



LAPORAN HASIL PENELITIAN

**PERANAN USAHA ECERAN RUMAH TANGGA
TERHADAP
PENDAPATAN RUMAH TANGGA KAWASAN PEMUKIMAN
DI KECAMATAN BANYUMANIK, KODIA SEMARANG**

**Oleh :
TIM PENELITIAN**

**FAKULTAS/ UNIT :
POLITEKNIK/ ADMINISTRASI NIAGA
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**1995
(62 Halaman)**

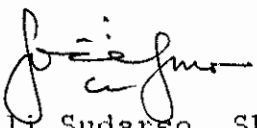
**DIBIAYAI OLEH PROYEK OPERASI DAN PERAWATAN FASILITAS
UNIVERSITAS DIPONEGORO NOMOR : 201/XXIII/3-/1994
TANGGAL 28 MARET 1994**

LAPORAN AKHIR HASIL PENELITIAN

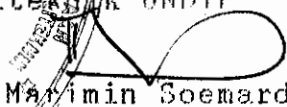
1. a. Judul Penelitian : Peranan Usaha Eceran Rumah Tangga terhadap Pendapatan Rumah Tangga di Kecamatan Banyumanik Kodia Semarang
- b. Bidang Ilmu : Sosial Ekonomi
- c. Kategori Penelitian : Penelitian untuk menunjang pembangunan
2. Ketua Peneliti
 - a. Nama : Yuli Sudarso, SE
 - b. Golongan Pangkat dan NIP : III/a, Penata Muda, 131 885 290
 - c. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli Madia
 - d. Jabatan Struktural : -
 - e. Fakultas /Program Studi : Politeknik/ Administrasi Niaga
 - f. Perguruan Tinggi : Undip
 - g. Bidang Keahlian : Ekonomi
3. Susunan Tim Peneliti Anggota : 4 orang (terlampir)
4. Lokasi Penelitian : Kecamatan Banyumanik Semarang
5. Bila Penelitian merupakan kerja sama dengan institusi lain, sebutkan :
 - a. Nama Institusi : -
 - b. Alamat : -
6. Lama Penelitian : 6 bulan
7. Biaya Penelitian : Rp 1.500.000,-
8. Dibiayai melalui Proyek : Operasi dan Perawatan Fasilitas Undip 1994/1995

Semarang, Maret 1995

Ketua Peneliti


Yuli Sudarso, SE
NIP. 131 885 290

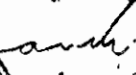
Mengetahui :


Direktur
Politeknik UNDIP

Ir. Marimin Soemardjo
NIP. 130 354 861

Mengetahui,

Ketua Lembaga Penelitian
Universitas Diponegoro


Ir. Ag. Soemantri
480



RINGKASAN

Rumah Tangga sebagai bagian dari perekonomian suatu negara mempunyai peran yang sangat besar dalam pembentukan Pendapatan Nasional. Untuk itu perlunya dikembangkan dan dibina peningkatan pendapatan Keluarga.

Salah satu bentuk usaha untuk meningkatkan pendapatan keluarga adalah dengan membuka usaha eceran rumah tangga. Bagi penduduk Kawasan pemukiman Banyumanik, usaha ini merupakan suatu peluang mengingat jumlah kosumen yang sangat besar yaitu 6000 Kepala Keluarga (sekitar 30.000 jiwa).

Untuk itu penelitian ini dilakukan, bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi usaha eceran rumah tangga terhadap pendapatan total rumah tangga.

Dengan mengetahui kontribusi tersebut maka akan dapat diketahui kelayakan responden dalam menjalankan usahanya.

Responden yang dijadikan sample sejumlah 50 kepala keluarga yang tinggal di Kawasan Pemukiman Banyumanik, yaitu Perumnas Banyumanik, Pondok Setiabudi, Villa Aster dan Puri Asri Perdana.

Hasil Uji Kai Kwadrat menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan saling ketergantungan antara variabel motivasi para responden membuka usaha dengan variabel penggunaan laba oleh para responden ($\alpha = 5\%$).

Sedangkan analisis kai kuadrat menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara variabel penggunaan laba dengan perkembangan modal kerja ($\alpha = 5\%$). Variabel sumber utama modal kerja tidak terdapat hubungan saling ketergantungan dengan perkembangan usaha ($\alpha = 5\%$).

Kontribusi modal kerja terhadap besarnya laba usaha yang diperoleh menunjukkan bahwa dengan $\alpha = 10\%$ besarnya kontribusi modal kerja terhadap kenaikan laba usaha adalah sebesar 0,155 atau sekitar 16%. Hal ini nampaknya wajar, karena dalam usaha perdagangan eceran yang pada umumnya merupakan penyedia barang-barang kebutuhan sehari-hari (*convenience*), maka margin keuntungan yang diperoleh per unit

barang dagangan tidak begitu banyak. Namun dari margin laba yang sangat tinggi, karena merupakan barang yang selalu dibutuhkan. Dari margin laba yang relatif kecil ini biasanya tingkat perputaran modalnya justru sangat tinggi.

Kontribusi perolehan laba usaha terhadap pendapatan total rumah tangga menunjukkan bahwa besarnya laba usaha mempunyai kontribusi terhadap kenaikan pendapatan total rumah tangga. Setiap kenaikan satu rupiah laba usaha akan menyebabkan kenaikan pendapatan total rumah tangga sebesar 1,249 rupiah. Atau dengan kata lain kontribusi laba usaha terhadap kenaikan pendapatan total rumah tangga adalah sebesar 125 %.

SUMMARY

Family earnings have their significant contribution to a national income. For that reason it is very important to encourage families to increase their income.

An effort to increase their income is by running a small business that is a convenience store (selling daily needs). As there are 6,000 family (about 300,000 residents) in Banyumanik Residence accounted as customers, the small business is a great chance.

The terms of reference of this study are to get to know the contribution of the small business to the total of family income. And from that point it is known the respondents' feasibility in running their businesses.

The target group is the family heads who live in Perumnas Banyumanik, Pondok Setia Budi, Villa Aster and Puri Asri Perdana, and own convenience stores; and we took 50 randomly.

After we proccessed the data using Kai kwadrat it shows that:

- 1 there is no dependency of the respondent motivation variable on the profit use variable ($\alpha = 5\%$),
- 2 there is dependency of the profit use variable on the growing capital of the small business ($\alpha = 5\%$),

3 and there is no dependency of the main capital resource variable on the business development ($\alpha = 5\%$).

With $\alpha = 10\%$ the capital contribution to the profit increase is amounted 0.155 or about 16%. It is normal as in this kind of business its profit margin per unit of the item sold is very small. The turnover of the goods, however, is very high and so is the capital.

The business profit has its contribution to the increase of the family total income. One rupiah of the profit results to the increase of the total of family income of 1.249 rupiah and it means 125%.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadlirat Tuhan Yang Maha Esa atas terselesainya penelitian tentang " Peranan Usaha Eceran Rumah Tangga Terhadap Kontribusi Pendapatan Rumah Tangga Kawasan Pemukiman di Kecamatan Banyumanik, Kodia Semarang.

Pada kesempatan ini kami mengucapkan terima-kasih kepada:

1. Ketua Lembaga Penelitian Universitas Diponegoro
2. Direktur Politeknik Universitas Diponegoro
3. Segenap Pihak yang telah membantu dalam pengumpulan data.

Atas segala fasilitas dan bantuan yang diberikan kepada kami.

Semoga penelitian ini dapat bermanfaat, namun kami menyadari masih banyak kekurangan -kekurangan, untuk itu koreksi dari semua pihak sangat kami harapkan.

Semarang, Maret 1995

Hormat kami,

Tim Penyusun

DAFTAR ISI

LEMBAR IDENTITAS DAN PENGESAHAN	i
RINGKASAN	ii
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	3
1.3. Sistematika Pembahasan.....	4
BAB II : TUJUAN PENELITIAN	
2.1. Tujuan Penelitian	5
2.2. Kontribusi Penelitian	5
BAB III : TINJAUAN PUSTAKA	
3.1. Konsep Saluran Distribusi	6
3.2. Latar Belakang Pedagang Eceran	6
3.3. Klasifikasi Pedagang Eceran	8
3.3.1. Cara Berfikir Konsumen Ten-	
tang Toko	8
3.3.2. Tingkat Pelayanan Yang Diberi-	
kan	10
3.3.3. Penjualan Dengan Toko	11
3.4. Lokasi Perdagangan Eceran	13
3.5. Pola Belanja Konsumen Menurut Pengha-	
silannya	15
3.6. Perilaku Konsumen	16
3.7. Pengaruh Sosial Menimbulkan Dampak	

	Perilaku Konsumen	19
BAB IV	: METODE PENELITIAN	23
	4.1. Persiapan Penelitian	23
	4.2. Metode Penelitian	24
	4.3. Metode Pengumpulan Data	24
	4.4. Alat Analisis	24
	4.5. Skala Pengukuran Data	26
BAB V	: PEMBAHASAN	29
	5.1. Kondisi Umum Responden	29
	5.1.1. Usia, Pendidikan dan Jumlah Anggota Keluarga Responden ..	29
	5.1.2. Tipe Rumah, Kondisi Rumah dan Kondisi Lantai Bangunan	32
	5.1.3. Kepemilikan Rumah dan Keadaan Lokasi Rumah responden	34
	5.2. Kondisi Usaha Responden	36
	5.2.1. Luas Tanah, Luas Bangunan dan Luas Tempat Usaha Responden .	36
	5.2.2. Lamanya Mendiami Rumah	38
	5.2.3. Motivasi Usaha	39
	5.2.4. Modal dan Sumber Modal Usaha Responden	40
	5.2.5. Frekwensi Kulakan Responden .	42
	5.3. Laba Usaha dan Penggunaannya	42
	5.3.1. Pendapatan KK dan Pendapatan Total Rumah Tangga	44
	5.3.2. Jumlah Jam Kerja dan Tenaga	

Kerja Responden	46
5.3.3. Perkembangan Usaha dan Laba ..	48
5.4. Permasalahan Dalam Pengelolaan	49
5.4.1. Pengetahuan Pengelolaan	50
5.5. Hasil Analisis	51
5.5.1. Uji Ketidaktergantungan	51
5.5.2. Analisis Regresi Linear Seder-	
hana	52
BAB VI. : PENUTUP	56
6.1. Kesimpulan	56
6.2. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

No.	Nama Tabel	Hal
1.	Usia Responden	30
2.	Pendidikan Responden	31
3.	Jumlah Anggota Keluarga Responden	31
4.	Tipe Rumah Responden	32
5.	Kondisi Rumah Responden	33
6.	Kondisi Lantai Bangunan Responden	34
7.	Status KPR Responden	35
8.	Kondisi Lantai Responden	36
9.	Luas Tanah Responden	37
10.	Luas Bangunan Responden	37
11.	Luas Bangunan Usaha Responden	38
12.	Lamanya Mendiami Rumah Responden	39
13.	Motivasi Usaha Responden	40
14.	Modal Usaha Responden	41
15.	Sumber Modal Responden	42
16.	Frekwensi Kulakan Responden	42
17.	Laba Usaha Responden	43
18.	Pemanfaatan Laba Responden	43
19.	Penghasilan Kepala Keluarga Responden	45
20.	Pendapatan Total Rumah Tangga Responden	46
21.	Jam Kerja Responden	47
22.	Jumlah Tenaga Kerja Responden	48
23.	Perkembangan Usaha Responden	48

24.	Perkembangan Laba Responden	49
25.	Masalah Pengelolaan Responden	50
26.	Cara Responden Belajar Manajemen	51
27.	Hasil Kai Kwadrat Antara 2 Variabel	52

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada awal tahun Pembangunan Jangka Panjang II, isue yang menarik adalah peningkatan kualitas hidup manusia dengan tema utama, yaitu pengentasan kemiskinan. Dari hasil penelitian Bappenas terungkap bahwa penduduk Indonesia yang masih berada di garis kemiskinan sekitar 27 juta jiwa.

Salah satu bentuk konkrit dari pengentasan kemiskinan adalah meningkatkan pendapatan masyarakat. Peningkatan pendapatan masyarakat apat dilakukan dengan pembinaan dan pengembangan usaha berskala kecil dan menengah.

Menurut Asosiasi Pedagang Kaki Lima se-Indonesia Pusat Peranserta Masyarakat (APKLI-PPM), 70% penduduk Indonesia hidup dari sektor informal. Upaya untuk meningkatkan daya usaha pengusaha kecil sudah dilaksanakan oleh Pemerintah hampir 20 tahun yang lalu dengan memberikan fasilitas Kredit Investasi Kecil. Tapi kebijakan ini dinilai belum berhasil karena hambatan birokrasi dan kurangnya jiwa *interpreneurship* dari pengusaha kecil dan menengah. Kebijakan ini juga dilanjutkan oleh SK. Menteri Keuangan RI tahun 1989 dan 1991 tentang keterlibatan BUMN dalam membina pengusaha kecil.

Salah satu bentuk dari usaha sektor informal adalah usaha eceran. Usaha ini mempunyai pertumbuhan yang sangat cepat dan dinamis (mudah bergerak). Faktor-faktor yang

mendorong pertumbuhan eceran adalah populasi, pergerakan populasi, umur dan status ekonomi (Bellenger & Goldstucker, 1963, hal. 34). Hal ini dapat dilihat dengan pertumbuhan usaha eceran yang lurus atau searah dengan munculnya pusat-pusat pemukiman.

Masuknya pengusaha eceran besar pada pusat-pusat pemukiman seperti Hero, Circle K, Sarinah maupun Gelael membuka peluang bagi pengusaha perumahan untuk membangun ruko (rumah dan toko). Ruko ini dibangun untuk mengantisipasi kebutuhan keperluan rumah tangga. Keberadaan ruko ini juga menjadi standar penilaian bagi pemukiman.

Bagi penghuni perumahan, tinggal di kompleks pemukiman juga bisa dijadikan sebagai peluang usaha untuk membuka usaha eceran. Untuk melakukan usaha eceran tidak diperlukan investasi tempat usaha. Berbeda bila usaha tersebut dilakukan pada ruko. Semangat untuk bekerja keras dan jiwa *entrepreneurship* merupakan modal utama untuk tumbuh dan berkembang.

Sejak tahun 1978 pada saat dibangunnya kompleks pemukiman sebanyak 5500 unit rumah oleh Perum Perumnas di Banyumanik, maka kawasan Banyumanik menjadi salah satu pusat daerah pertumbuhan bagi Semarang bagian selatan. Hingga tahun 1994 di Kecamatan Banyumanik terdapat 7 kawasan pemukiman dengan daya tampung hampir 10.000 unit rumah. Jumlah rumah tangga yang besar ini tentunya menjadi pasar tersendiri bagi usaha eceran. Sehingga pada tahun 1980 telah berdiri cabang Warung serra ada *Sarinah* di Banyumanik selain pasar tradisional dan

usaha eceran rumah tangga. Pertumbuhan usaha eceran tersebut juga ditandai dengan dibangunnya ruko di kawasan Jati Raya oleh developer pada tahun 1988.

Memperhatikan pertumbuhan usaha eceran di kawasan pemukiman di Kecamatan Banyumanik Kodya Semarang menarik untuk diteliti yaitu tentang pertumbuhannya yang sangat cepat, jumlah outletnya yang sangat besar serta tumbuhnya usaha usaha eceran berskala besar (Sarinah), menengah (ruko) dan kecil (rumah tangga). Ketiga skala usaha tersebut selama hampir 15 tahun telah tumbuh untuk saling mengisi dan tidak saling mematikan. Masing-masing mempunyai pelayanan, daya tarik dan pasar tersendiri.

1.2 Perumusan Masalah

Untuk membuka usaha eceran, pengusaha kecil menghadapi kendala yang berupa, modal, tempat usaha dan pengelolaan. Ketiga aspek ini akan mempengaruhi keberhasilan dalam berusaha.

Dalam penelitian ini hipotesis yang hendak diuji adalah, sebagai berikut:

- Terdapat hubungan positif antara laba usaha dengan pendapatan rumah tangga.
- Terdapat hubungan saling ketergantungan antara modal, tempat usaha dan pengelolaan dengan laba usaha.
- Terdapat hubungan saling ketergantungan antara modal, tempat usaha dan pengelolaan.

1.3 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan laporan penelitian ini diuraikan dalam bab-bab sebagai berikut:

Bab I, Pendahuluan mengemukakan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kontribusi penelitian.

Bab II, Tinjauan pustaka mengemukakan beberapa landasan teori dan studi kepustakaan yang berkaitan dengan pemecahan permasalahan.

Bab III, Metodologi mengemukakan hipotesis persiapan penelitian metode pengumpulan data dan metode analisis.

Bab IV, Pembahasan mengemukakan kondisi umum responden para pedagang ecaran, kondisi usaha dan hasil analisis.

Bab V, Penutup berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran sehubungan dengan masalah yang diangkat.

BAB II

TUJUAN PENELITIAN

2.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran umum para pedagang eceran pada kawasan perumahan Banyumanik. Selanjutnya juga untuk mengetahui terdapat tidaknya hubungan saling ketergantungan antar variabel-variabel dalam hipotesis, termasuk di dalamnya untuk mengetahui seberapa besar kontribusi usaha eceran rumah tangga terhadap pendapatan rumah tangga.

2.2 Kontribusi Penelitian

Menyadari bahwa usaha kecil menyangkut hajat hidup orang banyak, maka penelitian ini diharapkan mempunyai kontribusi terhadap pemerintah dalam menangani pembinaan usaha kecil pada umumnya dan usaha eceran skala rumah tangga pada khususnya.

BAB III

TINJAUAN PUSTAKA

3.1 Konsep Saluran Distribusi

Setelah produsen menghasilkan produk yang dihasilkan, maka produk tersebut harus disalurkan ke tangan konsumen agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut David A. Revsan, yang dimaksud dengan saluran distribusi adalah suatu jalur yang harus dilalui oleh arus barang-barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai pada pemakai. Menurut pengertian ini, barang diartikan secara sempit. Barang hanya berujud secara fisik. Akibatnya saluran distribusi digambarkan sekedar pemindahan jasa-jasa atau kombinasi antara barang-barang dan jasa. Selain membatasi barang-barang yang disalurkan, definisi ini juga membatasi lembaga-lembaga yang ada.

Definisi lain menurut American Marketing Association, yang menekankan tentang banyaknya lembaga yang ada dalam aliran/ arus barang. Asosiasi tersebut menyatakan bahwa : "Saluran merupakan suatu struktur unit organisasi dalam perusahaan dan luar perusahaan terdiri atas agen, dealer, pedagang besar dan pengecer. melalui mana sebuah komoditi, produk, atau jasa dipasarkan. Definisi ini lebih mengacu pada pendekatan insititusional, yaitu pelaku-pelaku dalam kegiatan distribusi barang dan jasa.

Sedangkan oleh C. Glenn Walters, saluran distribusi dikatakan sebagai " sekelompok pedagang dan agen perusahaan yang mengkombinasikan antara pemindahan phisik dan nama dari

suatu produk untuk menciptakan kegunaan bagi pasar tertentu .

3.2 Latar Belakang Pedagang Eceran

Perdagangan eceran meliputi semua kegiatan yang melibatkan penjualan kepada konsumen akhir atau pengguna yang sifatnya pribadi. Perdagangan eceran merupakan bagian dari jalur distribusi produk yang paling dekat dengan konsumen, maka dia harus lebih peka dalam memenuhi kebutuhan konsumen agar usahanya bisa bersaing dalam pasarnya.

Apabila pedagang eceran tidak sepenuhnya memenuhi kebutuhan pelanggan maka akan berakibat beralihnya pelanggan ke pesaing, dan pedagang eceran tersebut menderita. Aktivitas produsen dan pedagang besar tetap berjalan tanpa dipengaruhi oleh pedagang eceran maupun yang dapat menjual produknya.

Pedagang eceran bukan hanya menjual barang, tetapi dapat juga memberikan penawaran menyeluruh terhadap barang dan jasa, memberikan informasi pada produsen atau pedagang besar, memberikan servis atau pelayanan berupa penghantaran sampai ke tujuan, tempat parkir yang aman dan juga memberikan promosi. Untuk mencapai keberhasilannya dalam merangkul pelanggan pedagang eceran harus berhati-hati dalam memenuhi selera mereka dalam memilih pedagang eceran yang mereka sukai.

Konsumen akan mempertimbangkan berbagai faktor dalam memilih pedagang eceran tersebut. Pertimbangan yang biasa dilakukan oleh konsumen berupa:

- a. Jauh dekatnya dengan konsumen
- b. Ragam pilihan barang
- c. Kualitas barang
- d. Pelayanan yang diberikan oleh tenaga penjual
- e. Pelayanan seperti penghantaran, pembelian kredit
- f. Ketenangan, kenyamanan
- g. Harga

Tetapi kadang-kadang konsumen tidak mempertimbangkan faktor-faktor tersebut karena mempunyai alasan yang emosional mengenai suatu produk atau tempat tertentu yang lebih membuat dia lebih bergengsi.

3.3 Klasifikasi Pedagang Eceran

Perencanaan strategi perdagangan eceran dapat diklasifikasikan berdasarkan beberapa hal:

- a. cara berfikir konsumen tentang toko
- b. tingkat pelayanan yang diberikan
- c. metode operasi

3.3.1 Cara Berpikir Konsumen Tentang Toko

- a. Convenience Store, yaitu tempat yang menyenangkan untuk berbelanja, entah karena lokasinya dekat toko yang lain atau dekat dengan rumah dan pembeli mudah menemukan barang yang dibutuhkan sehingga banyak menarik konsumen.
- b. Shopping Store, toko ini menarik konsumen banyak dan lengkapnya barang yang ditawarkan. Jenis toko ini juga dapat memikat pelanggan karena tata letak, demonstrasi,

informasi dan ketrampilan dari pramuniaga.

- c. Specialty Store, yaitu toko yang diperlukan bagi konsumen khusus yang mempunyai selera tinggi. Dengan alasan apapun entah pelayanan, pilihan atau reputasi, konsumen akan berbelanja ditoko-toko tersebut secara konsisten. Konsumen akan tergantung pada toko sebagaimana mereka tergantung pada toko sebagai mana mereka tergantung pada merk produk tertentu.

Ketiga jenis toko diatas menunjuk pada cara konsumen berpikir tentang toko, bukan pada sekedar jenis produk yang disediakan toko. Pelapisan pasar yang berbeda. Hal ini berkesesuaian dengan penggolongan kelas produk. Oleh karena itu, perencanaan strategi perdagangan eceran mesti mempertimbangkan sikap konsumen potensial kearah produk maupun toko. Mengklasifikasikan segmentasi pasar dengan cara bagaimana mereka melihat baik jenis toko maupun kelas produk. Sebagai contoh, tanaman hias mungkin juga dijual di toko-toko bunga besar. Ini cocok untuk pembeli yang berselera jenis shopping store. Akan tetapi untuk pembeli yang lain, untuk pergi ke toko semacam itu mungkin sulit, sehingga mereka tidak jadi membeli tanaman. Kemudian pedagang eceran membuat Convenience store untuk menjual yang letaknya tidak jauh dari rumah pembeli. Pedagang eceran ini akan mendapatkan konsumen yang jumlahnya membeli tanaman di tokonya.

3.3.2 Tingkat Pelayanan yang Diberikan

Tingkat pelayanan yang diberikan pada toko adalah sebagai berikut:

a. Penjualan Eceran Swalayan

Didalam sistem penjualan ini barang yang dijual berupa barang kebutuhan sehari-hari dan ada juga barang-barang konsumsi dan biasanya didalam penjualannya disertai dengan berbagai macam fasilitas seperti tempat bermain anak-anak, pujasera dls. Dalam melakukan pembeliannya pembeli bebas memilih, membandingkan serta menemukan sendiri barang yang menjadi kebutuhannya.

b. Penjualan Eceran dengan Pelayanan Terbatas

Penjualan dengan sistem ini menjual berbagai macam barang. Sedangkan pembeli yang memerlukan informasi yang lebih banyak akan dilayani secara terbatas, tetapi dalam sistem penjualan ini juga memberikan pelayanan seperti pembelian kredit, retur pembelian dsb.

c. Penjualan Eceran Dengan Pelayanan Penuh

Penjualan dengan sistem ini disertai dengan tenaga penjualan yang siap melayani seluruh kebutuhan dan keinginan pembeli. Biasanya karyawan yang memilih belanja disini adalah pejabat tinggi, yang membeli barang dalam jumlah yang besar dari barang khusus. (seperi adi busana, permata, kamera), fasilitas yang diberikan seperti restoran, pengiriman gratis, pemasangan gratis,

menyebabkan harganya menjadi tinggi.

3.3.3 Metode Operasi

Dalam sistem penjualan ini dibagi menjadi beberapa klasifikasi:

a. Penjualan Dengan Toko

Dalam sistem penjualan ini pengusaha menyediakan toko untuk menjual berbagai macam barang yang menjadi kebutuhan konsumen, baik itu barang kebutuhan sehari-hari maupun barang-barang konsumsi lainnya, yang meliputi :

- Penjualan Dengan Potongan

Pengusaha menjual berbagai macam kebutuhan sehari-hari dan lebih menitik beratkan pada volume penjualan (omzet) dari pada laba perunit, dia beranggapan dengan adanya volume penjualan yang cukup besar, laba yang didapat juga akan besar sehingga didalam sistem penetapan harga biasanya harga yang ditetapkan itu rendah (dengan potongan).

- Penjualan Dengan Servis Penuh

Dalam sistem penjualan ini biasanya menjual berbagai macam kebutuhan sehari-hari tetapi dalam penetapan harga lebih tinggi dibandingkan dengan sistem potongan , harga yang lebih tinggi ini diimbangi dengan pelayanan yang

lebih baik.

- Penjualan Dengan Servis Terbatas

Dalam sistem penjualan ini biasanya pengusaha menjual barang-barang khusus yang sulit didapatkan ditoko-toko sekitar.

b. Penjualan Tanpa Toko

Sistem penjualan ini biasanya disertai dengan alat otomatis, telpon, faxcimile, surat atau tenaga penjualan. Biasanya pengusaha mengambil keputusan ini untuk lebih mengefesienkan biaya.

- Alat Otomatis

Dengan fasilitas alat otomatis konsumen bisa sewaktu-waktu membeli tanpa menunggu pelayanan dari si penjual, biasanya sistem penjualan dengan menggunakan alat ini berupa penjualan makanan dan minuman. Konsumen tinggal memasukkan uang (coin) kedalam suatu alat dan barang yang diminta langsung bisa didapatkan.

- Telephone and direct - mail retailing

Dengan fasilitas seperti ini memungkinkan konsumen untuk berbelanja di rumah, biasanya mereka memesan melalui surat atau telpon jarak jauh gratis, dengan pembayaran melalui kartu kredit di toko setempat. Metode layanan ini lebih memungkinkan karena, bisa menghemat biaya

pengadaan gedung sekelas warehouse, dan melakukan pelayanan terbatas. Selain penebarian yang sering terjadi pada toko eceran biasa dikurangi. Penjualan dari rumah ke rumah Adalah penjualan yang dilakukan secara langsung menghubungi konsumen di rumah. Cara ini bisa memberikan kemudahan bagi konsumen dan memberikan perhatian perorangan. Kendalanya semakin banyak orang melakukan kesibukan di luar rumah, maka makin sulit untuk menemui konsumen di siang hari.

c. Penjualan dengan Tenaga Penjual

Disini tenaga penjual memegang peranan penting didalam menjual produk perusahaan dia akan menjual dari rumah ke rumah. Barang yang dijual biasanya barang kebutuhan sehari-hari.

3.4 Lokasi Perdagangan Eceran

Lokasi dapat mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan perdagangan eceran. Akan tetapi apa yang dimaksud dengan lokasi yang baik tergantung pada sasaran pasar, persaingan dan biaya. Hampir semua kota memiliki daerah pusat perbelanjaan, dimana banyak toko eceran terdapat. Kelihatanya lokasi toko secara individual lebih merupakan kebetulan dari kejadian, waktu dan ketersediaan ruangan. Adapun lokasi perdagangan yang bisa kita sajikan antara lain:

a. Pusat perbelanjaan yang terencana

Adalah kumpulan toko-toko yang direncanakan sebagai suatu unit untuk memenuhi kebutuhan pasar. Toko-toko tersebut yang direncanakan sebagai suatu unit yang memenuhi kebutuhan pasar. Toko-toko tersebut kadang-kadang melakukan promosi bersama. banyak pusat perbelanjaan yang berusaha membuat tempat itu lebih menyenangkan dan mereka biasanya menyediakan bebar parkir.

b. Pusat perbelanjaan yang dekat dengan perumahan

Terdiri dari beberapa toko kebutuhan sehari-hari. Pusat perbelanjaan ini biasanya mencakup supermarket, apotik, toko perangkat keras, toko kecantikan, binatu, pompa bensin, toko makanan, toko pakaian dan lain-lain.

c. Pusat perbelajaan masyarakat

Jenis ini lebih besar dibanding dengan pusat perbelanjaan yang dekat perumahan. Mereka biasanya mencakup departement store kecil yang juga produk-produk seperti pakaian, mebel disamping kebutuhan sehari-hari.

d. Regional shopping centers

Merupakan pusat perbelanjaan terbesar, Pusat perbelanjaan ini menemukan pada shopping product. Hampir semuanya merupakan Mall yang tertutup sehingga tempatnya tetap nyaman walupun dalam cuaca buruk.

3.5 Pola Belanja Konsumen menurut Penghasilannya

Pasar dibentuk oleh orang - orang yang memiliki uang untuk dibelanjakan. Jadi pola pembelanjaan konsumen berkaitan dengan penghasilannya. Sejumlah studi tentang anggaran konsumen berkaitan dengan anggaran konsumen menunjukkan bahwa konsumen membelanjakan penghasilan mereka sebagai bagian dari unit keluarga atau rumah tangga. Dengan demikian masuk akal bagi kita untuk membicarakan tentang cara rumah tangga atau keluarga membelanjakan penghasilan mereka.

Hampir semua keluarga membelanjakan sebagai penghasilan mereka untuk kebutuhan pokok seperti, makanan, kredit/ sewa rumah, transportasi dan pelengkapan rumah serta pengeluaran pokok lainnya. Pembelian keluarga yang sifatnya mewah berasal dari penghasilan diskresoner, yaitu sisa penghasilan setelah dikurangi pajak dan pengeluaran pokok.

Penghasilan diskresioner adalah konsep yang sukar difahami karena definisi kebutuhan pokok berbeda-beda dimasing-masing keluarga kemungkinan akan berubah-ubah. Ini bergantung pada yang dipandang perlu dikaitkan dengan gaya hidup masing-masing. Misalnya sebuah TV berwarna mungkin di beli dari penghasilan diskresioner oleh keluarga berpenghasilan rendah, tetapi dipandang sebagai kebutuhan pokok oleh mereka yang berpenghasilan tinggi.

Karena perbedaan seperti ini, para pemasar sering kali beralih ke data penghasilan dan pengeluaran keluarga untuk mengetahui lebih banyak tentang cara pasar target mereka

membelanjakan penghasilannya.

Data perbelanjaan tidak memberitahu, apakah keluarga tertentu akan membeli suatu produk. Akan tetapi data tersebut dapat membantu memahami cara pelanggan terget potensial membelanjakan penghasilannya. Data tentang pola pembelian konsumen dapat membantu upaya meramalkan kecenderungan umum dalam pembelian yang

dilakukan oleh konsumen. Akan tetapi jika banyak perusahaan yang menawarkan produk serupa, data seperti ini sedikit tidaknya membantu pemikiran produk spesifik yang akan dibeli konsumen. Ini memerlukan pemahaman lebih baik tentang proses pembelian.

3.6 Perilaku Konsumen

Para ekonom umumnya berasumsi bahwa konsumen adalah manusia ekonomi yang mengetahui semua fakta dan secara logis membandingkan sejumlah pilihan dalam kaitannya dengan biaya dan nilai yang diterima untuk memperoleh kepuasan terbesar dari waktu dan yang dikeluarkan. Perluasan logis dari teori manusia ekonomi ini mengarahkan kita pada pengajian pola pembelian konsumen. Pendekatan ini ada gunanya karena konsumen paling tidak harus memiliki penghasilan untuk berada di pasar. Akan tetapi hampir semua manajer pemasaran menganggap bahwa perilaku konsumen tidaklah sesederhana yang dikemukakan manusia ekonomi itu.

Konsumen memiliki banyak dimensi, variasi psikologi pengaruh sosial dan situasi pembeli mempengaruhi perilaku

pembelian seseorang.

Seseorang termotivasi oleh kebutuhan dan keinginan. Kebutuhan adalah kekuatan utama yang memotivasi seseorang untuk melakukan sesuatu. Sebagai kebutuhan dengan kesejahteraan jasmaniah dan sebagian lagi berkenaan dengan pandangannya tentang dirinya sendiri dan hubungannya dengan orang lain. Kebutuhan sifatnya lebih mendasar dibandingkan dengan keinginan. Keinginan adalah kebutuhan yang dipelajari atau terkondisi selama hayat seseorang. Sebagai contoh setiap orang membutuhkan air atau jenis cairan tertentu, tetapi sebagian orang juga telah belajar menginginkan " Anker Bir " dengan sentuhan keperkasaannya. Beberapa psikolog berpendapat bahwa seseorang pada saat yang sama mungkin memiliki beberapa alasan untuk membeli sesuatu. Maslow dikenal dengan hierarki kebutuhan kebutuhannya yang bertingkat lima. Adapun ringkasan Maslow akan kami sajikan dengan contoh kebutuhan yang ada yang bisa dipenuhi.

a. Kebutuhan Fisiologis

Kebutuhan fisiologis adalah semua kebutuhan yang berkaitan dengan kebutuhan biologis, Misalnya, makan, minum, kebutuhan seksual.

b. Kebutuhan rasa aman

Adalah semua kebutuhan yang berkenaan dengan perlindungan dan kesejahteraan fisik

c. Kebutuhan sosial

Berkaitan dengan kebutuhan akan kasih sayang, persahabatan, status, dan harkat diri.

d. Kebutuhan pribadi

Adalah kebutuhan yang berkaitan dengan kebutuhan individu akan kepuasan pribadi. Contohnya adalah, harkat diri, rasa mencapai sesuatu, bersenang-senang, kebebasan, relaksasi. Hirarki kebutuhan Maslow dapat membantu untuk menjelaskan mengapa konsumen melakukan pembelian, tetapi kebutuhan ekonomi membantu menjelaskan apa tampilan produk spesifik yang akan di pilih. Kebutuhan ekonomi berkaitan dengan upaya untuk menggunakan waktu dan dana konsumen dengan sebaik-bainya. Sedangkan konsumen mencari harga terendah. Sebagaimana yang lain membayar lebih mahal untuk memperoleh kenyamanan. Sedangkan yang lain lagi mungkin menyeimbangkan antara harga dan mutu untuk memperoleh nilai terbaik. Beberapa kebutuhan ekonomi adalah sebagai berikut:

- Pembelian atau penggunaan yang ekonomis
- Kenyamanan
- Pengoperasian atau penggunaan yang efisien
- Keadaan penggunaannya
- Perbaikan penghasilan

3.7 Pengaruh Sosial Menimbulkan Dampak Perilaku Konsumen

Semua orang dipengaruhi orang lain disekitar kita, terutama, anggota keluarga. Seorang suami atau isteri dapat memiliki prefensi pribadi yang kuat tentang suatu pembelian, tetapi mereka dapat saja berubah pikiran dengan cepat apabila pasangannya memiliki prioritas lain yang berbeda. Misalnya si Suami mungkin ingin mengajak berlibur ke danau Toba, sedangkan isterinya lebih suka membeli perangkat vidio recorder Philip dan TV Sharp yang berlayar lebar, plus berlibur di Ancol saja. Bagaimana keputusan akhirnya dalam situasi seperti ini tidak dapat dipikirkan.

Prefensi suami atau isteri dapat berubah karena kasih sayang terhadap pasangannya atau salah satu diantara mereka memiliki kuasa atau pengaruh lebih besar. Meskipun salah satu anggota keluarga dapat saja ke toko dan membeli sesuatu, dalam merencanakan strategi pemasaran penting diketahui siapa yang terlibat dalam pembelian itu. Perlu diingat bahwa keputusan membeli yang sebenarnya yang membeli produk dapat menyesatkan strategi pemasaran. Untuk menyusun strategi pemasaran lebih lanjut, para manajer pemasaran perlu memahami perbedaan diantara kelas sosial. Meskipun, di sini akan digunakan istilah teknis tradisional seperti atas, tengah dan rendah ada yang perlu diingatkan. Penggunaan istilah tersebut seolah-olah menyiratkan superioritas dan inferioritas.

Penggunaan istilah itu dalam pemasaran dimaksudkan berkonotasi nilai. Kita tidak dapat mengatakan ada kelas yang

lebih baik atau lebih bahagia dibandingkan dengan yang lain. Suatu contoh klasifikasi kelas sosial di masyarakat yang bisa kita gunakan untuk perencanaan strategi pemasaran adalah sebagai berikut:

a. Kelas atas

Terdiri atas orang-orang dari keluarga kaya lama dan orang kaya baru yang sosial terkenal. Mereka sering tinggal dalam rumah besar dengan tampilan mewah. Mereka menghindari produk masal dan memilih produk eksklusif.

b. Kelas menengah - atas

Terdiri atas orang yang memiliki perusahaan kecil atau manajer di perusahaan besar. Orang-orang ini lebih mementingkan mutu kehidupan mereka. Mereka berpandangan apa saja yang mereka beli adalah simbol keberhasilan mereka, sehingga lebih mengutamakan produk bermutu. Mereka ingin secara sosial dapat diterima dan mereka sangat ambisius dengan anak-anak mereka.

c. Kelas menengah - bawah

Terdiri dari orang-orang yang memiliki pekerjaan seperti guru, karyawan kantor, teknisi. Mereka semua ini keluarga, termasuk warga negara yang taat.

d. Kelas bawah - atas

Terdiri dari karyawan pabrik lini produksi, karyawan

trampil dan mereka yang bergerak dalam bisnis jasa seperti montir, tukang dan yang sejenis, mereka adalah buruh kasar. Hampir semua berpenghasilan baik tetapi masih merisaukan jaminan hidup. Mereka kurang yakin atas pertimbangan mereka sendiri tentang produk dan mungkin akan banyak bergantung pada wiraniaga dan periklanan.

e. Kelas bawah - bawah

Terdiri atas buruh-buruh yang tidak terampil dan orang-orang yang bekerja dalam jenis pekerjaan yang sangat rendah statusnya. Orang-orang ini biasanya tidak memiliki banyak penghasilan, tetapi merupakan pasar yang bagus bagi kebutuhan primer dan produk yang membantu mereka untuk menikmati yang sekarang.

Alasan konsumen membeli dapat mempengaruhi perilaku pembelian. Sebagai contoh, seorang mahasiswa yang membeli pulpen untuk dirinya sendiri akan membeli pulpen "Bic" yang murah. Lain halnya apabila membeli pulpen untuk hadiah ulang tahun pacarnya, ia mungkin akan membeli pulpen merek tertentu yang mahal.

Waktu juga mempengaruhi situasi pembelian. Apabila pembelian telah dilakukan masih ada waktu untuk belanja, hal ini juga mempengaruhi perilaku konsumen. Keadaan sekeliling juga dapat mempengaruhi perilaku pembelian. Keramaian dalam gerbong kereta api dapat mendorong terjadinya pembelian dadakan yang dilakukan tanpa pikir panjang. Akan tetapi keadaan sekeliling juga mencegah orang untuk membeli. Sebagai

contoh, orang ada yang enggan antri membayar di suatu supermarket meskipun harganya murah, sehingga ia malas untuk berbelanja disana.

BAB IV

METODE PENELITIAN

4.1 Persiapan Penelitian

Sebelum survei lapangan dilaksanakan, terlebih dahulu diadakan *pra-survei* dengan mengadakan uji coba kuesioner pada daerah yang hendak diteliti. *Pra-survei* ini ternyata penting untuk menjaring data yang sesuai dengan tujuan penelitian ini. Dari penyebaran kuesioner uji coba tadi, ada beberapa pertanyaan yang tidak relevan dan menimbulkan persepsi yang bias antara satu responden dengan responden lainnya.

Penyusunan kuesioner setelah mengalami uji coba dirancang sekaligus untuk tujuan tabulasi, sehingga di dalam kuesioner sudah disertai dengan pengkodean (*coding*).

Pengolahan data dari tabulasi hingga perhitungan statistiknya melalui komputer dengan bantuan program pengolah data statistik *microstat*. Sehingga perhitungan secara manual sudah tidak diperlukan lagi. Hal ini untuk memperoleh hasil analisis yang akurat.

4.2 Metode Penelitian

Responden yang menjadi obyek penelitian adalah masyarakat yang bertempat tinggal di Kecamatan Banyumanik khususnya kawasan pemukiman baru.

Pengambilan sampel yang digunakan adalah *sample quota*, yaitu setiap *stratum* ditentukan berdasarkan sifat-sifat atau ciri-ciri yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap

variabel yang hendak diteliti. Kemudian untuk setiap stratum ditentukan *quotumnya*. Dasar penentuan *quotum*-nya berdasarkan faktor geografis dan sosio ekonomis.

4.3 Metode Pengumpulan Data

Data diambil dari wilayah kecamatan Banyumanik, khususnya kompleks pemukiman perumahan Banyumanik, Pondok Setiabudi, Puri Asri Perdana, Srandol Asri, Bukit Agung dan Rumpun Diponegoro. Dari kawasan tadi diambil sampel secara proporsional sesuai dengan sasaran, yaitu rumah dikawasan pemukiman dimana rumah tersebut juga dijadikan sebagai tempat untuk usaha eceran.

4.4 Alat Analisis

Untuk menguji hipotesis yang diajukan, penelitian ini menggunakan bantuan alat analisis statistik non parametrik dan statistik parametrik, yaitu sebagai berikut:

a. Chi Kuadrat

Alat analisis yang digunakan dalam analisa ini adalah Chi Kuadrat. Uji Chi Kuadrat merupakan uji sederhana berdasarkan pada perbedaan frekwensi observasi dan harapannya. Karena uji ini sangat mudah untuk dipahami dan dihitung maka uji ini sangat populer dalam pengujian hipotesis. Chi Kuadrat dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Chi}^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O - E)^2}{E}$$

dimana:

O = adalah frekwensi observasi

E = adalah frekwensi harapan

Langkah atau prosedur dalam uji chi kuadrat adalah sebagai berikut:

1. Nyatakan H_0
2. Tentukan tingkat signifikansi (5%)
3. Tentukan statistik uji chi kuadrat dengan D.F-nya
4. Tentukan daerah penolakan
5. Hitung chi kuadrat dan tentukan ditolak/diterima H_0 .

Pengujian independensi bertujuan untuk mengetahui apakah antara dua atribut dari populasi atau cuplikan independen atau tidak. Pengujian ini tanpa derajat asosiasi atau arah dependensinya. Tabel silang (*cross table*) dipergunakan sebagai tabel kerja dalam pengujian ini.

Sebuah pertanyaan dalam penelitian yang sering muncul misalnya, "Apakah dua variabel yang diamati, yang mungkin bersifat kualitatif saling berhubungan?" Misalnya, apakah lokasi tempat usaha mempengaruhi laba yang diperoleh.

Dua variabel disebut independen atau tidak berhubungan bila distribusi yang satu sama sekali tidak tergantung (tidak dipengaruhi oleh) distribusi yang lain.

b. Regresi Linier

Analisis regresi berkenaan dengan studi ketergantungan satu variabel, variabel tak bebas pada satu atau lebih

variabel lain, variabel yang menjelaskan (*explanatory variables*), dengan maksud menaksir dan atau meramalkan nilai rata-rata hitung atau rata-rata populasi variabel tak bebas, dipandang dari segi nilai tak diketahui atau tetap (dalam pengambilan sampel berulang) variabel yang menjelaskan.

Dalam analisis regresi ada hubungan asimetri, yaitu cara bagaimana variabel tak bebas dan variabel yang menjelaskan diperlakukan. Variabel tak bebas diasumsikan random atau *stockhastik*, yaitu mempunyai distribusi probabilitas. Di lain pihak, variabel yang menjelaskan diasumsikan mempunyai nilai tetap (dalam pengambilan sampel secara berulang).

Metode yang paling luas digunakan adalah metode kuadrat terkecil (*method of ordinary least square*) yang dikemukakan oleh Carl Friederich Gauss. Secara matematis fungsi regresi dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = B_0 + B_1X_1$$

dimana, Y = variabel yang ditaksir

B_0 = konstanta parameter

B_1 = koefisien regresi

X_1 = estimator

4.5 Skala Pengukuran Data

Seorang peneliti perlu memberikan jenis-jenis skala

pengukuran, agar dapat memberikan nilai yang tepat untuk konsep yang diamati. Masing-masing skala pengukuran mempunyai ciri-ciri yang berbeda secara hakiki dan akan menimbulkan konsekuensi yang berbeda dalam teknik, prosedur dan penggunaan alat statistik untuk menghadapinya. Dikenal ada empat macam pengukuran sebagai berikut:

a. Skala Nominal

Skala nominal merupakan skala yang paling sederhana, dasar penggolongannya hanyalah kategori yang saling tidak tumpang tindih dan tuntas. Skala ini misalnya sudah atau belum.

b. Skala Ordinal

Skala ordinal mengurutkan responden ke dalam beberapa peringkat (*ordering*) dari "paling rendah" ke "paling tinggi", menurut atribut tertentu. Misalnya pendapatan responden dalam skala ordinal tinggi, menengah dan rendah.

c. Skala Interval

Skala interval merupakan skala yang tidak semata-mata mengurutkan orang atau obyek berdasarkan suatu atribut, tetapi juga memberikan informasi tentang interval antara satu orang atau obyek dengan orang atau obyek lainnya.

d. Skala Rasio

Skala ini mempunyai titik nol, mempunyai informasi untuk urutan, interval dan besaran absolut. Misalnya ukuran

panjang, umur dan pendapatan.

BAB V

PEMBAHASAN

5.1 Kondisi Umum Responden

5.1.1 Usia , Pendidikan dan Jumlah Anggota Keluarga Responden

Usia merupakan salah satu syarat dalam mengajukan KPR BTN. Syarat minimal seorang dapat mengambil KPR BTN adalah 21 tahun. Juga usia mempengaruhi pada tingkat kebutuhan rumah tangga.

Tabel di bawah ini menunjukkan distribusi frekwensi usia responden.

Tabel 1. Usia Responden

Umur (Tahun)	Frekwensi	Prosentase
36 - 40	5	10
41 - 45	6	12
> 46	39	78
Jumlah	50	100

Sumber : Data primer yang diolah

Dari 50 responden, kelompok usia responden adalah :

- 78 % responden mempunyai umur di atas 46 tahun
- 12 % responden mempunyai umur 41 - 45 tahun
- 10 % responden mempunyai umur antara 36 - 40 tahun.

Hal ini memperlihatkan bahwa pengambil KPR BTN yang membuka usaha eceran rumah tangga berusia di atas 45 tahun.

Pendidikan responden akan berpengaruh terhadap tingkat pendapatan, tipe pengambilan rumah dan alasan berusaha eceran. Yang menarik di sini adalah bahwa mayoritas responden berpendidikan SLTA, yaitu 58%. Sedangkan yang berpendidikan SLTP, yaitu 32 %. Responden yang berpendidikan Sekolah Dasar 8%. Frekwensi terendah adalah porsi pernah kuliah (tidak tamat), yaitu hanya 2%.

Dari hasil penelitian Tripriya PS, SE., dkk, 1993 dihasilkan bahwa tingkat pendidikan pengambil KPR sebagian besar (61 %) adalah di atas SLTA. Hal ini memberikan gambaran bahwa yang berusaha eceran berpendidikan di bawah rata-rata penghuni. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 2. Pendidikan Responden

Tingkat Pendidikan	Frekwensi	Prosentase
Sekolah Dasar	4	8
SLTP	16	32
SLTA	29	58
Pernah Kuliah	1	2
Jumlah	50	100

Sumber : Data primer yang diolah

Jumlah anggota keluarga akan mempengaruhi pada tipe pengambilan rumah dan alasan melakukan usaha eceran rumah tangga. Dengan adanya jumlah anggota keluarga yang cukup memudahkan pembagian kerja.

Jumlah anggota keluarga responden adalah sebagai berikut:

- 5 - 6 orang sebesar 46 %
- 7 - 8 orang sebesar 32 %
- 2 - 4 orang sebesar 22 %

Hal ini dapat dilihat pada tabel 3 di bawah ini.

Tabel 3. Jumlah Anggota Keluarga Responden

Jumlah Ang. Kel. (orang)	Frekwensi	Prosentase
2 - 4	11	22
5 - 6	23	46
7 - 8	16	32
Jumlah	50	100

Sumber : Data primer Yang diolah

5.1.2 Tipe Rumah, Kondisi Rumah dan Kondisi Lantai Bangunan

Tipe Rumah akan mempengaruhi tipe usaha maupun luas usaha responden. Pengambilan data dilakukan pada tipe menengah ke bawah di sekitar komplek pemukiman Banyumanik, yaitu Perumnas Banyumanik, Pondok setiabudi dan Puri Asri Perdana. Tipe 21 merupakan proporsi terbesar dari responden, yaitu 52 %. Sedangkan tipe 33 sebesar 24%, tipe 36 sebesar 16 % dan tipe 45 sebesar 8%.

Hal ini memperkuat anggapan bahwa alasan responden dalam membuka usaha disebabkan oleh keadaan ekonomi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. Tipe Rumah Responden

Tipe Rumah	Frekwensi	Prosentase
Tipe 21	26	8
Tipe 33	12	32
Tipe 36	8	58
Tipe 45	4	2
Jumlah	50	100

Sumber : Data Primer yang diolah

Kondisi rumah responden akan berpengaruh pada daya tarik kepada konsumen. Mengingat bahwa usaha eceran rumah tangga merupakan usaha kecil yang tempat usahanya menyatu dengan rumah pengusaha, maka kondisi rumah sangat berperan besar dalam meningkatkan kapasitas usahanya.

Kondisi rumah responden dibagi menjadi 4 kategori, yaitu sangat baik, baik, sedang dan jelek. Penilaian mengacu pada kondisi dinding, atap dan lantai. Baik mengenai kualitas maupun kebersihannya.

Dari 50 responden, dihasilkan data tentang kondisi rumah responden, yaitu sebagai berikut :

- Kondisi sedang sebesar 52%
- Kondisi baik sebesar 38%
- Kondisi jelek sebesar 6%
- Kondisi sangat baik sebesar 4%

Tabel 5. Kondisi Rumah Responden

Kondisi Rumah	Frekwensi	Prosentase
Sangat Baik	2	4
Baik	19	38
Sedang	26	52
Jelek	3	6
Jumlah	50	100

Sumber : Data primer yang diolah

Kondisi lantai bangunan sangat berpengaruh terhadap jenis usaha dan luas usaha. Selain itu juga dapat mempengaruhi daya tarik pembeli. Dengan kata lain untuk dapat melihat jenis usaha dan luas usaha dapat dilihat dari bahan lantai bangunan tersebut. Pembagian kondisi lantai menjadi 3 kategori yaitu, keramik, ubin dan plester. Dari 50 responden dihasilkan data sebagai berikut :

- 76 % kondisi lantai bangunannya berupa ubin
- 14 % kondisi lantai bangunannya berupa plester
- 10 % kondisi lantai bangunannya berupa keramik

Hal ini dapat dilihat pada tabel 6 di bawah ini.

Tabel 6. Kondisi Lantai Bangunan

Kondisi Rumah	Frekwensi	Prosentase
Keramik	5	10
Ubin/Tegel	38	76
Plester	7	14
Jumlah	50	100

Sumber : Data primer yang diolah

5.1.3 Kepemilikan Rumah dan Keadaan Lokasi Rumah Responden

Kepemilikan rumah akan dapat mendorong berusaha karena adanya kepastian untuk berusaha, tidak berpindah tempat jika sudah berhasil.

Sebagian besar responden sudah atas nama sendiri, walaupun masih dalam proses mengangsur (belum lunas). Dari 50 responden, 96 % merupakan milik sendiri. Sedangkan sisanya, 4% menyewa atau mengontrak kepada pihak lain.

Tabel 7. Status Kepemilikan Rumah Responden

Status Kepemilikan	Frekwensi	Prosentase
Milik Sendiri	48	96
Sewa	2	4
Jumlah	50	100

Sumber : Data Primer yang diolah

Keadaan lokasi rumah responden juga merupakan pendorong bagi penghuni pemukiman untuk melakukan usaha eceran. Rumah yang strategis, dekat dengan fasilitas-fasilitas umum seperti pasar, shelter bus dan sekolah. Ini akan mendorong orang untuk memanfaatkan rumahnya.

Untuk penilaian itu, dibagi 4 kategori penilaian terhadap keadaan lokasi berusaha, yaitu : Sepi pembeli, Biasa, Cukup Ramai dan Sangat Ramai. Dari 50 responden didapatkan hasil sebagai berikut :

- Biasa sebesar 44 %
- Cukup Ramai sebesar 40 %
- Sepi pembeli sebesar 12 %
- Sangat Ramai sebesar 4 %

Dengan demikian lokasi yang layak untuk berusaha sangat besar yaitu sebesar 88 %. Jadi kemungkinan besar minat untuk berusaha banyak didukung oleh keadaan lokasi. Lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 8. Keadaan lokasi Untuk Usaha Responden

Keadaan Lokasi	Frekwensi	Prosentase
Sepi Pembeli	6	12
Biasa	22	44
Cukup Ramai	20	40
Sangat Ramai	2	4
Jumlah	50	100

Sumber : Data Primer Yang diolah

5.2 Kondisi Usaha Responden

5.2.1 Luas Tanah, Luas Bangunan dan Luas Tempat Usaha Responden

Dalam lingkungan pemukiman, biasanya luas tanah dipengaruhi oleh tipe rumah. Hanya untuk tempat tertentu, mempunyai ukuran luas tanah yang berbeda, yaitu jika mendapat kapling/ lokasi di pojok (hook). Untuk tipe 45 mempunyai luas standard : 120 m², tipe 33 seluas = 84 m² & 96 m² (jalan raya), tipe 21 = 65 m² (untuk Puri Asri Perdana), 84 m² (untuk Perumnas Banyumanik). Khusus untuk tipe 36 mempunyai luas tanah yang berbeda-beda. Jika tipe 36 yang dibangun tahun 1981, seluas 150 m² - 250 m², untuk pembangunan tahun 1990, luas tanahnya adalah 90 m².

Dengan melihat luas tanah, akan dapat kita lihat tipe rumah secara sepintas. Dari 50 responden dihasilkan data sebagai berikut :

- 92 % mempunyai luas tanah 60 - 120 m²
- 4 % mempunyai luas tanah 240 - 300 m²
- 2 % mempunyai luas tanah 120 - 180 m²
- 2 % mempunyai luas tanah sampai dengan 60 m².

Tabel 9. Luas Tanah Keseluruhan Responden

Luas Tanah Total (m2)	Frekwensi	Prosentase
0 - 60	1	2
60 - 120	46	92
120 - 180	1	2
180 - 240	0	0
240 - 300	2	4
Jumlah	50	100

Sumber : Data primer yang diolah

Luas Bangunan standard adalah 40 % dari luas tanah keseluruhan. Hal ini merupakan ratio standard. Dalam perkembangannya, luas bangunan perlu diperluas. Hal ini mengingat untuk pemenuhan kebutuhan, baik untuk menyesuaikan jumlah anggota keluarga atau membuka usaha. Dari 50 responden dihasilkan data sebagai berikut :

- 80 % responden mempunyai luas bangunan = 60 - 90 m²
- 10 % responden mempunyai luas bangunan = 90 - 120 m²
- 6 % responden mempunyai luas bangunan = 30 - 60 m²
- 4 % responden mempunyai luas bangunan s.d. 30 m²

Hal ini dapat dilihat pada tabel 10 berikut.

Tabel 10. Luas Bangunan Responden

Luas Bangunan (m ²)	Frekwensi	Prosentase
0 - 30	2	4
30 - 60	3	6
60 - 90	40	80
90 - 120	5	10
Jumlah	50	100

Sumber : Data primer yang diolah

Luas bangunan tempat usaha dipengaruhi oleh luas bangunan rumah (keseluruhan) dan luas usaha. Antara luas usaha (omzet) akan mempunyai hubungan yang saling mempengaruhi. Karena tempat usaha menyatu dan merupakan bagian dari bangunan, maka mempunyai luas yang lebih kecil dari bangunan untuk hunian. Dari 50 responden didapatkan hasil sebagai berikut ;

- 62 % mempunyai luas bangunan s.d. 10 m²
- 28 % mempunyai luas bangunan 10 - 20 m²
- 10 % mempunyai luas bangunan 20 - 30 m²

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat apda tabel berikut.

Tabel 11. Luas Bangunan Tempat Usaha

Luas Bangunan (m ²)	Frekwensi	Prosentase
0 - 10	31	62
10 - 20	14	28
20 - 30	5	10
Jumlah	50	100

Sumber : Data primer yang diolah

5.2.2 Lamanya Mendiami Rumah

Dalam bertempat tinggal akan membawa pengaruh untuk membuka lapangan usaha, setelah mengevaluasi prospek dan harapan bagi usaha tersebut. Karena kematangan dalam berusaha juga dipengaruhi oleh kemampuannya untuk beradaptasi dengan lingkungannya. Sehingga dalam berusaha, bukan sekedar mengikuti arus saja.

Pemukiman Banyumanik pertama kali diresmikan dan dihuni pada tahun 1978. Bagi penghuni awal terutama untuk daerah Tengah dan Barat sudah mendiami hampir 20 tahun (16 - 17 tahun), sehingga daerah ini menjadi salah satu pusat kegiatan ekonomi di kawasan tersebut.

Dari 50 responden didapatkan hasil sebagai berikut :

- 60 % sudah mendiami selama 10 - 15 tahun
- 26 % sudah mendiami selama 15 - 20 tahun
- 8 % sudah mendiami s.d. 5 tahun
- 6 % sudah mendiami selama 5 - 10 tahun

Tabel 12. Lamanya Mendiami Rumah Responden

Lama (Tahun)	Frekwensi	Prosentase
0 - 5	4	4
5 - 10	3	6
10 - 15	30	80
15 - 20	13	10
Jumlah	50	100

Sumber : Data primer yang diolah

5.2.3 Motivasi Usaha

Dalam melakukan usahanya seseorang akan dipengaruhi oleh latar belakang atau alasan-alasan dalam melakukan usahanya. Semakin besar motivasinya maka akan semakin kuat dalam berusaha.

Peneliti mengkategorikan motivasi usaha responden menjadi 4 yaitu, untuk menambah penghasilan, sekedar sambilan, memanfaatkan lokasi strategis dan lain-lain. Dari

50 responden didapatkan hasil sebagai berikut :

- 56 % mempunyai alasan untuk sekedar sambilan
- 38 % mempunyai alasan untuk menambah penghasilan
- 4 % mempunyai alasan lain-lain
- 4 % mempunyai alasan memanfaatkan lokasi strategis

Lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 13 berikut ini.

Tabel 13. Motivasi Usaha Responden

Alasan	Frekwensi %	
Menambah Penghasilan RT	19	38
Sekedar sambilan	28	56
Memanfaatkan Lokasi Strategis	1	2
Lain-lain	2	4
Jumlah	50	100

Sumber : Data Primer yang diolah

5.2.4 Modal dan Sumber Modal Usaha Responden

Modal Usaha akan mempengaruhi besar kecilnya usaha. Semakin besar usahanya, maka akan semakin besar modal yang dibutuhkan. Ada hubungan yang saling mempengaruhi antara besarnya modal dengan kapasitas usaha. Modal responden sampai maksimal Rp 500.000,-. Untuk lebih jelasnya dapat diuraikan sebagai berikut,

- 76 % mempunyai modal usaha sampai dengan Rp 100.000,-
- 14 % mempunyai modal usaha Rp 100.000,- - Rp 200.000,-
- 4 % mempunyai modal usaha Rp 200.000,- - Rp 300.000,-
- 4 % mempunyai modal usaha Rp 300.000,- - Rp 400.000,-
- 2 % mempunyai modal usaha Rp 400.000,- - Rp 500.000,-

Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut di bawah ini.
Tabel 14. Modal Usaha Responden

Modal (Rp)	Frekwensi	%	fixi
0-100000	38	76	1900000
100000-200000	7	14	1050000
200000-300000	2	4	500000
300000-400000	2	4	700000
400000-500000	1	2	450000
Jumlah	50	100	4600000

Sumber : Data primer yang diolah

Rata-rata modal usaha responden adalah Rp 92.000,-

Dalam memenuhi kebutuhan untuk usahanya, maka diperlukan sumber modal usaha. Sumber modal usaha tersebut akan mempunyai konsekwensi yang berbeda, jika usaha tersebut gagal.

Untuk itu peneliti mengkategorikan sumber utama modal kerja, yaitu tabungan, warisan dan penjualan kekayaan lain. Dari pengumpulan data didapatkan hasil sebagai berikut :

- 84 % berasal dari tabungan
- 6 % berasal dari warisan
- 6 % berasal dari penjualan kekayaan
- 4 % berasal dari lain-lain.

Yang perlu digaris-bawahi bahawa tidak ada yang bersumber dari pinjaman. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 15. Sumber Utama Modal Kerja

Sumber Modal	Frekwensi	%
Tabungan	42	84
Warisan	3	6
Penjualan Kekayaan Lain	3	6
Lain-lain	2	4
Jumlah	50	100

Sumber : Data primer yang diolah

5.2.5 Frekwensi Kulakan Responden

Untuk melakukan usahanya, maka pengecer mengambil barang dari tempat lain. Dari usaha tersebut, maka pengecer mendapat untung. Semakin sering melakukan kulakan maka semakin besar akumulatif laba.

Dari 50 responden didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 16. Frekwensi Kulakan Responden
Dalam Sebulan

Kulakan	Frekwensi	%
1 - 3	23	46
4 - 6	4	4
7 - 9	23	46
Jumlah	50	100

Sumber : Data primer yang diolah

Rata-rata responden kulakan dalam sebulan adalah 6 kali dalam sebulan.

5.3 Laba Usaha dan Penggunaannya

Sebagai akibat seseorang melakukan usahanya, maka adalah wajar jika mendapatkan keuntungan. Untuk usaha kecil antara keuntungan dan gaji (pengelola)tidak dapat dipisahkan.

Dari pengumpulan data, laba responden berkisar antara Rp 60.000,- - Rp 400.000,-. Untuk lebih jelasnya tentang komposisi laba usaha tersebut adalah sebagai berikut, 70 % menghasilkan laba per bulan sampai dengan Rp 100.000,-; 18% menghasilkan laba per bulan Rp 100.000,sampai dengan Rp.200.000 ; 8 % menghasilkan laba per bulan Rp 200.000,- sampai dengan Rp 300.000 dan 4 % menghasilkan laba per bulan Rp 300.000,- sampai dengan Rp 400.000,-.

Tabel 17. Laba Usaha Tiap Bulan Responden

Laba (Rp)	Frekwensi	%	fixi
0-100000	35	70	1750000
100000-200000	9	18	1350000
200000-300000	4	8	1000000
300000-400000	2	4	700000
	50	100	4800000

Sumber : Data primer yang diolah

Dari laba (keuntungan yang dihasilkan) oleh responden setiap bulannya, maka dimanfaatkan untuk menambah penghasilan keluarga dan pengembangan usaha.

Dari 50 responden yang diambil datanya memanfaatkan hasil labanya untuk sebagai berikut :

- 54 % untuk menambah pendapatan rumah tangga.
- 20 % seluruhnya untuk pengembangan usaha.
- 14 % sebagian besar untuk pengembangan usaha.
- 12 % sebagian kecil untuk pengembangan usaha.

Dengan demikian usaha eceran responden, berorientasi

untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga. Hal ini dapat dilihat pada tabel 18 berikut ini.

Tabel 18. Pemanfaatan Laba Responden

Pemanfaatan	Frekwensi	%
Seluruhnya untuk pengemb. usaha	10	20
Sebag. besar utk pengemb. usaha	7	14
Sebag. kecil utk pengemb. usaha	6	12
Seluruhnya utk menambah pendpt RT	27	54
Jumlah	50	100

Sumber : Data primer yang diolah

5.3.1 Pendapatan Kepala Keluarga dan Pendapatan Total Rumah Tangga

Pendapatan Kepala Keluarga merupakan penentu dari tipe pengambilan rumah dan motivasi pendorong melakukan usaha eceran rumah tangga.

Penghasilan Kepala Keluarga responden mempunyai rentang antara Rp 100.000,- sampai dengan Rp 500.000,-. Untuk proporsi masing-masing kelompok penghasilan sebagai berikut :

- 40 % berpenghasilan Rp 300.000,- - Rp 400.000,-
- 32 % berpenghasilan Rp 200.000,- - Rp 300.000,-
- 24 % berpenghasilan Rp 300.000,- - Rp 400.000,-
- 4 % berpenghasilan Rp 400.000,- - Rp 500.000,-

Rata-rata penghasilan Kepala Keluarga = Rp 250.000,-

Tabel 19. Penghasilan Kepala Keluarga Responden

Penghasilan (Rp)	Frekw.	%	f x
100.000 - 200.000	16	32	2.400.000
200.000 - 300.000	20	40	5.000.000
300.000 - 400.000	12	24	4.200.000
400.000 - 500.000	2	4	900.000
Jumlah	50	100	12.500.000

Sumber : Data primer yang diolah

Sebagai akibat (konsekwensi), rumah tangga tersebut, melakukan usaha eceran rumah tangga, maka penghasilan responden akan meningkat.

Dari 50 responden yang diteliti memberikan rentang yang lebih luas antara distribusi frekwensi penghasilan KK dan penghasilan total Rumah Tangga (setelah membuka eceran).

Rentang penghasilan antara Rp 75.000,- s.d. Rp 675.000,-. Komposisi penghasilan total rumah tangga adalah sebagai berikut :

- 36 % berpenghasilan antara Rp 300.000,- - Rp 450.000,-
- 32 % berpenghasilan antara Rp 150.000,- - Rp 300.000,-
- 24 % berpenghasilan sampai dengan Rp 150.000,-
- 4 % berpenghasilan antara Rp 450.000,- - Rp 600.000,-
- 4 % berpenghasilan antara Rp 600.000,- - Rp 750.000,-

Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 20. Pendapatan Total Rumah Tangga

Pendapatan Total (Rp)	Frekwensi	%	fixi
0-150000	12	24	900000
150000-300000	16	32	3600000
300000-450000	18	36	6750000
450000-600000	2	4	1050000
600000-750000	2	4	1350000
Jumlah	50	100	13650000

Sumber : Data primer yang diolah

Rata-rata penghasilan total rumah tangga adalah Rp 273.000,-

5.3.2 Jumlah Jam Kerja dan Tenaga Kerja Responden

Dalam mengelola usaha eceran rumah tangga, maka membutuhkan perhatian, yang hal ini ditunjukkan dengan waktu yang digunakan (dihabiskan) selama satu hari. Semakin usahanya pesat, maka semakin perlu waktu yang lama untuk usaha tersebut. Komposisi waktu kerja dari masing-masing responden dalam mengelola usahanya dapat dijelaskan sebagai berikut :

- 60 % responden mengalokasikan sebesar 12 - 17 jam
- 26 % responden mengalokasikan sebesar 7 - 12 jam
- 12 % responden mengalokasikan sebesar 2 - 7 jam
- 2 % responden mengalokasikan sebesar 17 - 22 jam

Tabel 21. Jam Kerja Responden Tiap Hari

Jumlah Jam Kerja (jam)	Frekwensi	%	fixi
2 - 7	6	12	21
7 - 12	13	26	123.5
12 - 17	30	60	435
17 - 22	1	2	19.5
Jumlah	50	100	599

Sumber : Data Primer yang diolah

Rata-rata jumlah jam kerja responden yang dihabiskan untuk usaha eceran rumah tangga = 11,8 jam per hari.

Dalam melakukan usahanya, responden perlu bantuan tenaga orang lain untuk menunggu usahanya. Karena merupakan usaha rumah tangga, maka jumlah tenaga kerjanya juga sedikit. Komposisi jumlah tenaga kerja responden adalah sebagai berikut ;

- 88 % menggunakan tenaga kerja 1 - 4 orang
- 10 % menggunakan tenaga kerja 5 - 7 orang
- 2 % menggunakan tenaga kerja 8 - 10 orang

Tabel 22. Jumlah Tenaga Kerja Responden

Jumlah Tenaga Kerja (Orang)	Frekwensi	%	fixi
1 - 4	44	88	154
5 - 7	5	10	30
8 - 10	1	2	9
Jumlah	50	100	193

Sumber : Data Primer YANG diolah

Rata-rata jumlah tenaga kerja = 4 orang

5.3.3 Perkembangan Usaha dan Laba

Selama kurun waktu tertentu, tentunya usaha responden diharapkan akan dapat meningkat. Sebagai indikator perkembangan usaha tersebut adalah jenis (item) barang yang dijual, jumlah barang, luas tempat usaha. Dari pengumpulan data pada 50 reponden dihasilkan sebagai berikut :

- 56 % responden usahanya cukup berkembang
- 30 % responden usahanya tetap
- 12 % responden usahanya menurun
- 2 % responden usahanya maju pesat

Komposisi tersebut dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 23. Perkembangan Usaha Responden

Perkembangan Usaha	Frekwensi	%
Munurun	6	12
Tetap	15	30
Cukup Berkembang	28	56
Maju Pesat	1	2
Jumlah	50	100

Sumber : Data primer yang diolah

Untuk mengetahui keberhasilan usaha eceran rumah tangga tersebut juga dapat diketahui dari perkembangan laba yang dicapai oleh responden. Dari 50 responden menghasilkan data sebagai berikut :

- 58 % responden labanya cukup berkembang
- 30 % responden labanya tetap

- 10 % responden labanya menurun
- 2 % responden labanya maju pesat.

Tabel 24. Perkembangan Laba

Perkembangan	Frekwensi	%
Munurun	5	10
Tetap	15	30
Cukup Berkembang	29	58
Maju Pesat	1	2
	50	100

Sumber : Data primer yang diolah

5.4 Permasalahan dalam Pengelolaan

Dalam melakukan pengelolaan, responden menjumpai beberapa masalah yang berkaitan dengan usaha. Ada 5 kategori permasalahan yaitu : permodalan, pemasaran, ketenagakerjaan dan lokasi usaha. Permodalan menyangkut pemisahan antara harta pribadi (keluarga) dengan usahanya. Biasanya dalam usaha kecil terdapat keterbatasan dalam jumlah permodalan.

Tabel 25. Masalah Pengelolaan Responden

Permasalahan	Frekwensi	%
Permodalan	16	32
Pemasaran	18	36
Ketenagakerjaan	5	10
Lokasi Usaha	11	22
Jumlah	50	100

Sumber : Data Primer yang Diolah

Dari 4 jenis permasalahan yang disodorkan kepada responden, yaitu permodalan, pemasaran, ketenagakerjaan dan lokasi usaha, yaitu sebagai berikut :

- Pemasaran sebanyak 18 responden atau 36 %
- Permodalan sebanyak 16 responden atau 32 %
- Lokasi usaha sebanyak 11 responden atau 22 %
- Ketenagakerjaan sebanyak 5 responden atau 10 %

Dengan demikian bidang pemasaran menjadi kendala terbesar yang dirasakan oleh responden.

5.4.1 Pengetahuan Pengelolaan

Cara responden belajar tentang manajemen mayoritas berasal dari belajar sendiri, yaitu sebesar 40%, dan sisanya 10% tidak pernah belajar manajemen sama sekali. Untuk lebih jelasnya disajikan pada tabel 26 di bawah ini.

Tabel 26. Cara Responden Belajar Manajemen

Keteranganan	Frekwensi	%
Tidak pernah sama sekali	10	20
Belajar sendiri	40	80
Pernah Ikut Kursus	0	0
Pendidikan formal	0	0
	50	100

Sumber: Data Primer yang diolah

5.5 Hasil Analisis

5.5.1 Uji Ketidaktergantungan (*test of independency*)

Uji kai kuadrat dapat dikembangkan untuk menguji apakah beberapa ukuran nominal, berhubungan satu sama lain atau tidak. Analisis uji kai kuadrat dalam bentuk ini sering juga disebut analisis tabel kontigensi.

Untuk menggunakan kai kuadrat sebagai alat uji, data harus dikelompokkan ke dalam kategori dua arah, selanjutnya disusun tabel silang (*cross table*). Nilai yang diharapkan (*expected value*) dari frekuensi dihitung dengan menggunakan tabel kontigensi itu sendiri. Di bawah ini disajikan tabel hasil uji kai kuadrat dari dua variabel dengan menggunakan bantuan program komputer *microstat*.

Tabel 27. Hasil Kai Kuadrat antara dua variabel

Variabel 1	Variabel 2	Kai _h	Kai _t	Kesimpulan	D.F
Motivasi Usaha	Penggunaan laba	8,259	16,92	Terima Ho	9
Penggunaan laba	Perkembangan modal kerja	13,854	12,59	Tolak Ho	6
Sumber utama modal kerja	Perkembangan usaha	4,561	9,49	Terima Ho	4

Sumber: Data primer yang diolah dengan *microstat*.

Tabel di atas menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan saling ketergantungan antara variabel motivasi para responden membuka usaha dengan variabel penggunaan laba oleh para responden ($\alpha = 5\%$).

Sedangkan analisis kai kuadrat menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara variabel penggunaan laba dengan perkembangan modal kerja ($\alpha = 5\%$).

Variabel sumber utama modal kerja tidak terdapat hubungan saling ketergantungan dengan perkembangan usaha ($\alpha = 5\%$).

5.5.2 Analisis Regresi Linier Sederhana

Dalam analisis regresi linier ini hendak mengetahui kontribusi variabel besarnya modal kerja untuk berusaha terhadap laba usaha yang diperoleh. Selain itu juga untuk menguji besarnya kontribusi laba usaha terhadap pendapatan total rumah tangga responden.

Hasil dari perhitungan analisis regresi liniernya yang dihitung dengan bantuan program komputer *microstat* adalah

sebagai berikut:

- a. Kontribusi modal kerja terhadap besarnya laba usaha yang diperoleh.

Yang dimaksud dengan modal kerja adalah modal yang digunakan untuk membelanjai seluruh keperluan pengadaan barang dagangan. Besarnya modal kerja ini akan menentukan besar kecilnya suatu usaha. Semakin besar modal kerja yang digunakan untuk usaha diharapkan akan memberikan keuntungan yang semakin besar pula. Hasil perhitungan menunjukkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 70213,220 + 0,155X$$

$$\text{Standard Error Estimate} = 70350,073$$

$$T \text{ hitung } (T_h) = 1,321 \quad d.f = 48$$

$$T \text{ tabel } (T_t) = 1,296 \quad \alpha = 10\% \text{ uji satu arah}$$

dimana, Y = Laba usaha

X = besarnya modal kerja

Dari keterangan di atas menunjukkan bahwa dengan $\alpha = 10\%$ maka besarnya kontribusi modal kerja terhadap kenaikan laba usaha adalah sebesar 0,155 atau sekitar 16%. Hal ini nampaknya wajar, karena dalam usaha perdagangan eceran yang pada umumnya merupakan penyedia barang-barang kebutuhan sehari-hari (*convenience*), maka margin keuntungan yang diperoleh per unit barang dagangan tidak begitu banyak. Namun dari margin laba yang relatif kecil ini biasanya tingkat pembeliannya sangat tinggi, karena

merupakan barang yang selalu dibutuhkan. Dari margin laba yang relatif kecil ini biasanya tingkat perputaran modalnya justru sangat tinggi.

b. Kontribusi perolehan laba usaha terhadap pendapatan total rumah tangga

Dalam usaha kecil dalam rumah tangga yang sering terjadi adalah tidak ada pemisahan manajemen khususnya keuangan usaha itu sendiri dengan keuangan rumah tangga pengusaha. Hal ini terjadi karena berbagai faktor, sehingga tidak mustahil para pengusaha eceran ini merasa kesulitan dalam menghitung perolehan laba pada setiap periodenya.

Lepas dari untuk apa pemerolehan laba tersebut digunakan penelitian ini mencoba memperoleh gambaran berapa besar kontribusi perolehan laba usaha terhadap besarnya pendapatan rumah tangga. Hasil perhitungan menunjukka persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 143062,829 + 1,249X$$

$$\text{Standard Error Estimate} = 144981,747$$

$$T \text{ hitung } (Th) = 4,276 \quad d.f = 48$$

$$T \text{ tabel } (Tt) = 1,296 \quad \alpha = 10\% \text{ uji satu arah}$$

dimana, Y = Laba usaha

X = besarnya modal kerja

Data di atas menunjukkan bahwa besarnya laba usaha mempunyai kontribusi terhadap kenaikan pendapatan total

rumah tangga. Setiap kenaikan satu rupiah laba usaha akan menyebabkan kenaikan pendapatan total rumah tangga sebesar 1,249 rupiah. Atau dengan kata lain kontribusi laba usaha terhadap kenaikan pendapatan total rumah tangga adalah sebesar 125 %.

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Dari pembahasan bab-bab terdahulu, maka laporan hasil penelitian ini sampai pada kesimpulan sebagai berikut:

1. Kondisi umum responden

Pendidikan responden akan berpengaruh terhadap tingkat pendapatan, tipe pengambilan rumah dan alasan berusaha eceran, yang menarik di sini adalah bahwa mayoritas responden berpendidikan SLTA, yaitu 58%. Sedangkan yang berpendidikan SLTP, yaitu 32 %. Responden yang berpendidikan Sekolah Dasar 8%. Frekwensi terendah adalah porsi pernah kuliah (tidak tamat), yaitu hanya 2%.

Jumlah anggota keluarga akan mempengaruhi pada tipe pengambilan rumah dan alasan melakukan usaha eceran rumah tangga. Dengan adanya jumlah anggota keluarga yang cukup memudahkan pembagian kerja.

Jumlah anggota keluarga responden mayoritas (46%) adalah 5 sampai dengan 6 jiwa.

Berdasarkan kondisi strategis lokasi rumah responden untuk usaha eceran adalah sangat besar yaitu sebesar 88 %. Jadi, kemungkinan besar minat untuk berusaha banyak didukung oleh keadaan lokasi.

2. Kondisi Usaha Responden

Dalam lingkungan pemukiman, biasanya luas tanah dipengaruhi oleh tipe rumah. Hanya untuk tempat tertentu, mempunyai ukuran luas tanah yang berbeda, yaitu jika mendapat kapling/ lokasi di pojok (hook). Untuk tipe 45 mempunyai luas standard : 120 m², tipe 33 seluas = 84 m² & 96 m² (jalan raya), tipe 21 = 65 m² (untuk Puri Asri Perdana) , 84 m² (untuk Perumnas Banyumanik). Khusus untuk tipe 36 mempunyai luas tanah yang berbeda-beda. Jika tipe 36 yang dibangun tahun 1981, seluas 150 m² - 250 m², untuk pembangunan tahun 1990, luas tanahnya adalah 90 m². Dengan melihat luas tanah, akan terlihat tipe rumah mayoritas (92%) dari 50 responden mempunyai luas tanah antara 60 sampai dengan 120 m².

Pemukiman Banyumanik pertama kali diresmikan dan dihuni pada tahun 1979. Bagi penghuni awal terutama untuk daerah Tengah dan Barat sudah mendiami hampir 20 tahun (16 - 17 tahun) pusat dari 50 responden didapatkan hasil sebagai berikut :

- 60 % sudah mendiami selama 10 - 15 tahun
- 26 % sudah mendiami selama 15 - 20 tahun
- 8 % sudah mendiami s.d. 5 tahun
- 6 % sudah mendiami selama 5 - 10 tahun

Peneliti mengkategorikan motivasi usaha responden menjadi 4 yaitu, untuk menambah penghasilan, sekedar sambilan, memanfaatkan lokasi strategis dan lain-lain. Dari 50 responden didapatkan hasil sebagai berikut :

- 56 % mempunyai alasan untuk sekedar sambilan
- 38 % mempunyai alasan untuk menambah penghasilan
- 4 % mempunyai alasan lain-lain
- 4 % mempunyai alasan memanfaatkan lokasi strategis

Lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 13 berikut ini.

Modal Usaha akan mempengaruhi besar kecilnya usaha. Semakin besar usahanya, maka akan semakin besar modal yang dibutuhkan. Ada hubungan yang saling mempengaruhi antara besarnya modal dengan kapasitas usaha. Modal responden sampai maksimal Rp 500.000,-. Untuk lebih jelasnya dapat diuraikan sebagai berikut,

- 76 % mempunyai modal usaha sampai dengan Rp 100.000,-
- 14 % mempunyai modal usaha Rp 100.000,- - Rp 200.000,-
- 4 % mempunyai modal usaha Rp 200.000,- - Rp 300.000,-
- 4 % mempunyai modal usaha Rp 300.000,- - Rp 400.000,-
- 2 % mempunyai modal usaha Rp 400.000,- - Rp 500.000,-

Rata-rata modal usaha responden adalah Rp 92.000,-

Dalam memenuhi kebutuhan untuk usahanya, maka diperlukan sumber modal usaha. Sumber modal usaha tersebut akan mempunyai konsekwensi yang berbeda, jika usaha tersebut gagal. Untuk itu peneliti mengkategorikan sumber utama modal kerja, yaitu tabungan, warisan dan penjualan kekayaan lain. Dari pengumpulan data didapatkan hasil sebagai berikut :

- 84 % berasal dari tabungan
- 6 % berasal dari warisan
- 6 % berasal dari penjualan kekayaan

- 56 % mempunyai alasan untuk sekedar sambilan
- 38 % mempunyai alasan untuk menambah penghasilan
- 4 % mempunyai alasan lain-lain
- 4 % mempunyai alasan memanfaatkan lokasi strategis

Lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 13 berikut ini.

Modal Usaha akan mempengaruhi besar kecilnya usaha. Semakin besar usahanya, maka akan semakin besar modal yang dibutuhkan. Ada hubungan yang saling mempengaruhi antara besarnya modal dengan kapasitas usaha. Modal responden sampai maksimal Rp 500.000,-. Untuk lebih jelasnya dapat diuraikan sebagai berikut,

- 76 % mempunyai modal usaha sampai dengan Rp 100.000,-
- 14 % mempunyai modal usaha Rp 100.000,- - Rp 200.000,-
- 4 % mempunyai modal usaha Rp 200.000,- - Rp 300.000,-
- 4 % mempunyai modal usaha Rp 300.000,- - Rp 400.000,-
- 2 % mempunyai modal usaha Rp 400.000,- - Rp 500.000,-

Rata-rata modal usaha responden adalah Rp 92.000,-

Dalam memenuhi kebutuhan untuk usahanya, maka diperlukan sumber modal usaha. Sumber modal usaha tersebut akan mempunyai konsekwensi yang berbeda, jika usaha tersebut gagal. Untuk itu peneliti mengkategorikan sumber utama modal kerja, yaitu tabungan, warisan dan penjualan kekayaan lain. Dari pengumpulan data didapatkan hasil sebagai berikut :

- 84 % berasal dari tabungan
- 6 % berasal dari warisan
- 6 % berasal dari penjualan kekayaan

- 4 % berasal dari lain-lain.

Yang perlu digaris-bawahi bahawa tidak ada yang bersumber dari pinjaman. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

3. Laba Usaha dan Penggunaannya

Sebagai akibat seseorang melakukan usahanya, maka adalah wajar jika mendapatkan keuntungan. Untuk usaha kecil antara keuntungan dan gaji (pengelola) tidak dapat dipisahkan.

Dari pengumpulan data, laba responden berkisar antara Rp 60.000,- - Rp 400.000,-. Untuk lebih jelasnya tentang komposisi laba usaha tersebut adalah sebagai berikut, 70 % menghasilkan laba per bulan sampai dengan Rp 100.000,-; 18% menghasilkan laba per bulan Rp 100.000,sampai dengan Rp.200.000 ; 8 % menghasilkan laba per bulan Rp 200.000,- sampai dengan Rp 300.000 dan 4 % menghasilkan laba per bulan Rp 300.000,- sampai dengan Rp 400.000,-.

Selama kurun waktu tertentu, tentunya usaha responden diharapkan akan dapat meningkat. Sebagai indikator perkembangan usaha tersebut adalah jenis (item) barang yang dijual, jumlah barang, luas tempat usaha. Dari pengumpulan data pada 50 reponden dihasilkan sebagai berikut :

- 56 % responden usahanya cukup berkembang
- 30 % responden usahanya tetap
- 12 % responden usahanya menurun

- 2 % responden usahanya maju pesat

4. Hasil Analisis Kai Kuadrat

Hasil analisis dengan alat statistik chi kuadrat menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan saling ketergantungan antara variabel motivasi para responden membuka usaha dengan variabel penggunaan laba oleh para responden ($\alpha = 5\%$).

Sedangkan analisis kai kuadrat menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara variabel penggunaan laba dengan perkembangan modal kerja ($\alpha = 5\%$).

Variabel sumber utama modal kerja tidak terdapat hubungan saling ketergantungan dengan perkembangan usaha ($\alpha = 5\%$).

Analisis Regresi Linier Sederhana

5. Hasil Analisis Regresi Linier

Kontribusi modal kerja terhadap besarnya laba usaha yang diperoleh menunjukkan bahwa dengan $\alpha = 10\%$ besarnya kontribusi modal kerja terhadap kenaikan laba usaha adalah sebesar 0,155 atau sekitar 16%. Hal ini nampaknya wajar, karena dalam usaha perdagangan eceran yang pada umumnya merupakan penyedia barang-barang kebutuhan sehari-hari (*convenience*), maka margin keuntungan yang diperoleh per unit barang dagangan tidak begitu banyak. Namun dari margin laba yang relatif kecil ini biasanya tingkat pembeliannya sangat tinggi, karena merupakan barang yang selalu dibutuhkan. Dari margin laba yang relatif kecil ini

biasanya tingkat perputaran modalnya justru sangat tinggi. Kontribusi perolehan laba usaha terhadap pendapatan total rumah tangga menunjukkan bahwa besarnya laba usaha mempunyai kontribusi terhadap kenaikan pendapatan total rumah tangga. Setiap kenaikan satu rupiah laba usaha akan menyebabkan kenaikan pendapatan total rumah tangga sebesar 1,249 rupiah. Atau dengan kata lain kontribusi laba usaha terhadap kenaikan pendapatan total rumah tangga adalah sebesar 125 %.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Perlunya pemberian bantuan penyuluhan kepada responden (usaha eceran) agar dapat meningkatkan partisipasinya sebagai pelaku ekonomi.
2. Untuk meningkatkan margin keuntungan, maka responden dalam memenuhi stock barang, dapat memotong mata rantai saluran distribusi dengan mengambil barang pada canvasser.
3. Responden diharapkan dapat belajar dari supermarket terdekat dalam menata barang, sehingga akan lebih menarik konsumen.
4. Dengan keterbatasan modal responden, maka diperlukan bantuan modal baik dari institusi masyarakat seperti paguyuban bulanan maupun institusi pemerintah (lembaga perkreditan).

DAFTAR PUSTAKA

- Anto Dajan, Pengantar Metode Statistik jilid II. LP3ES, Jakarta, 1980
- Bambang Riyanto, Dasar-dasar Pembelian Perusahan. BPFE UGM, 1983
- Bellenger & Goldstucker, Retailing Basics. Irwin Allen, Illinois, 1983
- Basu Swasta, Manajemen Pemasaran Modern. Liberty, Yogyakarta, 1986
- Demodar Gujarati, Ekonometrika Dasar. Penerbit Erlangga, Jakarta, 1983
- Departemen Perdagangan, Pedoman Pelaksanaan Kemitraan Usaha di Bidang Perdagangan. Ditjen Perdagangan Dalam Negeri, Jakarta, 1984
- M. Manulang, Pengantar Ekonomi Perusahaan. Liberty, Yogyakarta, 1991.

PERSONALIA PENELITIAN

1. Ketua Peneliti

- a. Nama Lengkap dan gelar : Yuli Sudarso, SE
- b. Golongan, Pangkat, NIP : IIIa, Penata Muda, 131 885 290
- c. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli Madia
- d. Jabatan Struktural : -
- e. Fakultas/Prog. Studi : Politeknik/ Administrasi Niaga
- f. Perguruan Tinggi : Universitas Diponegoro
- g. Bidang Keahlian : Ekonomi
- h. Waktu untuk penelitian : 20 jam per minggu

2. Anggota Peneliti

- a. Nama Lengkap dan gelar : Rif'ah Dwi Astuti, SE
- b. Golongan, Pangkat, NIP : IIIa, Penata Muda, 131 885 272
- c. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli Madia
- d. Jabatan Struktural : -
- e. Fakultas/Prog. Studi : Politeknik/ Administrasi Niaga
- f. Perguruan Tinggi : Universitas Diponegoro
- g. Bidang Keahlian : Ekonomi
- h. Waktu untuk penelitian : 20 jam per minggu

3. Anggota Peneliti

- a. Nama Lengkap dan gelar : VS. Tri Pantjananta, SE
- b. Golongan, Pangkat, NIP : IIIa, Penata Muda, 131 861 220
- c. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli Madia
- d. Jabatan Struktural : -
- e. Fakultas/Prog. Studi : Politeknik/ Administrasi Niaga

- f. Perguruan Tinggi : Universitas Diponegoro
- g. Bidang Keahlian : Ekonomi
- h. Waktu untuk penelitian : 20 jam per minggu

4. Anggota Peneliti

- a. Nama Lengkap dan gelar : Nur Rini, Dra
- b. Golongan, Pangkat, NIP : IIIa, Penata Muda, 131 508 585
- c. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli Madia
- d. Jabatan Struktural : -
- e. Fakultas/Prog. Studi : Politeknik/ Administrasi Niaga
- f. Perguruan Tinggi : Universitas Diponegoro
- g. Bidang Keahlian : Bahasa Inggris
- h. Waktu untuk penelitian : 20 jam per minggu

5. Anggota Peneliti

- a. Nama Lengkap dan gelar : Muh. Nahar, Drs
- b. Golongan, Pangkat, NIP : IIIa, Penata Muda, 131 885 287
- c. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli Madia
- d. Jabatan Struktural : -
- e. Fakultas/Prog. Studi : Politeknik/ Administrasi Niaga
- f. Perguruan Tinggi : Universitas Diponegoro
- g. Bidang Keahlian : Bahasa Inggris
- h. Waktu untuk penelitian : 20 jam per minggu

DAFTAR PERTANYAAN

SURVAY

PERANAN USAHA ECERAN RUMAH TANGGA TERHADAP
PENDAPATAN RUMAH TANGGA KAWASAN PEMUKIMAN
DI KECAMATAN BANYUMANIK KODIA SEMARANG

KETERANGAN PENCACAH

- | | |
|-------------------------|---|
| 1. No. Kuesioner | : |
| 2. Nama Pencacah | : |
| 3. Tgl./Bulan Kunjungan | : |
| 4. Paraf Supervisor | : |

POLITEKNIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
1994

DEPARTEMEN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
POLITEKNIK UNIVERSITAS DIPONEGORO
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA

PEMERINTAH PROPINSI DAERAH TINGKAT I JAWA TENGAH
DIREKTORAT SOSIAL POLITIK
Jl. MENTERTI SUPRENO No. 2 SEMARANG TELPON: 414205
=====

Semarang, 26 Okt 1994

Nomor : 070/ 884/ / X /1994.
Sifat :
Lampiran :
Perihal : Ijin Penelitian.

KEPADA YTH :
KETUA BAPPEDA PROPINSI
DAERAH TINGKAT I JAWA
TENGAH
Jl. PEMUDA No. 132
DI
S E M A R A N G .

Membaca surat Femb. Dir Politeknik UINIP Semarang No. 2915/H/
P.UD/X/94 tgl 24 Okt 1994 tentang maksud Dir. SRI HIDAH NIKEN
SARI, SE dengan 4 anggota akan mengadakan penelitian berjudul :
PENGARUH KEBERADAAN KOTA SATELIT LURI ANJASIRO SEMARANG TERHA
DAP Peningkatan Pendidikan Masyarakat Sekitar, untuk pengemba-
ngan ilmu.

Lokasi : Kodia Semarang
W a k t u : 26 Okt - 25 Jan 1995
Pen. Jawab : IR. MUCRONO HARTONO

Dengan ini kami menyatakan tidak keberatan untuk di-
berikan ijin Research/Survey/penelitian kepada pihak yang -
berkepentingan dengan syarat mematuhi semua peraturan dan -
perundangan yang berlaku.

Setelah yang bersangkutan menyelesaikan Thesis/Skrip
si/Karya Tulis/Laporan Penelitiannya dalam batas waktu se -
lambat-lambatnya 1 (satu) bulan, segera menyerahkan Hasil-
nya kepada DIREKTORAT SOSIAL POLITIK PEMERINTAH PROPINSI DA
ERAH TINGKAT I JAWA TENGAH dan BAPPEDA PROPINSI DAERAH TING
KAT I JAWA TENGAH.

Dalam pelaksanaan tersebut diwajibkan ikut membantu
keamanan dan ketertiban umum masyarakat serta mentaati tata
tertib serta ketentuan-ketentuan kehidupan yang berlaku di
daerah setempat.

KEPALA DIREKTORAT SOSIAL POLITIK
PROPINSI DAERAH TINGKAT I



100-1-1000 M2
B2

☐ ☐ ☒ ☒ M2
☐ ☐ ☐ ☐ B3

☐ M2
☐ B4

1. Sangat baik 3. Sedang
2. Baik 4. Jelek

100-443881-100 B5

1. Marmer
2. Keramik
3. Teraso
4. Ubin/tegel
5. Plester/PC/Semen
6. Lainnya, sebutkan

[] B6

1. Milik sendiri
2. Sewa
3. Bebas sewa
4. Lainnya, sebutkan

[REDACTED] B7

Tahun
88

1. Sepi pembeli
2. Biasa
3. Cukup ramai
4. Sangat ramai

B9

Tahun
C)

1. Menambah penghasilan RT'
2. Sekedar mencari kesibukan/sambilan
3. Tempatnya strategis untuk membuka usaha
4. Lainnya, sebutkan

C2

3. Berapa kali dalam seminggu Bapak/Ibu belanja pengadaan barang dagangan (Kulaan)

kali
C3

4. Berapa modal kerja yang digunakan untuk setiap kali belanja barang dagangan tersebut Rp.

C4

5. Dimana Bapak ibu biasa berbelanja barang dagangan (kulaan):
Jawab 1. Ya 2. Tidak

a. Dikirim langsung oleh suplayer

C5a

b. Di Grosir daerah pasar Johar

C5b

c. Di Toko Gudang Rabat Alfa

C5c

d. Lainnya sebutkan C5d

6. Berapa rata-rata laba usaha dari usaha toko eceran pada setiap bulannya

Rp. A6

7. Untuk apa pemerolehan laba usaha tersebut :

1. Seluruhnya untuk mengembangkan usaha
2. Sebagian besar untuk pengembangan usaha
3. Sebagian kecil untuk pengembangan usaha
4. Seluruhnya untuk menambah pendapatan RT

C7

8. Dari mana sumber utama pemerolehan modal kerja:

1. Tabungan
2. Warisan/pesangon
3. Hasil penjualan kekayaan lain yang dimiliki
4. Pinjam Bank
5. Lainnya, sebutkan

C8

9. Menurut Bapak/Ibu apakah usaha yang dikelola mengalami perkembangan, bila dilihat dari jumlah modal kerjanya:

1. Menurun
2. tetap
3. Cukup berkembang
4. Maju pesat

C9

10. Menurut Bapak/Ibu apakah usaha yang dikelola mengalami perkembangan, bila dilihat dari jumlah laba yang diperoleh

1. Menurun
2. tetap
3. Cukup berkembang
4. Maju pesat

C10

11. Lamanya jam kerja/usaha setiap hari :

jam
C11

12. Berapa jumlah tenaga yang digunakan untuk usaha yang Bapak/Ibu lakukan:

orang
C12