

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Uji Validitas

Correlations														
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	TOTAL1
P1	Pearson Correlation	1	.999**	.998**	.997**	1.000**	.999**	.999**	.999**	.999**	.999**	.999**	.997**	.332*
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.019
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	50
P2	Pearson Correlation	.999**	1	.997**	.997**	.999**	.998**	.999**	.999**	.999**	.999**	.998**	.997**	.470**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	50
P3	Pearson Correlation	.998**	.997**	1	.996**	.998**	.997**	.997**	.998**	.998**	.998**	.997**	.995**	.288*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.042
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	50
P4	Pearson Correlation	.997**	.997**	.996**	1	.997**	.997**	.997**	.997**	.997**	.997**	.996**	.995**	.443*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	50
P5	Pearson Correlation	1.000**	.999**	.998**	.997**	1	.999**	.999**	.999**	1.000**	1.000**	.999**	.997**	.50
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	50
P6	Pearson Correlation	.999**	.998**	.998**	.997**	.999**	1	.998**	.998**	.998**	.998**	.998**	.997**	.231
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.107
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	50
P7	Pearson Correlation	.999**	.999**	.997**	.997**	.999**	.998**	1	.999**	.999**	.999**	.998**	.997**	.018
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.902
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	50
P8	Pearson Correlation	.999**	.999**	.998**	.997**	.999**	.998**	.999**	1	.999**	.999**	.999**	.997**	.369**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.008
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	50
P9	Pearson Correlation	.999**	.999**	.998**	.997**	1.000**	.999**	.999**	.999**	1	.999**	.998**	.997**	.276
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.052
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	50
P10	Pearson Correlation	.999**	.999**	.998**	.997**	1.000**	.999**	.999**	.999**	.999**	1	.999**	.997**	.298**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.035
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	50
P11	Pearson Correlation	.999**	.998**	.997**	.996**	.999**	.998**	.998**	.999**	.998**	.998**	1	.996**	.388**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.005
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	50
P12	Pearson Correlation	.997**	.997**	.995**	.995**	.997**	.997**	.997**	.997**	.997**	.997**	.997**	1	.447**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.001
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	50
TOTAL1	Pearson Correlation	.332*	.470**	.288*	.443*	.332*	.231	.018	.369**	.276	.298**	.388**	.447**	1
	Sig. (2-tailed)	.019	.001	.042	.001	.019	.107	.902	.008	.052	.035	.005	.001	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 * Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).
 † Cannot be computed because at least one of the variables is constant.

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan program komputer SPSS 11.0 untuk uji validitas data, diketahui bahwa tingkat signifikansi (nilai α yang sebenarnya) pada hubungan korelasi antar variabel adalah kurang dari 5% maka data tersebut adalah signifikan atau dinyatakan valid untuk digunakan dalam penelitian.

4.3. Profil Responden

1. Asal Pedagang

Berdasarkan tempat asal atau domisili sebagian besar responden berasal dari Kabupaten Kuningan yaitu berjumlah 35 responden (70%), sedangkan sisanya 13 responden (26%) berasal dari Yogyakarta, dan 2 responden (4%) bukan berasal dari Kuningan maupun Yogyakarta (Lihat table 2). Dari penelusuran lebih lanjut ternyata para pedagang warung burjo yang berasal dari Kabupaten Kuningan berdomisili di Kecamatan Ciawi dan Sendang Agung. Dengan demikian mereka berasal dari desa yang berdekatan.

Table 2
Asal Pedagang Warung Burjo

No	Asal Pedagang	Jumlah	Prosentase
1	Yogyakarta	13	(26%)
2	Kuningan	35	(70%)
3	Bukan Keduanya	2	(4%)
Jumlah		50	100%

Sumber : Data diolah

2. Usia Pedagang

Penelitian mengenai strategi *survival* usaha mikro-kecil (studi empiris pedagang warung burjo di Kabupaten Sleman, Yogyakarta) menggunakan 50 responden sebagai sampel. Sebagian besar pedagang berusia produktif. Hal tersebut ditunjukkan bahwa 40 responden (80%) yaitu berusia antara 25 tahun sampai 35 tahun, sedangkan sisanya sebanyak 3 responden (6%) berusia kurang dari 25 tahun, dan 7 responden (14%) berusia diatas 35 tahun.

Table 3
Usia Responden

Asal	25 th >		25 th – 35 th		35 th <		Total	
	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%
Jogja	1	2%	8	16%	4	8%	13	26%
Kuningan	1	2%	31	62%	3	6%	35	70%
Bukan Keduanya	1	2%	1	2%	-	-	2	4%
Jumlah	3	6%	40	80%	7	14%	50	100%

Sumber : Data diolah

3. Pendidikan Responden

Dari sisi pendidikan, sebanyak 10 responden (20%) berpendidikan tidak sampai SMP, 36 responden (72%) berpendidikan SMP sampai SMU, dan 4 responden (8%) berpendidikan diatas SMU. Melihat kondisi tingkat pendidikan responden maka hasil survei ini sejalan dengan beberapa hasil survei lain yang menyatakan tingkat pendidikan pedagang sektor informal, termasuk pedagang warung burjo relatif rendah (Kurniawan, 2005).

Table 4 Pendidikan Terakhir Responden

Asal	SMP >		SMP – SMA		SMA <		Total	
	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%
Jogja	3	6%	8	16%	2	4%	13	26%
Kuningan	7	14%	28	56%	-	-	35	70%
Bukan Keduanya	-	-	-	-	2	4%	2	4%
Jumlah	10	20%	36	72%	4	8%	50	100%

Sumber : Data diolah

4. Status Pekerjaan Responden

Dari 50 pedagang warung burjo yang menjadi responden, 33 responden (66%) mengaku menjadi pedagang warung burjo adalah pekerjaan tetapnya dan tidak mempunyai pekerjaan lain. Dengan demikian bagi mereka menjadi pedagang

warung burjo menjadi pekerjaan pokoknya, sisanya 17 responden (34%) mengaku memiliki pekerjaan lain, seperti guru, wiraswasta maupun serabutan. Sebagian besar pedagang yang tidak memiliki pekerjaan lain berasal dari Kabupaten Kuningan yaitu sebesar 25 responden (50%). Demikian juga yang memiliki pekerjaan lain sebagian besar berasal dari Kuningan yaitu sebanyak 10 responden (20%), setelah ditelusuri secara mendalam ternyata mereka tergolong pedagang individu (mandiri). Menurut dugaan peneliti pedagang yang memiliki pekerjaan lain yang berasal dari Kuningan termasuk dalam kategori pedagang individu (mandiri) karena mereka telah memiliki banyak pengalaman mengenai usaha burjo dan dapat mengontrol dari tempat asalnya (Kuningan).

Table 5 Status Pekerjaan Responden

Asal	Pekerjaan Tetap		Pekerjaan Tambahan		Total	
	Jml	%	Jml	%	Jml	%
Jogja	8	16%	5	10%	13	26%
Kuningan	25	50%	10	20%	35	70%
Bukan Keduanya	-	-	2	4%	2	4%
Jumlah	33	66%	17	34%	50	100%

Sumber : Data diolah

4.4. Pengelolaan Usaha

1. Cara Pengelolaan Usaha

Dari 50 pedagang warung burjo yang menjadi responden ternyata 30 orang (60%) diantaranya mengelola unit usahanya bersama rekan kerjanya, sebanyak 10 responden (20%) mengelola sendiri atau mandiri dan 10 responden lagi (20%) mengelola bersama kelompoknya. Dari penelusuran lebih lanjut para pedagang warung burjo yang mengelola bersamaan dengan kelompoknya berasal dari

Yogyakarta dan mereka membentuk Jogja Group, mereka mempunyai 27 anggota. Sedangkan yang mengelola bersama rekannya sebagian besar berasal dari Kuningan yaitu sebanyak 25 responden (50%), dan yang terakhir adalah pedagang yang mengelola sendiri (mandiri). Pedagang mandiri memulai usahanya dengan modal sendiri dan mengelola usahanya dengan mempekerjakan karyawan untuk membantunya maupun sepenuhnya diserahkan kepada karyawan dan sesekali melakukan pengontrolan.

Table 6
Cara Pengelolaan Warung Burjo

Asal	Sendiri		Dengan Rekan		Kelompok		Total	
	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%
Jogja	-		3	6%	10	20%	13	26%
Kuningan	10	20%	25	50%	-		35	70%
Bukan Keduanya	-		2	4%	-		2	4%
Jumlah	10	20%	30	60%	10	20%	50	100%

Sumber : Data diolah

Berdasarkan penelusuran lebih lanjut, pedagang mandiri yang dalam pengelolaan usahanya sepenuhnya dipercayakan kepada karyawan, mereka telah berdagang selama lebih dari 10 tahun dan telah memahami seluk beluk usaha burjo. Para pekerja maupun rekan pedagang warung burjo pada umumnya berasal dari satu daerah dan masih memiliki ikatan saudara. Dari 50 pedagang yang menjadi responden, seluruh pedagang membuka usahanya setiap hari (tidak memiliki hari libur), kecuali Hari Raya. Berdasarkan wawancara dengan pedagang yang bersedia menjadi responden, idealnya satu warung burjo dijaga 2 sampai 3 orang karena pada umumnya kemampuan 1 orang dalam bekerja 10 jam sampai 12jam dalam satu hari.

2. Kategori Pedagang Warung Burjo

Dalam pengelolaan usaha warung burjo ini dapat dikategorikan menjadi 3 (tiga) kelompok pedagang. Kelompok yang pertama disebut pedagang individu/mandiri, semi mandiri, dan team/group. Kelompok pedagang “individu atau mandiri” adalah pedagang yang memiliki modal sendiri dan semua kebijakan dipegang oleh pedagang. Pedagang yang termasuk “semi mandiri” adalah pedagang yang memiliki usaha, modal, dan pengelolaan serta penentu kebijakan dilakukan bersama rekannya. Sedangkan kelompok pedagang yang terakhir adalah “team atau group” yaitu pedagang yang memiliki usaha dan modal baik sendiri maupun bersama rekan, yang tergabung dalam sebuah organisasi dan memiliki struktur yang jelas serta kebijakan yang diambil pada umumnya berdasarkan keputusan organisasi. Dari hasil survei yang termasuk kedalam pedagang “individu atau mandiri” sebanyak 10 responden (20%), sedangkan yang termasuk semi mandiri sebanyak 30 responden (60%), dan yang termasuk group sebanyak 10 responden (20%).

Table 7

Asal Pedagang Warung Burjo Berdasarkan Cara Mengelola Usahanya

Asal	Mandiri		Semi Mandiri		Group		Total	
	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%
Jogja	-	-	3	6%	10	20%	13	26%
Kuningan	10	20%	25	50%	-	-	35	70%
Bukan Keduanya	-	-	2	4%	-	-	2	4%
Jumlah	10	20%	30	60%	10	20%	50	100%

Sumber : Data diolah

Para pedagang yang berasal dari Kuningan pernah melakukan kerjasama dengan koperasi kampus Universitas Ahmad Dahlan, dalam hal ini koperasi UAD

bertindak sebagai supplier barang-barang yang dijual pedagang warung burjo, koperasi UAD menjembatani antara produsen makanan mie instant maupun minuman sachet dengan para pedagang warung burjo. Bagi anggota organisasi diberikan kesempatan untuk melakukan pinjaman modal. Untuk menjadi anggota para pedagang warung burjo harus membayar biaya pendaftaran sebesar 50.000 rupiah, mereka juga bisa meminta pinjaman untuk pengembangan usaha warung burjonya kepada koperasi UAD.

3. Lama Usaha Pedagang Warung Burjo

Sedangkan berdasarkan lamanya usaha sebanyak 4 responden (8%) mengaku belum sampai 5 tahun berdagang burjo di Yogyakarta, pedagang tersebut 1 (2%) berasal dari Jogja, 1 (2%) berasal dari Kuningan, dan 2 (4%) bukan berasal dari keduanya. 35 responden (70%) telah berdagang 5 tahun sampai 10 tahun, (27 pedagang (54%) berasal dari Kuningan dan 8 pedagang (16%) berasal dari Jogja). Sedangkan sisanya sebanyak 11 responden (22%) mengaku telah berdagang lebih dari 10 tahun (4 pedagang (8%) berasal dari Jogja dan 7 pedagang (14%) dari Kuningan). Dari data tersebut, menurut lamanya usaha pedagang dapat dikelompokkan menjadi pedagang baru (pedagang yang telah mengelola usahanya kurang dari 5 tahun), pedagang sedang (pedagang yang telah mengelola usahanya selama 5 tahun sampai 10 tahun), dan pedagang lama (pedagang yang telah mengelola usahanya lebih dari 10 tahun). Berdasarkan penelusuran lebih lanjut setelah krisis ekonomi melanda Indonesia jumlah pedagang warung burjo di Yogyakarta meningkat. Kondisi ini sejalan dengan hasil riset Kurniawan (2005)

dan Akatiga (1998) yang menemukan bahwa setelah krisis ekonomi jumlah pedagang di Yogyakarta yang termasuk usaha ekonomi-mikro (warung angkringan) mengalami peningkatan yang signifikan.

Table 8

Asal Pedagang Berdasarkan Kategori Lama Usahanya

Asal	Baru		Sedang		Lama		Total	
	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%
Jogja	1	2%	8	16%	4	8%	13	26%
Kuningan	1	2%	27	54%	7	14%	35	70%
Bukan Keduanya	2	4%					2	4%
Jumlah	4	8%	35	70%	11	22%	50	100%

Sumber : Data diolah

Pada umumnya para pedagang telah memiliki kemampuan *entrepreneurship*, kemampuan tersebut bisa optimal kalau pelaku usaha kecil memiliki kesadaran untuk berorganisasi, sehingga dapat menembus wilayah pemasaran yang lebih luas. Sebab, biasanya menembus pasar secara kolektif lebih mudah dibandingkan dengan pola *single fighter*. Tentang kesadaran pengusaha kecil untuk bergabung dalam jaringan pemasaran yang dibentuk melalui organisasi pada akhirnya memang berpeluang pada cara berbisnis mereka sendiri. Tetapi upaya-upaya memberikan penjelasan tentang keuntungan-keuntungan berorganisasi, dibandingkan dengan menembus pasar secara individual, barangkali bisa menjadi masukan berarti bagi kalangan pelaku usaha kecil.

4. Administrasi Pedagang Warung Burjo

Dalam mengelola usaha, sebagian besar responden yaitu sebanyak 43 responden (86%) mengaku tidak melakukan pencatatan administrasi usaha secara tertulis, 33 pedagang berasal dari Kuningan dan 8 pedagang dari Jogja, serta 2 pedagang bukan dari Keduanya). Dan sisanya sebanyak 7 responden (14%) melakukan pencatatan uang yang dikeluarkan untuk belanja dan yang diperoleh dalam satu hari (5 pedagang berasal dari Jogja dan 2 pedagang dari Kuningan).

Table 9

Asal Pedagang Berdasarkan Pencatatan Transaksi

Asal	Melakukan		Tidak melakukan		Total	
	Jml	%	Jml	%	Jml	%
Jogja	5	10%	8	16%	13	26%
Kuningan	2	4%	33	66%	35	70%
Bukan Keduanya	-		2	4%	2	4%
Jumlah	7	14%	43	86%	50	100%

Sumber : Data diolah

Berdasarkan hasil wawancara, pencatatan tertulis dilakukan sebagian besar pedagang hanya pada orang-orang yang hutang. Hasil riset ini memperkuat beberapa hasil riset sebelumnya yang menyatakan bahwa sektor informal dan usaha kecil-mikro tidak melaksanakan kegiatan administrasi secara formal atau tertulis. Alasan utama responden tidak melakukan administrasi secara tertulis karena responden beranggapan hal itu tidak perlu dan merepotkan, juga karena kedekatan para pedagang dengan pelanggannya sehingga para pedagang menaruh kepercayaan yang tinggi. Berdasarkan pengalaman dilapangan pedagang mengandalkan ingatan dalam menghitung perolehan transaksi dalam satu hari dan digunakan untuk membandingkan dengan hari-hari yang lalu.

5. Modal Pedagang Warung Burjo

Dari sisi permodalan, responden yang memulai dengan modalnya sendiri sebanyak 15 responden (30%), (mereka 9 pedagang dari Kuningan dan 6 pedagang dari Jogja) dan 35 responden (70%) mengaku modalnya berasal dari patungan bersama rekannya (7 pedagang berasal dari Jogja, 26 dari Kuningan, dan 2 pedagang bukan dari keduanya). Dari hasil riset ini memperkuat beberapa riset sebelumnya yang menyatakan bahwa modal bukan menjadi masalah pokok atau utama bagi sektor informal dan usaha kecil-mikro untuk memulai usahanya (Sri Susilo dan Sri Handoko, 2002; Sri Susilo et al, 2003). Berkaitan dengan bantuan modal usaha untuk pengembangan usaha, seluruh responden menyatakan belum pernah menerima baik dari pemerintah maupun pihak lain. Kondisi ini sejalan dengan hasil riset yang dilakukan Brata (2004). Bantuan pemerintah (Kelurahan dan Kecamatan) adalah dalam memberikan ijin lokasi untuk berjualan. Para pedagang warung burjo juga memberikan fasilitas untuk kenyamanan konsumen, fasilitas tersebut antara lain Koran, televisi, radio. Para pedagang pada umumnya memberikan fasilitas berupa koran, hal ini awalnya merupakan permintaan dari konsumen. Pemberian fasilitas koran juga terkait dengan tempat warung burjo yang cukup luas sehingga lebih nyaman untuk bersantai, berdasarkan wawancara konsumen sasaran pedagang warung burjo pada umumnya adalah mahasiswa. Dengan demikian secara tidak langsung para pedagang warung burjo telah mengenal strategi pemasaran, guna untuk meningkatkan omset penjualan. Pemilihan sasaran mahasiswa ini juga dapat dikategorikan kepada *Dynamic attribute segmentation*.

Table 10

Asal Pedagang Berdasarkan Modal Usaha

Asal	Sendiri		Bersama Rekan		Total	
	Jml	%	Jml	%	Jml	%
Jogja	6	12%	7	14%	13	26%
Kuningan	9	18%	26	52%	35	70%
Bukan Keduanya	-	-	2	4%	2	4%
Jumlah	15	30%	35	70%	50	100%

Sumber : Data diolah

4.5. Barang Dagangan

1. Jenis Barang Dagangan Warung Burjo

Jenis barang dagangan pedagang warung burjo sangat bervariasi. Untuk jenis makanan dapat dikelompokkan menjadi bubur, gorengan, mie instant, roti, kerupuk, bungkus plastik, rokok, dan nasi (Tabel 11). Sedangkan untuk jenis minumannya antara lain minuman panas, minuman dingin, minuman sachet, dan minuman soda (Table 12). Dari berbagai kelompok makanan pada table 10, setidaknya terdapat 30 item barang dagangan, makanan dan rokok. Pedagang warung burjo pada umumnya menyediakan 20 sampai 30 item barang dagangan. Para pedagang yang tergolong individu dan semi mandiri memiliki keragaman barang dagangan yang lebih sedikit bila dibandingkan dengan pedagang yang tergabung dalam organisasi, hal ini karena pedagang yang tergabung dalam organisasi memiliki supplier yang tetap, teratur serta lebih banyak. Sistem pembayaran pada supplier adalah menggunakan sistem konsinyasi, kecuali pedagang yang memproduksi sendiri. Dengan cara demikian pedagang warung burjo tidak menanggung kerugian jika makanan yang di supply tidak laku. Melihat dari kondisi diatas terasa berbeda antara pedagang yang termasuk dalam

kelompok organisasi dengan kelompok yang lainnya, pedagang yang tergabung dengan organisasi dalam pengelolaan usaha lebih teratur dan mudah melakukan pengendalian. Selain itu para pedagang yang tergabung dalam Jogja Group secara rutin setiap bulannya menggelar pertemuan guna membahas perkembangan usaha warung burjo.

Table 11

Jenis makanan warung burjo & Rokok

No	Kelompok Makanan	Item
1	Bubur	Bubur kacang hijau, kolak
2	Mie instant	Mie rebus dan goreng dengan ataupun tanpa telur
3	Nasi	Nasi telur, nasi ayam, nasi banding, nasi goreng, Soto
4	Gorengan	Tempe, bakwan, molen, sate
5	Roti	Pisang aroma, donat, roti bungkus, pizza
6	Kerupuk	Kerupuk terung, kerupuk krecek
7	Camilan	Kacang, irisan pisang, selondok, krecek
8	Rokok	Filter (SKM) dan Non Filter (SKT)

Sumber : Data diolah

Untuk barang dagangan minuman macamnya adalah minuman biasa atau umum (teh dan jeruk), minuman sachet (susu, kopi, jahe, buah, dan variasinya), minuman suplemen (adem sari, extrajoss, hemaviton, vegeta), dan minuman berkarbonasi (soda gembira, soda biasa, sprite, fanta) lihat table 12.

Table 12

Jenis Minuman Warung Burjo

No	Kelompok Minuman	Item
1	Umum atau Biasa	Teh, jeruk,
2	Sachet	Susu, kopi, jahe, rasa buah
3	Suplemen	Adem sari, extrajoss, hemaviton, vegeta
4	Karbonasi	Soda gembira, soda biasa, sprite, fanta

Sumber : Hasil survei (diolah)

Bahan baku untuk membuat minuman (gula, teh, jeruk, kopi, jahe, dan sebagainya) sebagian besar barang-barang dagangan yang dijual membeli sendiri, kecuali beberapa item seperti sebagian gorengan, kerupuk, roti dan camilan bungkus. Para pedagang warung burjo juga menjual makanan yang ada nasinya seperti nasi telur, nasi goreng, dan variasinya, serta ada yang menambahkan sayur. Jika dicermati lebih jauh para pedagang warung burjo telah melakukan diversifikasi produk dan meningkatkan pelayanan kepada pembeli. Alasan pedagang menyediakan makanan beraneka nasi bermula dari permintaan pelanggannya. Sejalan dengan waktu ternyata permintaan produk tersebut ikut meningkat.

2. Harga Barang Dagangan

Harga-harga barang yang dijual di warung burjo relative lebih mahal dari tempat-tempat lain yang menjual barang yang sama, misalnya harga minuman sachet mocachino seharga 1.700,00 bila dibandingkan dengan toko-toko ritel misalnya Citrouli yang memasang harga 900,00. Mahalnya harga di warung burjo karena mereka memiliki lokasi yang dekat dengan konsumen dan dapat langsung dikonsumsi ditempat serta jam buka selama satu hari penuh. Seperti yang dikatakan Michael porter, *keputusan untuk melakukan pemotongan harga adalah tidak bijaksana jika harga produk pesaing anda dapat bergerak serendah produk anda*. Kalau produk inferior harganya direduksi, kesan inferioritas itu akan menjadi semakin tampak. Tetapi kalau harganya dinaikkan akan mencerminkan citra produk yang lebih baik.

Semua pedagang warung burjo yang menjadi responden mengaku membuka warungnya selama 24 jam sehari, kecuali untuk bulan ramadhan mereka membuka mulai siang hari. Warung burjo oleh konsumen atau masyarakat digunakan sebagai salah satu tempat untuk mengobrol atau berdiskusi. Topik obrolan mulai dari kampus, olahraga, politik, sampai isu-isu yang sedang banyak dibicarakan orang. Salah satu daya tarik orang datang ke warung burjo adalah untuk berdiskusi masalah sosial yang sedang berkembang dimasyarakat.

3. Margin Keuntungan

Margin keuntungan barang dagangan sangat bervariasi. Untuk barang dagangan jenis makanan sebanyak 40 responden (80%) mengaku mengambil keuntungan 50% sampai 100%, sedangkan sisanya 10 responden mengaku mengambil keuntungan diatas 100%. Sedangkan untuk laba minuman sebanyak 30 responden (60%) mengaku mengambil keuntungan 50% sampai 100%, dan 20 responden (40%) mengaku mengambil keuntungan diatas 100%. Untuk barang dagangan yang diproduksi sendiri margin keuntungan lebih besar bila dibandingkan barang dagangan titipan (disuplai), namun resiko barang yang tidak laku juga ditanggung sendiri.

Table 13
Margin Keuntungan

Prosentase Keuntungan	Makanan		Minuman	
	Jml	%	Jml	%
50% sampai 100%	40	80%	30	60%
Diatas 100%	10	20%	20	40%
Jumlah	50	100%	50	100%

Sumber : Data diolah

4. Pendapatan Pedagang

Pendapatan kotor setiap hari juga bervariasi, dari hasil survei tidak terdapat responden (0%) mengaku pendapatan kotornya kurang dari 100.000,00 dan 8 responden (16%) mengaku pendapatan kotor antara 100.000 sampai 200.000 serta 42 responden (84%) mengaku pendapatan kotor rata-rata per harinya diatas 200.000,00 sedangkan untuk pendapatan bersihnya sebanyak 4 responden (8%) mengaku pendapatan perharinya kurang dari 100.000,00 dan 14 responden (28%) mengaku pendapatan bersihnya antara 100.000,00 sampai 200.000,00 serta 32 responden (64%) mengaku pendapatan bersihnya diatas 200.000,00 . berdasarkan wawancara dengan 10 pedagang yang bersedia menjadi responden besarnya pendapatan terpengaruh oleh cuaca, bulan ramadhan, dan juga tanggal tua atau muda.

Table 14

Pendapatan Rata-Rata Setiap Hari

Pendapatan Harian Pedagang	Kotor		Bersih	
	Jml	%	Jml	%
Kurang dari 100rb	-	-	4	8%
100rb sampai 200rb	8	16%	14	28%
Lebih dari 200rb	42	84%	32	64%
Jumlah	50	100%	50	100%

Sumber : Data diolah

4.5. Strategi Survival

Table 15.

Kecenderungan Pedagang

Daerah asal pedagang		Jogja		Kuningan		Bukan Keduanya	
Variable	Keterangan	Jml	%	Jml	%	Jml	%
Asal pedagang		13	26%	35	70%	2	4%
Usia pedagang	25 th – 35 th	8	16%	31	62%	1	2%
Pendidikan terakhir	SMP - SMA	8	16%	28	56%	-	-
	SMA lebih	-	-	-	-	1	2%
Pekerjaan usaha warung burjo	Tetap/Pokok	8	16%	25	50%	-	-
	Sampingan	-	-	-	-	2	4%
Pengelolaan usaha	Kelompok	10	20%	-	-	-	-
	Dg Rekan	-	2%	25	50%	2	4%
Kategori pedagang	Group	10	20%	-	-	-	-
	Semi Mandiri	-	-	25	50%	2	4%
Lama usaha	5 th - 10 th	8	16%	27	54%	-	-
	5 kurang	-	-	-	-	2	4%
Pencatatan transaksi	Tidak	8	16%	33	66%	2	4%
Modal usaha	Dg Rekan	7	14%	25	50%	2	4%

- Angka yang ditampilkan adalah kecenderungan pedagang terhadap variabel (jumlah terbesar) berdasarkan daerah asal pedagang
- Sumber : Data yang telah diolah

Berikut adalah beberapa strategi yang dilakukan para pedagang :

1. Strategi Penetapan Harga

Dalam menentukan harga barang dagangan, para pedagang warung burjo menentukan sendiri atau bersama rekan kerjanya maupun kelompoknya dengan mempertimbangkan saran dari konsumen dan melihat harga jual barang-barang sejenis oleh pedagang lain disekitar tempat usahanya, serta mempertimbangkan kenaikan harga bahan baku. Dengan mekanisme tersebut maka harga jual makanan dan minuman satu pedagang warung burjo dengan pedagang warung burjo yang lainnya nyaris tidak berbeda.

Pedagang yang berasal dari Kuningan dalam menentukan harga biasanya hanya dengan rekan kerjanya, kecuali pada saat setelah hari Raya para pedagang dari Kuningan berdialog dengan sesama pedagang yang berasal dari satu daerahnya. Dalam keadaan seperti ini maka harga barang-barang dagangan warung burjo dari Kuningan bisa seragam. Sedangkan dari Jogja perubahan harga selalu dikomunikasikan kepada komunitas Jogja group melalui rapat rutin yang dilakukan setiap bulan dan juga mempertimbangkan harga yang ada pada pedagang dari Kuningan.

2. Strategi Inovasi dan Diversifikasi

Karena perubahan-perubahan yang terjadi di lingkungan bisnis warung burjo, pedagang dituntut untuk melakukan inovasi agar usahanya tetap bisa memberikan keuntungan. Para pedagang telah melakukan inovasi, hal ini ditunjukkan dengan tersedianya beraneka macam gorengan dan camilan. Berdasarkan wawancara, *Inovasi* dilakukan berawal dari permintaan para pelanggan warung burjo, bahkan untuk kepuasan pelanggan mereka bersedia membuat nasi goreng bila ada yang memesan. Sekarang sebagian besar pedagang baik berasal dari Jogja maupun Kuningan telah melakukan *inovasi* dengan menjual aneka macam nasi.

Terkait dengan *inovasi*, hasil riset yang ditampilkan dalam Harvard business review, Januari 1997, menunjukkan bahwa *inovasi* bukan soal canggih tidaknya melainkan sejauh mana *inovasi* itu bernilai dan memberi manfaat bagi konsumen. *Inovasi* seharusnya dimulai dengan mengidentifikasi dan memahami hal-hal yang

memang berpengaruh bagi konsumen dalam menentukan pembelian suatu produk. Disisi lain, konsumen terkadang juga tidak memahami apa yang diinginkannya. Pada saat seperti itu perusahaan dapat menawarkan *inovasi* untuk memandu konsumen memahami *unarticulated needs* dalam dirinya. Dan disini para pedagang warung burjo sangat jeli dalam melihat pasar dengan melakukan berbagai *inovasi* yang dibutuhkan konsumen. Diantara pedagang warung burjo yang menjadi responden telah melakukan *diversifikasi* produk atau barang dagangannya. Pengertian *diversifikasi* disini adalah pedagang menjual jenis atau macam makanan serta minuman yang tadinya tidak ada diwarung burjo. Barang-barang tersebut adalah aneka jenis nasi yang tadinya menjadi ciri khas warung tenda.

3. Strategi Segmentasi

Segmentasi pasar pedagang warung burjo ditentukan berdasarkan *Dynamic attribute segmentation* untuk memudahkan para pedagang dalam melayani pasar. *Dynamic attribute segmentation* merupakan cara memandang pasar berdasarkan sifat-sifat dinamis yang mencerminkan karakteristik pelanggan. Karakter ini berupa minat, kebiasaan, sikap, keyakinan, dan sebagainya. Karakter seperti ini dapat secara langsung mempengaruhi alasan pelanggan untuk membeli produk atau jasa anda. Segmentasi seperti ini membagi pelanggan berdasarkan psikografis dan perilaku. Segmentasi psikografis meliputi life style (gaya hidup), kepribadian, dan sejenisnya. Sementara itu segmentasi berupa perilaku bisa berupa sikap, penggunaan, dan respon pelanggan terhadap produk. Para pelanggan warung burjo

sebagian besar adalah kalangan mahasiswa, yang mana mereka mayoritas adalah kaum urban yang datang dari luar Kota Yogyakarta. Menurut Hermawan Kartajaya konsumen yang merupakan kalangan urban biasanya tidak terlalu sensitif terhadap harga.

4. Strategi Service (Pelayanan)

Dari hasil wawancara mendalam dengan 10 responden, pedagang berusaha keras agar dapat berjualan dilokasi yang ditempati sekarang. Agar tujuan tersebut tercapai maka pedagang berusaha mengikuti petunjuk dan arahan baik dari Kecamatan, Kelurahan, ketua R T/RW, serta tokoh-tokoh masyarakat setempat. Disamping itu, pedagang berusaha ikut menjaga ketertiban dan kebersihan di sekitar tempat berjualan. Dalam hal pelayanan, para pedagang pada umumnya menganggap pembeli adalah tamu yang harus dilayani dengan baik. Bentuk pelayanan yang dilakukan adalah menyapa pembeli, melayani pembeli dengan cepat, melakukan perhitungan jumlah pembayaran dengan benar, dan memberikan kesempatan untuk menunda pembayaran (hutang) bagi pelanggan yang belum mempunyai uang. Transaksi hutang dicatat dalam buku atau kertas dan disimpan pada laci uang agar mudah dalam perhitungan dan tidak hilang. Kesempatan berhutang diberikan karena pedagang menaruh kepercayaan penuh kepada pembeli atau pelanggan. Hal itu mungkin terjadi karena pada umumnya pedagang mengenal baik pelanggannya. Dari hasil wawancara para pedagang mengaku pada umumnya mengenal dengan baik pelanggannya. Dengan memberikan kesempatan pembeli untuk menunda pembayarannya maka sebenarnya pedagang telah

mengikat pembeli untuk datang kembali ke warung burjonya. Selain itu pedagang juga telah mengenal kepuasan konsumen, untuk memanjakan pelanggan pedagang warung burjo memberikan fasilitas seperti TV maupun Koran agar pelanggan menjadi betah untuk datang ke warung burjo.

5. Strategi Lokasi

Para pedagang memilih lokasi yang banyak terdapat tempat kos, hal ini dilakukan karena segmentasi utama warung burjo adalah kalangan mahasiswa. Berdasarkan hasil wawancara dengan responden, pemilihan lokasi menjadi pertimbangan utama yang dapat menentukan kelangsungan usaha warung burjo. Lokasi yang baik (banyak terdapat kos-kosan) biasanya terdapat didalam perkampungan penduduk. Dengan melakukan pemilihan lokasi yang tepat maka pedagang telah membuat dasar bisnis yang kuat.

6. Berbagai pilihan Strategi Survival

Pilihan strategi dalam menghadapi perubahan lingkungan misalnya kenaikan harga bahan baku yang berdampak pada kenaikan harga barang dagangan. Dari hasil wawancara dengan responden, berikut adalah beberapa strategi *survival* yang diterapkan oleh para pedagang warung burjo.

- a. Menaikkan harga jual dan jumlah yang dijual tetap
- b. Menaikkan harga jual dan jumlah yang dijual berkurang
- c. Membentuk organisasi

- d. Menghilangkan/tidak lagi menjual barang dagangan yang kurang diminati/perputarannya lambat
- e. Menambah variasi barang dagangan yang dijual
- f. Memberikan fasilitas tambahan kepada konsumen (Koran, dll)
- g. Memberikan kesempatan untuk menunda pembayaran

.Berdasarkan wawancara mendalam dengan responden, faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kelangsungan usaha atau *survival* antara lain : (1) lokasi usaha, (2) modal awal, (3) stabilitas harga bahan baku, (4) pelayanan terhadap pembeli, (5) jenis atau macam barang dagangan, (6) keadaan cuaca, (7) bulan, (8) fasilitas tambahan. Dari hasil survei ini sadar atau tidak sadar sebenarnya responden telah memahami prinsip-prinsip dasar dalam menjalankan usaha atau bisnis. Sedikit banyak para pedagang juga telah memahami kewirausahaan (*entrepreneurship*).

Table 16
Faktor-faktor yang mempengaruhi survival

No	Keterangan
1	Lokasi Usaha
2	Modal untuk mengembangkan usaha
3	Pelayanan terhadap pembeli
4	Stabilitas harga bahan baku
5	Jenis atau macam barang yang dijual
6	Fasilitas tambahan (Koran dsb)
7	Bulan (ramadhan)
8	Cuaca (hujan)

Sumber : Hasil survei (diolah)

4.7 Analisis Diskriminan Stepwise

Untuk mengetahui kecenderungan perilaku pedagang warung burjo berdasarkan pengelolaan usaha dan keragaman barang yang di perjual belikan, pedagang akan di kelompokkan menjadi dua. Pengelompokan ini berdasarkan hasil survei yang menemukan bahwa dari 50 pedagang yang menjadi responden 35 responden (70%) berasal dari Kabupaten Kuningan, dan 13 responden (26%) berasal dari Yogyakarta. Dan sisanya 2 responden (4%) bukan berasal dari Kuningan maupun Yogyakarta, jadi bisa dihilangkan karena kontribusinya yang paling kecil (Lihat table 3). Selain itu juga ditemukan dari 35 responden yang berasal dari Kuningan, 30 responden mengelola usahanya bersama rekan kerjanya, dan yang 5 responden mengelola secara individu. Sedangkan yang dari Yogyakarta 10 responden mengelola usahanya dengan membentuk kelompok, dan sisanya mengelola secara individu. Dalam analisis stepwise juga digunakan banyaknya variasi barang dagangan yang dijual.

Table 16
Pengelolaan Usaha, Asal Pedagang, & Variasi Barang Dagangannya

R	PU	VB	Kode	R	PU	VB	Kode
1	5	35	1	25	5	35	2
2	3	37	1	26	3	34	2
3	5	38	1	27	5	32	2
4	5	36	1	28	3	33	2
5	5	40	1	29	5	36	2
6	5	38	1	30	5	33	2
7	3	39	1	31	3	34	2
8	5	39	1	32	5	33	2
9	5	37	1	33	3	32	2
10	5	41	1	34	5	32	2
11	3	37	1	35	5	32	2
12	5	38	1	36	5	35	2
13	5	39	1	37	5	34	2
14	5	33	2	38	5	36	2

15	5	35	2	39	3	34	2
16	5	33	2	40	5	33	2
17	5	32	2	41	5	33	2
18	5	34	2	42	5	33	2
19	5	37	2	43	5	35	2
20	5	32	2	44	5	34	2
21	5	33	2	45	5	32	2
22	5	34	2	46	5	32	2
23	5	36	2	47	5	34	2
24	5	32	2	48	5	35	2

Data diolah

Keterangan :

- R : Pedagang yang menjadi responden
- PU : Pengelolaan Usaha (angka 2 menunjukkan individu & 3 Kelompok)
- VB : Variasi barang dagangan (banyaknya jenis barang dagangan)
- Kode : angka 1 pedagang dari Jogja & 2 untuk pedagang dari Kuingan)

Hasil analisa diskriminan *stepwise* secara rinci bisa dilihat pada Lampiran (page 1 sampai page 6). Keterangan mengenai hasil analisis *stepwise* adalah sebagai berikut :

a. Analysis Case Processing Summary

Table 1
Analysis Case Processing Summary

Unweighted Cases		N	Percen
Valid		48	100.0
Excluded	Missing or out-of-range group codes	0	.0
	At least one missing discriminating variable	0	.0
	Both missing or out-of-range group codes and at least one missing discriminating variable	0	.0
	Total	0	.0
Total		48	100.0

Table analysis case processing summary. Dari hasil output awal terlihat bahwa jumlah kasus yang diproses adalah 48 kasus atau semua kasus yang ada pada model dimasukkan dalam analisis.

b. Group Statistics

Table Group Statistik

		Mean	Std. Deviation	Valid N (listwise)	
				Unweighted	Weighted
asal pedagang					
Jogja	pengelolaan usaha	4.5385	.87706	13	13.000
	variasi barang dagangan	38.0000	1.63299	13	13.000
Kuningan	pengelolaan usaha	4.7143	.71007	35	35.000
	variasi barang dagangan	33.6286	1.39507	35	35.000
Total	pengelolaan usaha	4.6667	.75324	48	48.000
	variasi barang dagangan	34.8125	2.43779	48	48.000

Analisis pada hasil output terlihat bahwa pada kelompok pedagang dari Jogja yang memiliki rata-rata anggota 4,5385 dan variasi barang dagangan sebanyak 38 jenis. Sedangkan pedagang yang berasal dari Kuningan memiliki rata-rata anggota tim 4,7143 dan memiliki variasi barang dagangan sebanyak 33,6286. dengan demikian para pedagang yang berasal dari Jogja memiliki variasi jenis barang dagangan yang lebih banyak daripada pedagang yang dari Kuningan. Rata-rata kelompok untuk semua kategori pedagang adalah 4,6667 orang dan variasi barang dagangan sebanyak 34,8125 jenis barang dagangan.

c. Test of Equality of Group Means

	Wilks' Lambda	F	df1	df2	Sig.
pengelolaan usaha	.989	.511	1	46	.478
variasi barang dagangan	.351	84.877	1	46	.000

Table ini adalah table uji untuk kesamaan kelompok rata-rata. Uji yang digunakan adalah uji wilks' lambda. Uji ini adalah sama dengan uji F yang digunakan untuk menguji perbedaan dan kesamaan rata-rata. Dari hasil tersebut terlihat bahwa

nilai *Wilks' Lambda* untuk pengelolaan dengan tim adalah 0,989 dan setara dengan nilai F sebesar 0,511. dari table tersebut terlihat bahwa nilai sig adalah sebesar 0,478. dengan demikian kesimpulan yang diperoleh adalah bahwa rata-rata pengelolaan usaha dengan tim untuk pedagang dari Jogja dan Kuningan adalah berbeda secara signifikan.

Untuk variable variasi barang dagangan terlihat bahwa nilai *Wilks' Lambda* adalah sebesar 0,351 yang setara dengan nilai F sebesar 84,877 hasil pengujian F menunjukkan bahwa nilai sig sebesar 0,000 yang berarti variasi barang dagangan antara pedagang dari Jogja dengan pedagang dari Kuningan sangat berbeda secara signifikan.

d. Pooled Within-Group Matrices

Pooled Within-Groups Matrices

		pengelolaan usaha	variasi barang dagangan
Covariance	pengelolaan usaha	.573	9.317E-02
	variasi barang dagangan	9.317E-02	2.134
Correlation	pengelolaan usaha	1.000	.084
	variasi barang dagangan	.084	1.000

a The covariance matrix has 46 degrees of freedom.

Table diatas adalah table untuk matriks gabungan kovarians dan korelasi antar variabel. Dari tabel tersebut terlihat bahwa matriks kovarians antara variable mengelola dengan tim dengan variasi barang dagangan berbeda untuk masing-masing perbandingan. Kovarian antara pengelolaan usaha dengan mengelola dengan tim adalah 0, 573, kovarian antara pengelolaan usaha dengan variasi

barang dagangan adalah 0,9317, sedangkan kovarian antara variasi barang dengan variasi barang adalah 2.314. Untuk analisis korelasi terlihat bahwa nilai korelasi antara variabel pengelolaan usaha dan variasi barang dagangan 0,084. Korelasi sebesar ini dapat diartikan tidak ada korelasi antara mengelola dengan tim dengan variasi barang dagangan. Dengan demikian variable diskriminasi memenuhi asumsi tidak ada korelasi antara variable independent dalam model.

e. Covariance Matrices

Covariance Matrices

asal pedagang		pengelolaan usaha	variasi barang dagangan
Jogja	pengelolaan usaha	.769	.167
	variasi barang dagangan	.167	2.667
Kuningan	pengelolaan usaha	.504	6.723E-02
	variasi barang dagangan	6.723E-02	1.946
Total	pengelolaan usaha	.567	-6.383E-02
	variasi barang dagangan	-6.383E-02	5.943

a The total covariance matrix has 47 degrees of freedom.

Hasil analisis dengan matriks kovarian diatas memperlihatkan bahwa nilai kovarian cukup besar untuk masing-masing kelompok status dengan dua variable diskriminan.

f. Box's Test of Equality of Covariance Matrices

Asal pedagang	Rank	Log Determinant
Jogja	1	.981
Kuningan	1	.666
Pooled within-groups	1	.758

The ranks and natural logarithms of determinants printed are those of the group covariance matrices.

Test Results

Box's M		.461
F	Approx.	.448
	df1	1
	df2	3260.048
	Sig.	.504

Tests null hypothesis of equal population covariance matrices.

Berikut adalah table uji box's M untuk uji kesamaan varian. Dari table log determinan terlihat bahwa nilai rank untuk masing-masing kelompok ada 1 dengan log determinan untuk status dari Jogja adalah 0,981. Log determinan untuk status dari Kuningan adalah 0,666. dan gabungan adalah 0,758 . untuk menguji kesamaan populasi terlihat bahwa box's M adalah 0,461 dengan nilai sig sebesar 0, 504. dengan hasil tersebut kesimpulan yang bisa diambil adalah bahwa kovarian matriks antara kelompok Jogja dengan kelompok Kuningan adalah sama. Dengan hasil demikian bisa disimpulkan bahwa model diskriminan memenuhi asumsi kesamaan kovarians.

g. Stepwise Statistics

Variables Entered/Removed

Step	Entered	Statistic	df1	df2	Wilks' Lambda		Exact F		
					Statistic	df3	Statistic	df1	df2
1	variasi barang dagangan	.351	1	1	46.000	84.877	1	46.000	.000

At each step, the variable that minimizes the overall Wilks' Lambda is entered.

- a Maximum number of steps is 4.
- b Minimum partial F to enter is 3.84.
- c Maximum partial F to remove is 2.71.
- d F level, tolerance, or VIN insufficient for further computation.

table ini adalah model penggunaan stepwise untuk mencari model terbaik. Dari table terlihat bahwa model stepwise menggunakan 1 variabel yaitu variasi barang

dagangan. Satu variable ini digunakan karena hasil pengujian F menunjukkan nilai F untuk satu variable memenuhi persyaratan untuk dijadikan model. Hasil pengujian model menunjukkan nilai F sebesar 84,877 untuk variasi barang dagangan.. nilai sig untuk variasi barang dagangan sebesar 0,000 . dengan hasil seperti diatas menunjukkan bahwa variasi jenis barang dagangan adalah sama.

h. Variables in the Analysis, Variable not in the Analysis, Wilks' Lambda, dan Pairwise Group Comparison

Variables in the Analysis

Step		Tolerance	F to Remove
1	Variasi barang dagangan	1.000	84.877

Variables Not in the Analysis

Step		Tolerance	Min. Tolerance	F to Enter	Wilks' Lambda
0	pengelolaan usaha	1.000	1.000	.511	.989
	variasi barang dagangan	1.000	1.000	84.877	.351
1	pengelolaan usaha	.993	.993	.770	.346

Wilks' Lambda

Step	Number of Variables	Exact F							
		Lambda	df1	df2	df3	Statistic	df1	df2	Sig.
1	1	.351	1	1	46	84.877	1	46.000	5.165E-12

Pairwise Group Comparisons

Step	asal pedagang		Jogja	Kuningan
1	Jogja	F		84.877
		Sig.		.000
	Kuningan	F	84.877	
		Sig.	.000	

a 1, 46 degrees of freedom for step 1.

Output berikutnya adalah analisis diskriminan dengan menggunakan model stepwise. Dari output terlihat bahwa model menggunakan 1 tahap dalam analisis,

yaitu analisis menggunakan variasi barang dagangan. Dari analisis terlihat bahwa nilai F sebesar 84,877 dan sig sebesar 5.165 dengan demikian rata-rata variable dengan status pengelolaan dengan tim adalah berbeda secara signifikan. Table berikutnya adalah table perbandingan antar kelompok dari tahap pembuatan model diskriminan. Table tersebut memperlihatkan nilai F yang cukup besar berdasarkan asal pedagang, tetapi tidak menunjukkan perbedaan antar pedagang,

i. Summary of Canonical Discriminant Functions

Eigenvalues

Function	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %	Canonical Correlation
1	1.845	100.0	100.0	.805

a First 1 canonical discriminant functions were used in the analysis.

Wilks' Lambda

Test of Function(s)	Wilks' Lambda	Chi-square	df	Sig.
1	.351	47.576	1	.000

Output berikutnya adalah hasil analisis fungsi diskriminan terbaik. Dari out put tersebut terlihat bahwa model pertama memberikan variable diskriminan dalam model. Jika adal lebih dari satu model, jika ada lebih dari satu model maka SPSS akan memberikan model kedua kedua yang merupakan model terbaik kedua. Untuk menilai kebaikan model, dapat dilihat pada nilai eigenvalue dan nilai canonical adalah 0,805 untuk menguji koefisien ini maka dinilai wilks' lambda sebesar 0,351 dan menggunakan jika kita konversi dalam chi square akan sebesar 47,576. hasil pengujian signifikan memperlihatkan hasil sig sebesar 0,000. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variable diskriminator memiliki hubungan yang erat dengan asal pedagang.

j. Standardized Canonical Discriminant Function Coefficients, Structure Matrix, Function at Group Centroids

Standardized canonical discriminant function coefficients

	Function
	1
variasi barang dagangan	1.000

Structure Matrix

	Function
variasi barang dagangan	1.000
pengelolaan usaha	.084

Forced within-groups correlations between discriminating variables and standardized canonical discriminant functions. Variables ordered by absolute size of correlation within function.

a This variable not used in the analysis.

Functions at Group Centroids

	Function
asal pedagang	1
Jogja	2.182
Kuningan	-.810

Unstandardized canonical discriminant functions evaluated at group means

Hasil ini adalah standardized canonical discriminant function, table ini menunjukkan besarnya kontribusi koefisien dari variable diskriminator. Dalam membentuk fungsi diskriminan. Semakin tinggi nilainya maka semakin semakin penting variable tersebut dalam membentuk variable relative dibandingkan variable yang lain. Dari output terlihat bahwa nilai standar canonical untuk variasi barang sebesar 1,000 dan pengelolaan dengan tim 0,084. dengan hasil demikian dapat disimpulkan bahwa variable variasi barang dagangan lebih penting dalam pembentukan persamaan diskriminan dari pada pengelolaan usaha.

Output berikutnya adalah table structure matrix. Nilai struktur matrix menunjukkan kontribusi tiap variable dalam membentuk fungsi diskriminan. Nilai loading factor struktur matriks akan berkisar pada angka -1 sampai +1. nilai ini adalah sama dengan nilai koefisien korelasi dimana semakin tinggi nilai, maka semakin valid nilai tersebut dalam membentuk persamaan diskriminan. Dari table maka terlihat bahwa nilai loading struktur matrix adalah sebesar 1.000 untuk variasi barang dagangan dan 0,084 untuk variable pengelolaan usaha. Dengan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kedua variable dapat digunakan sebagai ukuran perilaku pedagang, variable variasi barang dagangan lebih besar kontribusinya dalam pembentukan fungsi diskriminan dibandingkan dengan pengelolaan usaha. Output berikutnya adalah table function at group centroids. Nilai ini merupakan skor masing-masing persamaan diskriminan. Dari table terlihat bahwa nilai skor untuk persamaan diskriminan asal pedagang dari Jogja adalah 2.182 dan dari Kuningan adalah -0,810.

k. Classification Statistics

Classification Processing Summary

Processed		48
Excluded	Missing or out-of-range group codes	0
	At least one missing discriminating variable	0
Used in Output		48

Prior Probabilities for Groups

	Prior	Cases Used in Analysis	
		Unweighted	Weighted
asal pedagang			
Jogja	.500	13	13.000
Kuningan	.500	35	35.000
Total	1.000	48	48.000

Classification Function Coefficients

	asai pedagang	
	Jogja	Kuningan
variasi barang dagangan	17 806	15 757
(Constant)	-338.999	-265.640

Fisher's linear discriminant functions

Output berikut adalah klasifikasi secara statistic. Dari table terlihat bahwa nilai total kasus yang dimasukkan dalam model adalah 48, dimana tidak ada satu kasus pun yang dikeluarkan dari analisis. Dari hasil prior probabilities for groups terlihat bahwa probabilitas untuk masing-masing kelompok adalah 0,5 dengan jumlah kasus yang dimasukkan dalam analisis adalah 13 untuk pedagang yang berasal dari Jogja dan 35 untuk pedagang yang berasal dari Kuningan.

Output classification function coefficients merupakan koefisien untuk persamaan diskriminan. Nilai ini merupakan nilai prediksi untuk nilai keanggotaan kelompok. Dari table terlihat bahwa untuk kelompok yang berasal dari Jogja nilai konstanta adalah sebesar -338,999, koefisien variasi barang dagangannya sebesar 17,806. dengan hasil tersebut persamaan diskriminan dengan menggunakan model Fisher adalah :

$$Z = -338,999 + 17,806 \text{ variasi barang dagangan.}$$

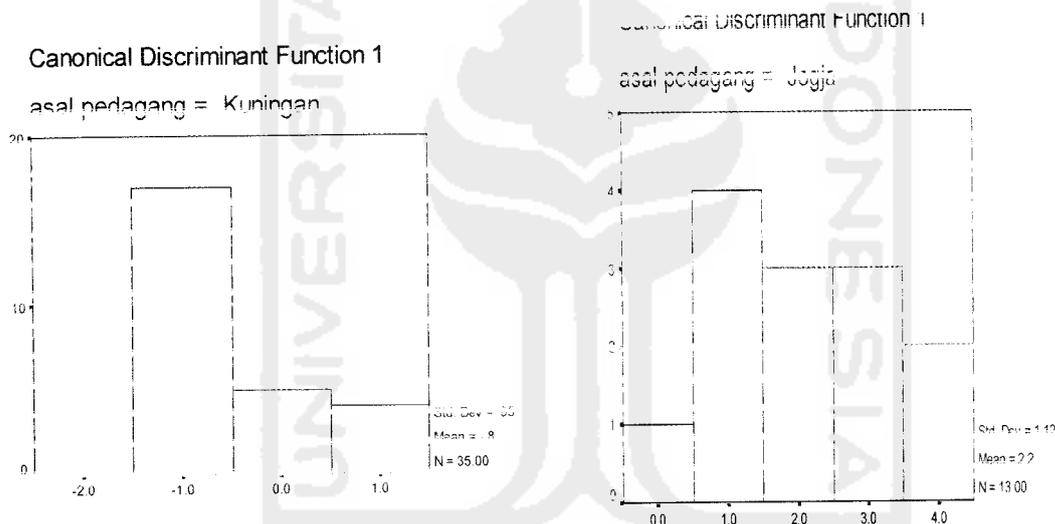
Dari output tersebut terlihat bahwa untuk kelompok yang berasal dari Kuningan, memiliki nilai konstanta -265,640 dan koefisien variasi barang dagangan 15,757. dengan hasil tersebut maka persamaan diskriminan untuk kelompok pedagang yang berasal dari Kuningan adalah :

$$Z = -265,640 + 15,757 \text{ variasi barang dagangan}$$

Untuk menguji persamaan tersebut digunakan uji wilks' lambda pada output sebelumnya. Dari hasil uji wilks' lambda yang dikonversi dengan pengujian chi square terlihat bahwa kedua persamaan diskriminan tersebut adalah signifikan untuk memprediksi keanggotaan kelompok perilaku pedagang.

1. Separate Groups Graphs

Separate-Groups Graphs



Hasil output berikutnya adalah grafik untuk pengujian normalitas data. Dari output terlihat bahwa distribusi canonical untuk fungsi diskriminan asal pedagang dari Jogja maupun dari Kuningan mengikuti distribusi normal.

Table classification result merupakan table hasil klasifikasi diskriminan. Dari table terlihat bahwa dengan menggunakan fungsi diskriminan, jumlah pengelompokan yang benar untuk asal pedagang dari Jogja adalah 12 dengan tingkat kesalahan 1, dan untuk fungsi diskriminan asal pedagang dari Kuningan

klasifikasi benar adalah 31 dan klasifikasi salah adalah 4. persentase kebenaran dalam mengklasifikasi adalah 92,3% dan persentase kesalahan adalah 7,7% untuk fungsi diskriminasi pedagang dari Jogja, dan persentase kebenaran untuk fungsi diskriminasi asal pedagang dari Kuningan adalah 88,6% dan persentase klasifikasi salah adalah 11,4%.

m. Asumsi dalam Analisis Diskriminan

Dalam analisis diskriminan terdapat beberapa asumsi yang harus dipenuhi, sehingga analisis yang dilakukan menjadi valid. Beberapa asumsi tersebut adalah :

1. Distribusi Normal. Asumsi pertama dalam analisis diskriminasi adalah data berasal dari distribusi normal.
2. Homogenitas Varians/Covarians. Asumsi kedua adalah bahwa dalam analisis diskriminan, varians dan covarians matriks dari variable adalah homogen antar kelompok. Untuk menguji homogenitas ini digunakan uji *Multivariate Box M Test of Homogeneity of variance/covariance*.
3. Korelasi antara rata-rata dan varians. Asumsi berikutnya dari analisis varians adalah adanya korelasi antara rata-rata dengan varians dari variable.
4. Variabel tidak *redundant*. Asumsi berikutnya dari analisis varians adalah bahwa variable yang digunakan dalam mendiskriminasi antar kelompok tidak secara keseluruhan redundan. Arti redundan disini adalah bahwa antara variable tidak berhubungan secara erat, misalkan satu variable merupakan penjumlahan dari variable yang lain.