

ANALISIS KOMPARASI PERMINTAAN SERBUK HERBAL JAHE (THEMIL) SEBELUM DAN SELAMA PANDEMI COVID-10 DI PASAR BAUNTUNG BANJARBARU

M. Isyqi Haikal¹, Akhmad Samhudi², Farida Yulianti³

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 18310972

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 0006075901

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-banjari Banjarmasin, 1121076901

isyqihaiikal@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis permintaan serbuk herbal jahe (themil) selama pandemi Covid-19 dan perbedaan permintaan serbuk herbal jahe (themil) sebelum dan sesudah covid-19 di pasar Bauntung Banjarbaru. Variabel yang digunakan adalah pendapatan konsumen, pola konsumsi konsumen, dan harga serbuk herbal jahe (themil). Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen yang membeli serbuk herbal jahe (themil) di pasar Bauntung Banjarbaru. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode simple random sampling. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 30 orang responden yang membeli serbuk herbal jahe (themil) di Pasar Bauntung. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah Deskriptif dan Uji t berpasangan (Paired t test). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola konsumsi, pendapatan, dan harga jahe merah terdapat perbedaan yang nyata dan signifikan terhadap permintaan serbuk herbal jahe (themil) selama pandemic Covid-19 di Pasar Bauntung Banjarbaru.

Kata Kunci : Serbuk Herbal Jahe Themil; Pandemi Covid-19; Permintaan

ABSTRACT

This study aims to analyze the demand for ginger herbal powder (themil) during the Covid-19 pandemic and the difference in demand for ginger herbal powder (themil) before and after Covid-19 at Bauntung Market Banjarbaru. The variables used are consumer income, consumer consumption patterns and the price of ginger herbal powder (themil). The population in this study are consumers who buy ginger herbal powder (themil) at bauntung Market Banjarbaru. Sampling in this study using simple random sampling method. The number of samples taken in this study were 30 respondents who bought ginger herbal powder (themil) at Bauntung Market. This study uses primary data and secondary data. Analysis of the data used in this study is descriptive and paired t test (Paired t test). The results showed that the consumption pattern, income, and price of red ginger had real and significant differences in the demand for ginger herbal powder (themil) during the Covid-19 pandemic at Bauntung Market banjarbaru.

Keywords : Ginger (Themil) Herbal Powder; Covid-19; Demand

PENDAHULUAN

Pasar adalah sekumpulan orang yang memiliki kebutuhan dan keinginan terhadap produk tertentu, memiliki kemampuan dan kemauan untuk membeli produk tersebut, dan memiliki kesempatan untuk memutuskan membeli sebuah produk. Jenis pasar juga dapat dibedakan berdasarkan ruang lingkup kegiatannya. Misalnya pasar local, pasar daerah, pasar nasional dan pasar internasional.

Dalam pengembangannya pasar diklasifikasikan atas dua bentuk, yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pengertian pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, swasta, koperasi atau swadaya masyarakat setempat dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda, atau nama lain sejenisnya yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil menengah, dengan skala usaha kecil dan modal kecil, dengan proses jual beli melalui tawar menawar.

Ditambahkan pula bahwa pasar tradisional sebagai pusat kegiatan sosial ekonomi kerakyatan, dengan demikian pola hubungan ekonomi yang terjadi dipasar tradisional menghasilkan terjalannya interaksi sosial yang akrab antara pedagang pembeli, pedagang-pedagang, dan pedagang pemasok yang merupakan warisan sosial representasi kebutuhan bersosialisasi antar individu.

Jahe merah (*Zingiber officinale* var. *rubrum*) merupakan salah satu tanaman temuan suku Zingiberaceae yang banyak digunakan sebagai bumbu, bahan obat tradisional, manisan, minuman penyegar, dan bahan komoditas ekspor nonmigas. Pasokan jahe dari Indonesia ke negara pengimpor dalam beberapa tahun terakhir ini cukup meningkat. Namun, peningkatan permintaan jahe belum dapat diimbangi dengan peningkatan produksinya.

Salah satu pasar tradisional yang terbesar di Kota Banjarbaru adalah Pasar Bauntung Banjarbaru merupakan pusat distribusi yang menampung hasil produksi khususnya sayur, buah-buahan, dan rempah dalam jumlah besar yang dibeli oleh para pedagang tingkat grosir atau eceran diperdagangkan di pasar-pasar eceran yang terbesar diberbagai tempat mendekati lokasi para. Konsumen. Pasar bauntung Banjarbaru merupakan pasar perdagangan besar sayur, buah-buahan, dan rempah khususnya daerah Kota Banjarbaru pada umumnya.

Namun, terjadi Pandemi Covid-19 yang mengakibatkan penurunan aktivitas pasar yang melakukan jual beli. Pasar Banjarbaru yang merupakan pasar terbesar di Kota Banjarbaru setiap harinya selalu ramai dengan aktivitas jual beli yang dilakukan oleh pedagang dan pembeli. Dengan ramainya aktivitas jual beli yang terjadi sehingga kontak fisik yang terjadi antara pedagang dan pembeli tidak terhindarkan.

Penyebaran Covid-19 yang sudah dapat dikendalikan di beberapa negara, termasuk Tiongkok, berbeda dengan apa yang ada di Indonesia. Disaat kurva mulai melandai yang menunjukkan perlambatan pertumbuhan pasien Covid-19, kondisi di Indonesia memperlihatkan terjadinya peningkatan pertumbuhan pasien Covid-19 yang cukup signifikan. Dari segi tingkat kematian, data yang tersedia menunjukkan presentase yang cukup tinggi jika dihitung dari rasio jumlah pasien Covid-19 yang meninggal terhadap jumlah kasus positif Covid-19 di Indonesia, yaitu sebesar 8,67 persen.

Penyebaran Covid-19 ini selanjutnya dapat dilihat dari dua sudut pandang ekonomi yang berbeda, yaitu permintaan dan penawaran. Dari sisi permintaan, kondisi pandemi Covid-19 jelas akan mengurangi sektor konsumsi, kegiatan perjalanan dan transportasi, serta peningkatan biaya transportasi dan perdagangan. Sedangkan dari sisi penawaran, kemungkinan besar yang terjadi adalah terkontraksinya produktivitas pekerja/buruh, penurunan investasi dan kegiatan pendanaan, serta terganggunya rantai pasokan global (*global value chain*).

Tabel 1. Permintaan Jahe merah di Provinsi Kalimantan Selatan 2018-2020 (Kg/thn)

Tahun	Permintaan Jahe (Kg/Tahun)
2018	2.717.764,00
2019	2.666.594,00
2020	1.610.481,00

Sumber : BPS Banjarbaru 2018-2020

Dari tabel 1. terlihat bahwa permintaan jahe merah pada tahun 2018-2020 tidaklah sedikit walaupun mengalami penurunan. Penurunan permintaan jahe merah terlihat jelas terjadi pada tahun 2020 yaitu sebesar

1.610.481,00 kg/thn dibandingkan tahun sebelumnya 2019 permintaan jahe merah sebesar 2.666.594,00 kg/thn dan pada tahun berikutnya seterusnya mengalami peningkatan kembali.

Dari sisi konsumsi, pola konsumsi masyarakat akibat penyebaran Covid-19 secara otomatis akan berubah. Masyarakat akan cenderung untuk tidak melakukan kegiatan perjalanan atau peristiwa dan lebih cenderung meningkatkan konsumsi pada barang-barang kebutuhan pokok yang dianggap penting sebagai antisipasi terjadinya pembatasan pergerakan manusia.

Pola permintaan konsumen pastinya bervariasi di setiap daerah yang berbeda. Banyak pengecer mengalami lonjakan besar di daerah tertentu, seperti obat-obatan, rempah dan makanan selama pandemi Covid-19. Oleh karena itu, permintaan serbuk herbal jahe (themil) di Pasar Bauntung Banjarbaru Kota Banjarbaru mengalami peningkatan disaat kondisi pandemi Covid-19 karena khasiatnya dan juga komoditi serbuk herbal jahe (themil) ini sangat banyak sehingga banyak Home Industri serbuk jahe hasil produksinya ke Pasar Bauntung Banjarbaru untuk memenuhi konsumsi masyarakat, sementara sebelum pandemic Covid-19 permintaan tidak sebanyak ini. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk menganalisis permintaan serbuk herbal jahe (themil) selama pandemi Covid-19 di Pasar Bauntung Banjarbaru.

Analisis

Analisis adalah mengamati aktivitas objek dengan cara mendeskripsikan komposisi objek dan menyusun kembali komponen-komponennya untuk dikaji atau dipelajari secara detail.

Komparasi

Komparasi artinya membandingkan untuk menemukan persamaan dari kedua konsep atau lebih.

Permintaan

Permintaan adalah suatu proses dalam meminta sesuatu atau sejumlah barang yang dibeli atau diminta pada suatu harga dan waktu tertentu.

Serbuk Herbal Jahe (Themil)

Serbuk herbal Jahe (Themil) adalah suatu produk olahan rumahan yang berbentuk jahe bubuk yang praktis tinggal seduh dengan air panas

Sebelum dan Selama Covid-19

Sebelum dan selama Covid-19 merupakan sebuah waktu yang digunakan untuk membandingkan Jahe Serbuk Herbal (Themil).

Pasar Bauntung Banjarbaru

Pasar Bauntung Banjarbaru merupakan tempat transaksi antara produsen dan konsumen serta merupakan komoditas untuk mawadahi kebutuhan sebagai demand dan suplai masyarakat banjarbaru.

METODE

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian deskriptif, yaitu suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendiskripsikan atau menggambarkan fenomena-fenomena yang ada baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pasar Bauntung Banjarbaru yang berlokasi di Jalan RO Ulin, loktaban Selatan, Kecamatan Banjarbaru Selatan, kota Banjarbaru, Kalimantan Selatan. Sedangkan waktu yang digunakan selama penelitian diperkirakan lebih satu bulan dimulai dari bulan Maret sampai dengan bulan April tahun 2022.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terjadi atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Serbuk Herbal Jahe (Themil) di Pasar bauntung Banjarbaru. Pengambilan sampel ini dilakukan dengan metode Simple Random Sampling, dengan pertimbangan sampel penelitian bersifat homogen atau rata-rata memiliki karakter.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian digunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Penelitian kepustakaan (*Library research*)
Teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, jurnal, dan penelitian-penelitian terdahulu yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini.
2. Penelitian lapangan (*Field research*)
 - 1) Observasi
Observasi yaitu teknik pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan atau peninjauan secara langsung ke Pasar Bauntung Banjarbaru.
 - 2) Interview
Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan wawancara dan Tanya jawab secara langsung dengan penjual-penjual di Pasar Bauntung Banjarbaru.
 - 3) Dokumentasi
Teknik dokumentasi yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data-data yang ada kaitannya dengan permintaan Serbuk Herbal Jahe (Themil) di Pasar Bauntung Banjarbaru.
 - 4) Kuesioner
Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data para responden melalui pertanyaan secara terstruktur yang diajukan dalam bentuk tertulis.

Teknik Analisis Data

1. Analisis deskriptif berupa penyajian data dengan grafik/gambar dan penjelasan terhadap data yang diperoleh sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki agar mampu menggambarkan kejadian yang sebenarnya. Data-data yang telah dikumpulkan akan segera ditabulasi untuk dapat langsung dilakukan pendeskripsian.
2. Uji t berpasangan adalah salah satu metode pengujian hipotesis dimana data digunakan tidak bebas (berpasangan). Ciri-ciri yang paling sering ditemui pada kasus yang berpasangan adalah satu individu (objek penelitian) dikenai dua buah perilaku yang berbeda. Uji t berpasangan digunakan sebagai uji beda terhadap data yang diteliti yang berasal dari sejumlah sampel yang sama pada suatu kelompok dan berkaitan dengan periode waktu pengamatan yang berbeda. Uji t berpasangan dalam penelitian ini, akan menguji apakah ada perbedaan nyata pada variabel-variabel yang diamati pada waktu awal periode pengamatan dan pada akhir periodewaktu pengamatan.

HASIL PENELITIAN

1. Pengenalan kebutuhan
Perilaku konsumen adalah perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghentikan konsumsi produk, jasa, dan gagasan. Fokus penelitian utama konsumen membeli serbuk Herbal Jahe (Themil) adalah dari harga produk yaitu sebanyak 17 orang atau sebesar 56% dan penampilan produk sebanyak 13 orang atau sebesar 44%. Hal ini disebabkan harga Serbuk Herbal jahe (Themil) yang naik selama pandemic sehingga konsumen harus tetap membelinyadengan harga terjangkau dari pada melihat penampilan produk yang dibeli.
2. Pencarian informasi
Sebagian besar sampel memperoleh informasi mengenai Serbuk Herbal Jahe (Themil) di Pasar Bauntung Banjarbaru melalui diri sendiri yaitu sebanyak 19 orang atau sebesar 64%. Rekomendasi keluarga

dijadikan sebagai sumber informasi terbanyak kedua oleh sampel yaitu sebanyak 6 orang atau sebesar 20%. Teman merupakan sumber informasi ketiga yaitu sebanyak 5 orang atau sebesar 16%.

Daya Tarik yang didapat membeli Serbuk Herbal Jahe (Themil) di Pasar Bauntung Banjarbaru adalah penampilan jahe bubuk siap seduh yaitu sebanyak 14 orang atau sebesar 46% dan terbanyak kedua yaitu konsumen memilih karena harganya murah sebanyak 12 orang atau sebesar 40%, irit jarak tempuh merupakan pilihan konsumen terkecil yaitu sebanyak 4 orang atau sebesar 14%.

3. Evaluasi alternative

Pertimbangan awal sampel membeli Serbuk Herbal jahe (Themil) di Pasar bauntung Banjarbaru adalah penampilan produk yaitu sebanyak 18 orang atau sebesar 60%. Sementara harga produk merupakan pertimbangan terbanyak kedua yaitu sebanyak 12 orang atau sebesar 40%. Diketahui bahwa indikator kualitas Serbuk Herbal Jahe (Themil) yang dominan adalah tekstur produk yaitu sebanyak 20 orang atau sebesar 66%, pada harga jumlah yang memilih yaitu sebanyak 6 orang atau sebesar 20%, dan untuk penampilan produk jumlah yang memilih yaitu sebanyak 4 orang atau sebesar 14%.

4. Proses Keputusan Pembelian

Sebagian besar sampel cenderung membeli Serbuk Herbal Jahe (Themil) di Pasar Bauntung Banjarbaru secara terencana yaitu sebanyak 18 orang atau sebesar 60% dan secara mendadak membeli Serbuk Herbal Jahe (Themil) di Pasar Bauntung Banjarbaru yaitu sebanyak 12 orang atau sebesar 40%. Dapat dilihat bahwa media yang mempengaruhi konsumen membeli Serbuk Hebal Jahe (Themil) di Pasar Bauntung Banjarbaru adalah Media Sosial sebanyak 16 orang atau sebesar 53%, tahu sendiri sebanyak 11 orang atau sebesar 37%, dan dari koran sebanyak 3 orang atau sebesar 10%.

5. Perilaku pasca pembelian

Mayoritas konsumen yaitu sebanyak 24 orang atau sebesar 80% menyatakan merasa puas dengan membeli Serbuk Herbal Jahe (Themil) di Pasar Bauntung Banjarbaru. Sedangkan 6 orang atau 20% biasa saja dengan membeli Serbuk Herbal Jahe (Themil) di Pasar Bauntung Banjarbaru. Semua konsumen akan tetap membeli Serbuk Herbal Jahe (Themil) jika terjadi kenaikan harga Serbuk Herbal Jahe (Themil) di Pasar Bauntung Banjarbaru yaitu sebanyak 30 orang atau sebesar 100%.

PEMBAHASAN

1. Berdasarkan pendapatan

Dilihat bahwa rata-rata pendapatan konsumen Serbuk Herbal Jahe (Themil) di Pasar Bauntung Banjarbaru sebelum pandemic Covid-19 adalah sebesar. 5.683.333/bulan, jumlah pendapatan konsumen serbuk Herbal Jahe (Themil) di Pasar Bauntung Banjarbaru sesudah pandemic Covid-19 menurun Rp. 3.216.667/bulan. Penurunan pendapatan konsumen Serbuk Herbal Jahe (Themil) di Pasar bauntung Banjarbaru selama pandemic Covid-19 karena kebanyakan profesi/pekerjaan konsumen serbuk Herbal Jahe (Themil) di Pasar Bauntung Banjarbaru yaitu wiraswasta sehingga pendapatan mereka sangat berpengaruh selama pandemi Covid-19.

Pendapatan konsumen yang rendah menyebabkan konsumen harus membagi setiap penghasilan yang dikeluarkan selama pandemi Covid-19, teruma untuk pengeluaran bahan pokok, kesehatan, transportasi dan lain-lain. Selama pandemi Covid-19 berlangsung konsumen yang berpendapatan rendah akan tetap membeli Serbuk Herbal jahe (Themil) dalam jumlah banyak karena sebagaiantisipasi untuk menjaga imun tubuh agar tidak mudah sakit, dikarenakan bila membeli vitamin dan obat-obatan instan pendapatan yang didapat tidak akan cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, karena selama pandemo pendapatan konsumen Serbuk Herbal Jahe (Themil) menurun dari sebelum Covid-19, sehingga konsumen Serbuk Herbal Jahe (Themil) yang berpendapatan rendah tetap membeli Serbuk Herbal jahe (Themil) dengan mengurangi biaya transportasi karena selama pandemic ini masyarakat harus bekerja di rumah dan tidak boleh berpergian jauh, dan serbuk Herbal Jahe (Themil) ini memang sudah banyak digunakan orang dari tahun 2016 untuk mempertahankan imun tubuh.

Variabel pendapatan konsumen serbuk Herbal Jahe (Themil) di Pasar bauntung Banjarbaru sebelum dan sesudah Covid-19 terbukti memiliki perbedaan yang nyata terhadap permintaan serbuk Herbal jahe (Themil) di Pasar Bauntung Banjarbaru. Hal ini dibuktikan dengan nilai T_{hitung} (9,556) lebih besar dibandingkan nilai T_{tabel} (2,051) pada tariff kepercayaan (α) = 0,05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga disimpulkan ada perbedaan nyata dan signifikan terhadap pendapatan konsumen Serbuk Herbal Jahe (Themil) di Pasar Bauntung Banjarbaru sebelum dan selama Covid-19 di Pasar Bauntung Banjarbaru.

2. Perbedaan Permintaan Serbuk Herbal Jahe (Themil) Berdasarkan Pola Konsumsi

Rata-rata pola konsumsi Serbuk Herbal Jahe (Themil) sebelum pandemic covid-19 adalah 9,43 kg, jumlah konsumsi Serbuk Herbal Jahe (Themil) selama pandemi Covid-19 meningkat sebesar 14,12 kg. Peningkatan konsumsi Serbuk Herbal Jahe (Themil) selama pandemi Covid-19 karena Serbuk Herbal Jahe (Themil) dapat dipercaya sebagai obat untuk kesehatan tubuh.

Variabel pola konsumsi terbukti memiliki perbedaan yang nyata terhadap permintaan Serbuk Herbal Jahe (Themil) di Pasar Bauntung Banjarbaru. Hal ini dibuktikan dengan nilai T_{hitung} (5,652) lebih besar dibandingkan nilai T_{tabel} (2,051) pada taraf kepercayaan (α) = 0,05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga disimpulkan ada perbedaan nyata dan signifikan terhadap konsumsi Serbuk Herbal Jahe (Themil) di Pasar Bauntung Banjarbaru.

3. Berdasarkan Harga Serbuk Herbal Jahe (Themil)

Rata-rata harga Serbuk Herbal Jahe (Themil) selama pandemi Covid-19 karena banyaknya peminat Serbuk Herbal Jahe (Themil) yang membeli dengan alasan untuk kesehatan. Variabel harga Serbuk Herbal Jahe (Themil) terbukti memiliki perbedaan yang nyata terhadap permintaan Serbuk Herbal Jahe (Themil) sebelum dan selama Covid-19 di Pasar Bauntung Banjarbaru. Hal ini dibuktikan dengan T_{hitung} (27,609) lebih besar dibandingkan nilai T_{tabel} (2,051) pada taraf kepercayaan (α) = 0,05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga disimpulkan ada perbedaan nyata dan signifikan terhadap harga Serbuk Herbal Jahe (Themil) sebelum dan selama Covid-19 di Pasar Bauntung Banjarbaru.

KESIMPULAN

1. Permintaan jahe merah selama pandemi Covid-19 meningkat dikarenakan konsumen yang sudah mengetahui manfaat Serbuk Herbal Jahe (Themil) dengan harga dan kualitas yang mendukung membuat konsumen tertarik membeli Serbuk Herbal Jahe (Themil).
2. Permintaan jahe merah sebelum Covid-19 dan selama Covid-19 terdapat perbedaan antara harga, pola konsumsi dan pendapatan yang menyebabkan permintaan naik selama pandemi Covid-19 dan sebelum pandemi Covid-19 permintaan Serbuk Herbal Jahe (Themil) tidak terlalu banyak.

SARAN-SARAN

1. Kepala Perusahaan
Diharapkan kepada perusahaan agar menstabilkan harga Serbuk Herbal Jahe (Themil) selama masa pandemi Covid-19 agar harga Serbuk Herbal Jahe (Themil) tidak terlalu melonjak tinggi.
2. Kepada Peneliti Selanjutnya
Diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk meneliti factor-faktor yang belum termasuk dalam penelitian ini terutama penyebab kenapa harga Serbuk Herbal Jahe (Themil) sangat tinggi selama Covid-19.
3. Kepada Konsumen Jahe Merah
Diharapkan kepada konsumen Serbuk Herbal Jahe (Themil) agar membeli jahe merah secukupnya dan tetap menjaga kesehatan selama pandemi berlangsung.

REFERENSI

- Anindita, R. 2004. *Pemasaran hasil Pertanian*. Papyrus. Surabaya.
- Bilas, R. A. 1989. *Teori MikroEkonomi*. Jakarta : Penerbit Erlangga BPS, Kota Pematangsiantar
- CSIS Commentaries BMRU-015 26 March 2020 *Mengukur Dampak Covid-19 pada Pertumbuhan Ekonomi dan Perdagangan Indonesia 2020*. Yose Rizal Damuri Kepala Departemen Ekonomi CSIS Indonesia.
- Cohen, et.al. 2007. *Metode Penelitian dalam Pendidikan*. New York. Routledge.
- Goulart, F.S. 1995. *Super Healing Foods*. Reward Books, a member of Penguin Putnam Inc. New York
- Herlina R, Murhananto JE, Listyarini T, dan Pribadi ST. 2002. *Khasiat dan Manfaat Jahe Merah* : Si Rimpang Ajaib. Media Pustaka. Jakarta.
- Husein, Umar. 2001. *Metode Penelitian dan Aplikasi dalam Pemasaran*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Lipsey, R. G., Paul N. C., Douglas D D., dan Pater O. S. 1995. *Pengantar Mikro Ekonomi*. (diterjemahkan oleh Drs. A. Jaka Wasana MS dan Ir. Kirbrandoko, MS). Jakarta : Penerbit Binapa Aksara

- Nazir, Moh. 2005. *Metodologi Penelitian*. Ghalia Indonesia Anggota IKAPI Permendagri. (2007). *PERATURAN PEMENTRI DALAM NEGERI No 42 Tahun 2007 Tentang Pasar Desa*. Jakarta : Mentri Dalam Negeri Republik Indonesia.
- Pribadi, 2009. *Pasokan dan Pemerintah Tanaman Obat Indonesia Serta Arah Penelitian dan Pengembangannya*. Perspektif. Review penelitian dan Tanaman Industri, 8 (1) : 52-64.
- Pepinsky, T. B., & Wihardja, M. M. (2011). *Decentralization and Economic Performance in Indonesia*. Journal of East Asian Studies, 11(3), 337-371.
- Rahardja, P dan Manurung, M., 2001. *Teori Ekonomi Makro, Suatu Pengantar* : Edisiketiga. Jakarta : LP-FEUI.
- Reader's Digest. 2004. *Foods that Harm Foods that Heal*. The Reader's Digest Association Inc. New York
- Rostiana, o., Abdullah, A, Taryono, & haddad, E. A. (1991). *Jenis-jenis tanaman Jahe*. Edisi Khusus Penelitian Tanaman Rempah dan Obat, VII (1), 7-10.