebaikan pasar monopolistik adalah menggunakan diferensiasi produk untuk dapat membedahkan produk perusahaan satu dengan yang lain”,

Keburukan pasar monopolistik menurut Mandala (2006: 220) “yaitu:1). Menyebabkan kesejahteraan yang hilang relatif kecil, 2) menyebabkan kelebihan kapasitas produksi relatif kecil dan, 3) ketidak efisien yang dihasilkan perusahaan yang beroperasi.”

Menurut Sukirno (2008: 310) “Keburukan pasar persaingan monopolistik antara lain:

1. operasinya tidak seefisien pasar persaingan sempurna karena harga lebih dan kuantitas produktif dan efisiensi alokatif.
2. perusahaan tidak mempunyai galakan untuk melakukan inovasi. Modal yang lebih terbatas dan kecenderungan untuk memperoleh keuntungan normal dalam jangka panjang menghalang firma untuk menciptakan inovasi.”

c. Memberi Contoh Bentuk Pasar

Barang.

Pasar merupakan sarana bagi produsen untuk menjual produk yang dihasilkan. Di dalam bentuk pasar yang sudah di uraikan di atas tentunya memiliki contoh masing-masing dibawah ini akan dijelaskan tentang contoh dari bentuk pasar barang yaitu:

1. Contoh Pasar persaingan sempurna

Pasar pesaing sempurna merupakan pasar yang terdapat banyak penjual dan pembeli, pasar persaingan sempurna ketika jumlah produsen sangat banyak sekali dengan memproduksi produk yang sejenis dan mirip dengan jumlah konsumen yang banyak. Adapun contoh produk pasar persaingan sempurna yaitu: pakaian, sepatu, dll. Sonny (2006:198)

“menyatakan contoh pasar persaingan sempurna yaitu perusahaan-perusahaan yang individu contoh produknya adalah seperti beras, gandum, batubara, kentang, dan lain-lain.”

2. Contoh pasar monopoli

Pasar monopoli merupakan pasar yang terdapat satu penjual saja, adapun contoh dari pasar monopoli adalah perusahaan naik haji ke mekkah, PLN, dan PAM, Rommel (2010: 158)” menyatakan contoh pasar monopoli yaitu perusahaan sebagai penjual tunggal atau barang yang tidak memiliki substitusi yang mirip di pasar. Contohnya seperti Microsoft windows, perusahaan listrik negara (PLN), perusahaan kereta api (PT.KAI), dan perusahaan-perusahaan monopolis tidak selalu memperoleh keuntungan lebih.”

3. Contoh Pasar Oligopoli

Pasar oligopoli merupakan pasar yang paling terjadi dalam sektor manufaktur di negara industri, adapun contoh produk pasar oligopoli yaitu semen, mobil, rokok, dll. Boediono (2010: 137) menyatakan “contoh pasar oligopoli adalah perusahaan yang menguasai secara independen (sendiri-sendiri) maupun secara diam-diam bekerja sama. Oligopoli bisa dibedakan antara oligopoli dengan diferensiasi produk (dengan perusahaan dengan merek-merek khusus tersendiri, misalnya industri kosmetik, industri mobil di Indonesia) dengan oligopoli tanpa diferensiasi produk (misalnya: industri seng, industri pipa besi dan sebagainya).”

Kemudian menurut Murni dan Amaliawati (2012:209) “contoh pasar oligopoli adalah seperti semen, baja, aluminium, dsb, atau produk diferensiasi seperti mobil, motor, rokok, dsb.”

4. Contoh Pasar Monopolistik

Pasar monopolistik merupakan perusahaan bebas keluar masuk dan di dalam pasar ini perusahaan mempunyai sedikit kekuasaan dalam pasar ini. adapun Rommel (2004:48) mengemukakan “contoh pasar

monopolistik adalah perusahaan yang menjual barang suatu barang terdiferensiasi, mirip namun tidak identik, contoh produk pasar monopolistik adalah seperti makanan ringan(snack),nasi goreng, pulpen,buku, dan sebagainya”

Dengan demikian penulis dapat menyimpulkan bahwa yang dimaksud dengan hasil belajar pada materi pokok bentuk pasar barang merupakan motif atau keinginan oleh seorang individu maupun kelompok yang disebut sebagai pihak konsumen untuk mendapatkan kepuasan di dalam memenuhi kebutuhan hidupnya yang tidak terbatas pada suatu tempat dan waktu tertentu terhadap suatu produk barang atau jasa yang dihasilkan oleh pihak produsen melalui suatu interaksi dan transaksi jual beli. Oleh karena itu, siswa diharapkan mampu menyebutkan dan memahami mengenai bentuk pasar barang, ciri-ciri berbagai pasar barang, kebaikan dan keburukan berbagai pasar barang, contoh dari berbagai bentuk pasar barang.

2. Hakikat Penguasaan Materi Penawaran

Penguasaan merupakan pemahaman siswa setelah mempelajari sesuatu.Sabri (2005: 91) menyatakan bahwa, “penguasaan adalah kemampuan dalam menyajikan informasi secara lisan yang diorganisasi secara sistematis”. Selanjutnya menurut Winaputra (2001:101) “penguasaan adalah setiap siswa mampu mengartikan apa yang sedang dikomunikasikan kepadanya dan dapat dipergunakan materi yang mengomunikasikan tersebut tanpa menghubungkan dengan materi lainnya”.

a. Mengidentifikasi Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penawaran

Penawaran seseorang atau sesuatu masyarakat kepada suatu barang ditentukan oleh banyak faktor-faktor Sadono (2008:76), “Faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran adalah: 1). Harga barang itu

sendiri. 2). Harga barang lain yang berkaitan dengan barang tersebut. 3). Pendapatan rumah tangga. 4). Corak distribusi pendapatan masyarakat. 5). Cita rasa masyarakat. 6). Ramalan 7). mengenai keadaan di masa depan”.

Sedangkan menurut Murni dan Amaliawati (2013:44) “faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran adalah:1). Harga barang itu sendiri 2). Harga barang lain 3). Biaya produksi 4). Perubahan teknologi 5). Ramalan”

b. Mengidentifikasi Kurva Penawaran

Kurva penawaran menaik dari kiri bawah ke kanan atas berarti arah pergerakannya berlawanan dengan arah penggerakannya kurva permintaan. Bentuk kurva penawaran bersifat seperti itu karena terdapat hubungan yang positif antara harga dan jumlah barang yang ditawarkan itu semakin tinggi harga, makin banyak jumlah ditawarkan. Menurut Sadono (2008:86) menyatakan bahwa “Kurva penawaran (*supply curve*) adalah suatu kurva yang menunjukkan hubungan antara harga sesuatu barang tertentu dengan jumlah barang tersebut yang ditawarkan”. Rianto (2010:48) mengemukakan bahwa “kurva penawaran adalah suatu kurva yang menunjukkan jumlah barang yang bersedia dijual oleh para produsen pada harga yang akan diterimanya di pasar, sambil mempertahankan agar setiap faktor yang mempengaruhi jumlah penawaran itu tetap”

c. Mengidentifikasi Hukum Penawaran

Hukum penawaran merupakan hukum yang menyatakan hubungan persentase penawaran barang dan jasa oleh produsen, dan hukum penawaran adalah syarat yang cukup untuk mewujudkan transaksi dalam pasar. Menurut Raharja (2008:33) “Hukum penawaran menyatakan semakin tinggi harga suatu barang, *ceteris*

paribus, semakin banyak jumlah barang tersebut yang ingin ditawarkan oleh penjual, dan sebaliknya”.

Sedangkan menurut Murni (2012:44) menyatakan bahwa “Hukum penawaran merupakan konsep yang menjelaskan bagaimana sifat-sifat hubungan antara penawaran sesuatu barang dengan harganya *Hukum penawaran dapat dinyatakan bila harga naik maka jumlah barang yang ditawarkan semakin bertambah, sebaliknya bila harga turun maka jumlah barang yang ditawarkan akan berkurang*”.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di SMA Negeri 1 Batang Onang yang beralamat di kecamatan Batang Onang kabupaten Padang Lawas Utara, kepala sekolah SMA Negeri 1 Batang Onang saat ini dipimpin oleh bapak Jalaluddin S.Pd dan guru yang mengajar tentang ekonomi adalah bapak Bisman Nasution S.Pd.

Untuk membahas permasalahan yang dihadapi serta menguji hipotesis yang diajukan, maka penulis menggunakan metode. Metode merupakan sebuah proses yang mapan, kebiasaan, praktik logis, ditentukan atau sistematis untuk mencapai tujuan tertentu dengan akurasi dan efisien. Menurut Widi (2010: 68) “Metode adalah investigasi atau penyelidikan untuk menentukan jawaban dari suatu perubahan”. Menurut Arikunto (2010:203) “Metode penelitian adalah cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya”.

Metode yang digunakan oleh penulis adalah metode deskriptif yaitu untuk melihat gambaran pengaruh kedua variabel. Menurut Nazir (2011:54) “Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang”. Tujuannya dari penelitian deskriptif ini

adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, aktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta pengaruh antara fenomena yang diselidiki.

Selanjutnya menurut Riyanto (2010:23) “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang diarahkan untuk memberikan gejala-gejala, fakta-fakta, atau kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat mengenai sifat-sifat populasi atau daerah tertentu” Dalam metode penelitian kata populasi, digunakan untuk menyebutkan serumpun atau sekelompok objek yang menjadi masalah sasaran penelitian.

Oleh karenanya populasi penelitian merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh – tumbuhan, hewan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup dan sebagainya sehingga objek – objek ini dapat menjadi sumber data penelitian. Masyhuri (2011: 157). Sementara menurut Sugiyono (2014 :61), “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Berdasarkan pengertian tersebut, adapun populasi pada penelitian ini adalah keseluruhan siswa kelas X SMA Negeri 1 Batang Onang yang terdiri dari 3 kelas dengan jumlah siswa sebanyak 96 orang.

Riduwan (2009:56) “Sampel adalah bagian dari populasi yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti”. Kemudian menurut Erlina (2011:81) “Sampel adalah bagian populasi yang digunakan untuk memperkirakan karakteristik populasi. Hasil penelitian yang menggunakan sampel maka kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi”. Sedangkan menurut Daulay (2010:70) “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi

tersebut, dengan kata lain sampel adalah bagian dari populasi”.

Adapun pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik Total sampling. Menurut Sugiyono (2007:97), “Total sampling adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.” Kemudian, Arikunto (2006:116)” total sampling ialah pengembalian sampel secara keseluruhan”

Total sampling merupakan cara pengumpulan sampel dengan berdasarkan jumlah populasi. Jika jumlah anggota subjek dalam populasi hanya meliputi antara 100 hingga 150 orang, dan dalam pengumpulan data peneliti menggunakan angket, sebaiknya subjek sejumlah itu diambil seluruhnya. Maka penulis mengambil sampel yang dilakukan secara keseluruhan yaitu *total sampling* dengan jumlah 96 siswa.

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk memperoleh data maupun informasi yang diperlukan dalam menguji hipotesis. Instrumen yang baik dalam suatu penelitian sangat penting sebab instrumen penelitian disusun sesuai dengan sifat dan karakteristik yang diperlukan. Hal ini sesuai dengan pendapat Arikunto (2006:160) “Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematis sehingga lebih mudah diolah”.

Mengumpulkan data merupakan pekerjaan penting dalam meneliti dan membutuhkan ketelitian, karena sedikit saja terjadi kesalahan akan mempengaruhi data yang diberikan oleh responden. Salah satu kegiatan dalam mengumpulkan data adalah merumuskan alat pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian. Ada beberapa teknik pengumpulan data yang harus

diketahui, secara garis besar, maka alat evaluasi yang dipergunakan.

Berdasarkan Uraian diatas untuk memperoleh data dari kedua variabel tersebut, maka teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan tes, untuk menyajikan penguasaan materi dan hasil belajar ekonomi pada materi bentuk pasar barang. Tes adalah serangkaian pertanyaan berupa latihan yang digunakan untuk mengukur kemampuan siswa dan bertujuan untuk memperoleh dan mengumpulkan data.

Menurut Trianto (2011: 264) menyatakan bahwa,” Tes dapat berupa serentetan pertanyaan, lembar kerja, atau sejenisnya dapat digunakan untuk mengukur pengetahuan, keterampilan, bakat, dan kemampuan dari subjek penelitian”. Selanjutnya Arikunto (2010:193) menyatakan bahwa, “Tes adalah serentetan pertanyaan atau latihan serta alat lain yang digunakan untuk mengukur keterampilan, pengetahuan intelegensi, kemampuan atau bakat yang dimiliki oleh individu atau kelompok.”

Berdasarkan pendapat di atas yang diuraikan dapat disimpulkan bahwa tes merupakan suatu alat ukur yang dapat digunakan untuk mengukur pengetahuan yang dimiliki oleh individu dengan menggunakan serentetan pertanyaan yang diberikan kepada siswa dengan maksud untuk memperoleh data dari kedua variabel, yaitu penguasaan materi penawaran (X), dan hasil belajar ekonomi pada materi bentuk pasar barang (Y) di kelas X SMA Negeri 1 Batang Onang.

Jadi teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah teknik tes dalam bentuk pilihan ganda (*multiple choice*). Menurut Muhammad (2013:184) menyatakan bahwa” Pilihan ganda (*multiple choice*) merupakan bentuk tes objektif yang jawabannya harus dipilih dari beberapa kemungkinan jawaban yang disediakan”. Sedangkan menurut Sudijono (2009: 118)

“menyatakan bahwa “Pilihan ganda adalah salah satu bentuk tes objektif yang terdiri atas pertanyaan atau pernyataan yang sifatnya sebelum selesai dan untuk menyelesaikannya harus dipilih salah satu dari beberapa kemungkinan jawaban yang telah disediakan pada tiap-tiap butir soal yang bersangkutan”.

HASIL PENELITIAN

1. Deskripsi Data .

jawaban siswa pada Tes Materi Penawaran yang dapat dijelaskan setiap indikator sebagai berikut:

- a) penguasaan materi penawaran pada indikator Mengidentifikasi fakto-faktor yang mempengaruhi penawaran kelas X IPS SMA Negeri 1 Batang Onang memperoleh nilai rata-rata 62,79, jika di konsultasikan pada kriteria penilaian yang ada di bab III, maka nilai tersebut berada pada kategori “Cukup”. Artinya siswa sudah mulai mampu mendeskripsikan faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran
- b) penguasaan materi penawaran pada indikator Mengidentifikasi hukum penawaran kelas X IPS SMA Negeri 1 Batang Onang memperoleh nilai 63,54 jika di konsultasikan pada kriteria penilaian yang ada di bab III, maka nilai tersebut berada pada kategori “Cukup”. Artinya siswa sudah mulai mampu mendeskripsikan hukum penawaran
- c) penguasaan materi pada indikator Mengidentifikasi kurva penawaran kelas X IPS SMA Negeri 1 Batang Onang memperoleh nilai 67,55, jika di konsultasikan pada kriteria penilaian yang ada di bab III, maka nilai tersebut berada pada kategori “Cukup”. Artinya siswa sudah mulai mampu mendeskripsikan kurva penawaran

Jawaban siswa pada tes tentang Bentuk Pasar Barang dapat dijelaskan setiap indikator sebagai berikut:

- a) Hasil belajar siswa materi Bentuk Pasar Barang pada indikator Mengidentifikasi ciri-ciri dari berbagai bentuk Pasar Barang kelas X IPS SMA Negeri 1 Batang Onang memperoleh nilai rata-rata 56,54 jika di konsultasikan pada kriteria penilaian yang ada di bab III, maka nilai tersebut berada pada kategori “kurang ”. Artinya penguasaan siswa tentang materi bentuk Pasar Barang belum tuntas dan masih perlu ditingkatkan lagi.
- b) Hasil belajar siswa materi kelebihan dan kekurangan dari berbagai bentuk pasar barang pada indikator mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan dari berbagai bentuk pasar barang kelas X IPS SMA Negeri 1 Batang Onang memperoleh nilai rata-rata 61,32 jika di konsultasikan pada kriteria penilaian yang ada pada bab III, maka nilai tersebut berada pada kategori “Cukup ”. Artinya siswa sudah mulai mampu menguasai indikator ini.
- c) Hasil belajar siswa materi contoh dari berbagai bentuk pasar barang pada indikator memberikan contoh dari berbagai bentuk pasar barang kelas X IPS SMA Negeri 1 Batang Onang memperoleh nilai rata-rata 66,04 jika di konsultasikan pada kriteria penilaian yang ada pada bab III, maka nilai tersebut berada pada kategori “ cukup ”. Artinya siswa sudah mulai mampu menguasai indikator ini

2. Pengujian Hipotesis

Dari hasil perhitungan data untuk pengujian hipotesis diperoleh korelasi *product moment* r_{yx} sebesar 0,808 Jika nilai tersebut dibandingkan dengan r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% dengan derajat kebebasan $(dk) = N - 2 = 96 - 2 = 94$, diperoleh r_{tabel} sebesar 0,202. Dengan demikian dapat

diketahui bahwa nilai r_{hitung} lebih besar daripada nilai r_{tabel} ($0,808 > 0,202$). Nilai r_{hitung} tersebut didistribusikan kedalam rumus uji t, untuk mengetahui apakah koefisien korelasi dapat digeneralisasikan atau tidak. Dari perhitungan uji t diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 8,67. Apabila dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada taraf kesalahan 5% dengan derajat kebebasan (dk) = $N - 2 = 96 - 2 = 94$, diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,661. Dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} terlihat bahwa t_{hitung} jauh lebih besar dibandingkan dengan t_{tabel} ($8,67 > 1,661$). Berdasarkan hasil konsultasi nilai tersebut maka hipotesis alternatif yang dirumuskan dalam penelitian ini dapat diterima atau disetujui kebenarannya. Artinya “Terdapat pengaruh yang signifikan antara penguasaan Materi Penawaran terhadap hasil belajar ekonomi siswa pada materi Bentuk Pasar Barang di Kelas X SMA Negeri 1 Batang Onang.

3. Pembahasan

Dengan demikian kemampuan siswa dalam memahami materi terdahulu dapat memberikan pengaruh terhadap kemampuan siswa dalam memahami materi yang akan datang dalam tingkat kejenjangan yang relevansi. Pembuktian di lapangan dengan analisis data terhadap ke dua variabel diperoleh bahwa penguasaan materi penawaran memberikan peningkatan hasil belajar pada materi bentuk pasar barang di kelas X IPS SMA Negeri 1 Batang Onang. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh di atas dapat disimpulkan bahwa tinggi rendahnya hasil belajar siswa tergantung pada penguasaan pengetahuan lainnya atau pengetahuan prasyarat yang mendukung akan pemahaman materi yang lain.

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan diperoleh $t_{hitung} = 8,16$ bila dibandingkan dengan tabel taraf kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan 5% dengan derajat kebebasan (dk) = $N - 2 = 96 - 2 = 94$ diperoleh $t_{tabel} = 1,661$. Jadi dengan

demikian dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($8,16 > 1,661$). Berdasarkan hasil konsultasi nilai tersebut maka hipotesis alternatif yang dirumuskan dalam penelitian dapat diterima atau disetujui kebenarannya. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara penguasaan materi penawaran terhadap hasil belajar siswa materi bentuk pasar barang

PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data BAB IV maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Perolehan nilai penguasaan materi penawaran siswa Kelas X SMA Negeri 1 Batang Onang diperoleh nilai rata-rata (mean) 58,33. Apabila dikonsultasikan dengan kriteria penilaian pada BAB III tabel 6 maka nilai tersebut berada pada kategori “Kurang”. Artinya siswa belum mampu menguasai materi penawaran
2. Perolehan nilai hasil belajar materi Bentuk pasar barang siswa kelas X SMA Negeri 1 Batang onang diperoleh nilai rata-rata (mean) 60,57. Apabila dikonsultasikan dengan kriteria penilaian pada BAB III tabel 6 maka nilai tersebut berada pada kategori “Cukup”. Artinya siswa sudah mampu memahami materi bentuk pasar barang.
3. Berdasarkan analisa data diperoleh r_{yx} sebesar 0,808. Jika nilai tersebut dibandingkan dengan r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% dengan derajat kebebasan (dk) = $N - 2 = 96 - 2 = 94$, diperoleh r_{tabel} sebesar 0,202. Dengan demikian dapat diketahui bahwa nilai r_{hitung} lebih besar dari pada nilai r_{tabel} ($0,808 > 0,202$). Untuk mengetahui apakah koefisien korelasi dapat digeneralisasikan atau tidak, maka harus diuji signifikansinya dengan menggunakan rumus uji t. Maka

diperoleh perhitungan uji t, nilai t_{hitung} sebesar 8,67. Apabila dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada taraf kesalahan 5% dengan derajat kebebasan $(dk) = N - 2 = 96 - 2 = 94$, diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,661. Dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} terlihat bahwa t_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan t_{tabel} ($8,67 > 1,667$). Berdasarkan hasil konsultasi nilai tersebut maka hipotesis alternatif yang dirumuskan dalam penelitian ini dapat diterima atau disetujui kebenarannya. Artinya “Terdapat pengaruh yang signifikan antara penguasaan penawaran terhadap hasil belajar ekonomi pada materi Bentuk pasar barang siswa kelas X SMA Negeri 1 Batang Onang. Dengan kata lain semakin baik penguasaan atau pemahaman seorang siswa pada materi penawaran, maka akan semakin tinggi pula hasil belajar ekonomi pada materi bentuk pasar barang siswa kelas X SMA Negeri 1 Batang Onang.

2. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan di atas, hasil penelitian ini mempunyai implikasi yakni penguasaan materi penawaran adalah salah satu faktor yang dapat mendukung dalam peningkatan hasil belajar ekonomi pada materi bentuk pasar barang siswa kelas X SMA Negeri 1 Batang Onang. Untuk itu hendaknya guru lebih memperhatikan penerapan penguasaan penawaran dalam proses kegiatan pembelajaran di sekolah. Dalam hal ini guru harus menerapkan, dan mengupayakan agar proses pembelajaran hasil belajar ekonomi materi penawaran dalam materi bentuk pasar barang dapat lebih mudah mencapai tujuan yang diharapkan.

Guru sebagai pendidik harus menyadari bahwa kemajuan pendidikan ekonomi tergantung kepada dedikasi guru. Sebagaimana dari hasil penelitian ini, agar

siswa lebih mudah memahami materi penawaran dan supaya hasil belajar ekonomi pada materi bentuk pasar barang menjadi lebih baik maka sebelumnya siswa perlu dipersiapkan dengan memiliki penguasaan yang baik pada materi sebelumnya dan masih banyak lagi kemampuan lainnya yang mendukung berhasilnya mempelajari materi dalam ekonomi pada materi penawaran. Untuk itu guru perlu mengadakan apersepsi dengan mengajukan beberapa pertanyaan ataupun mengingatkan kembali mengenai pelajaran yang menjadi prasyarat dalam mempelajari ekonomi pada materi bentuk pasar barang. Guru hendaknya mampu mengarahkan siswa untuk memahami keberadaan materi penawaran perekonomian, terutama pengaplikasiannya dalam kehidupan sehari – hari. Di samping itu, guru juga hendaknya menggunakan metode yang bervariasi ketika mengajarkan materi ekonomi dan diharapkan mampu membimbing dan mengawasi siswa dalam melaksanakan evaluasi sehingga mereka memiliki rasa tanggung jawab terhadap tugas yang diberikan kepada mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Sabri, 2005, *Strategi Belajar Mengajar dan Micro Teaching*, Jakarta: Quantum Teaching
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- , 2010. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Al Arif, Nur Rianto dan Euis Amalia, 2010. *Teori Mikro Ekonomi*. Jakarta: kencana
- Boediono. 2010. *Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi No. 1 Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: BPFE.
- Dimiyati dan Mudjiono. 2009. *Belajar dan Pembelajaran*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Djamarah, Bahri Syaiful. 2008. *Psikologi Belajar*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Daulay, Murni. 2010. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Medan : USU Press.
- Erlina. 2011. *Metodologi Penelitian*. Medan: USU Press
- Masyhuri dan Zainuddin, M. 2008 *Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis dan Aplikasi*. Bandung: Refika
- Nazir, Moh. 2009. *Metode Penelitian*. Bandung :Ghalia Indonesia
- Riduan 2009. *Dasar-Dasar Statistik*. Bandung: Alfabeta
- Rahardja, Prathama dan Mandala Manurung. 2006. *Teori Ekonomi Mikro*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
-
- _____. 2008. *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia..
- Riyanto, Yatim. 2010. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Surabaya: SIC
- Sukirno, Sadono. 2008. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers
- Sony Sumarsono 2003. *Manajemen Koperasi : Teori Dan Praktek*. Penerbit Graha Ilmu: Yogyakarta
- Sudijono, Anas. 2009. *Pengantar Statistik Pendidikan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Administratif*. Bandung: Alfabeta.
- Slameto. 2013. *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sukirno, Sadono. 2008. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Trianto. 2009. *Desain Model Pembelajaran Inovatif Progresif Konsep Landasan, dan Implementasinya Pada Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan (KTSP)*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
-