

DISERTASI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA
USAHAWA SEKTOR INFORMAL DI SULAWESI SELATAN :**
Persepsi Pengusaha Sektor Informal di Kota Makassar, Parepare,
dan Watampone

*Factors Affecting Informal Sector Performances in South Sulawesi (The Case of
Makassar, Parepare and Watampone Regency)*

SYARSI ALANG



PERPUSTAKAAN UPT UNIVERSITAS HASANUDDIN	
Tgl. Pinjam	26-3-2005
Akademi	Pasca
Banyaknya	2 ek
Harga	hardal
No. Inventaris	0526/3-297
No. Klas	

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2005**

DISERTASI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA
USAHA SEKTOR INFORMAL DI SULAWESI SELATAN:**

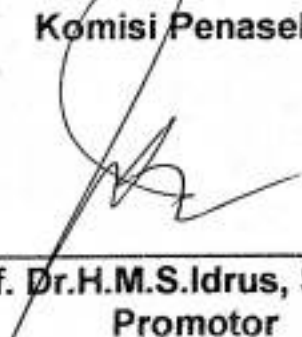
**Persepsi Pengusaha Sektor Informal di Kota Makassar, Parepare, dan
Watampone**

Disusun dan diajukan oleh:


SYAMSU ALAM
Nomor Pokok :P3EK97009

telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Disertasi
pada tanggal 18 Februari 2005

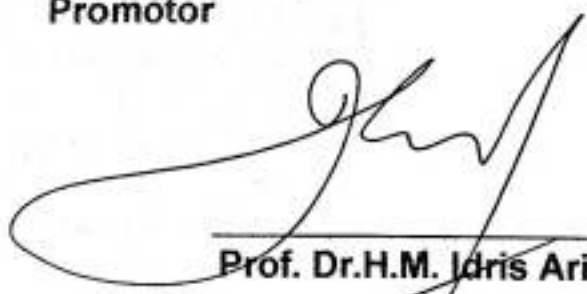
Menyetujui
Komisi Penasehat



Prof. Dr.H.M.S.Idrus, SE.,M.Ec
Promotor




Dr.H. Djabir Hamzah,MA
Co-Promotor




Prof. Dr.H.M. Idris Arief,MS
Co-Promotor

Ketua Program Studi
Ilmu Ekonomi



Prof. Dr. H.M. Yunus Zain, MA

Direktur Program Pascasarjana
Universitas Hasanuddin



Prof. Dr.Ir. H.M. Natsir Nessa, MS



KATA PENGANTAR

Puji syukur yang setinggi-tingginya penulis panjatkan kepada Allah SWT. Atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga disertasi ini yang merupakan salah satu persyaratan dalam penyelesaian pendidikan doktor pada Program Pascasarjana Universitas Hasanuddin dapat diselesaikan dan disusun dengan baik.

Dalam perjalanan penyelesaian pendidikan program doktor ini, penulis menyadari dan mengakui sangat banyak pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam memberikan bimbingan, arahan dan dorongan. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menghaturkan banyak terima kasih serta penghargaan yang setinggi-tingginya atas budi baik semua pihak yang telah berperan serta dalam proses penyusunan disertasi ini, terutama kepada :

1. Prof. Dr. H.M.Syafiie Idrus, S.E.,M.Ec, Guru Besar Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya selaku Promotor. Kecerdasan, keluasan ilmu dan wawasan, kesabaran, dan kearifan beliau sebagai seorang ilmuwan yang telah mengarahkan, membimbing, dan mendorong penulis untuk senantiasa belajar dan bersikap rendah hati tanpa kehilangan kepercayaan diri.
2. Dr. H. Djabir Hamzah, MA., Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin, selaku Ko-promotor. Konsistensi dan kedisiplinan adalah pelajaran paling berharga penulis dapatkan dari beliau. Ditengah kesibukannya selaku Pembantu Rektor I Universitas Hasanuddin, beliau masih tetap meluangkan waktu untuk memberi koreksi, bimbingan dan arahan tanpa pamrih.
3. Prof.Dr.H.M.Idris Arief,MS Guru Besar Universitas Negeri Makassar pada Fakultas Ekonomi UNM, selaku Ko-Promotor II. Dalam kesibukan beliau sebagai seorang ilmuwan yang berwawasan luas, tetapi masih meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan dorongan kepada penulis untuk menyelesaikan disertasi ini.
4. Rektor Universitas Hasanuddin, Bapak Prof.Dr.Ir.H. Radi A. Gany, yang telah memberikan izin kepada Penulis untuk mengikuti Program Doktor dalam Bidang Ilmu Ekonomi (Konsentrasi Manajemen) pada Program Pascasarjana Universitas Hasanuddin.
5. Direktur Program Pascasarjana Universitas Hasanuddin, Bapak Prof.Dr.Ir.H. Natsir Nessa, M.S. yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti program doktor pada Program Pascasarjana Universitas Hasanuddin.
6. Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi, Bapak Prof.Dr. H.M. Yunus Zain, M.A. yang telah banyak mengarahkan dan memberikan motivasi kepada penulis.

7. Bapak Prof. Dr. H.M.S. Idrus, M.Ec., Prof.Dr.H.M.Idris Arief, MS, Dr. H. Djabir Hamzah, M.A., Prof. Dr. H.A. Karim Saleh., Prof. Dr. H. Latanro, Prof. Dr. H.M. Yunus Zain, MA., Dr. M.M. Papayungan,MA., Dr. I Made Benyamin, M.Ec., dan Dr. Abd. Rahman Laba, MBA, yang telah memberikan kontribusi yang sangat berharga terhadap penulisan disertasi ini.
8. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin, Bapak Drs. Taslim Arifin, MA beserta staf, yang telah memberikan dukungan atas penyelesaian studi Program Pascasarjana Universitas Hasanuddin
9. Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Unhas, Bapak Muh. Toaha, MBA beserta staf, dan rekan-rekan staf pengajar Fakultas ekonomi khususnya jurusan manajemen (Sdr Drs.Maata Pono,M.Si, Musran Munizu,SE, M.Si, dan Abd.Razak Munir,SE,M.Si), Saudi, Amri dan Iccang yang turut memberikan dukungan atas penyelesaian studi program doktor pada Program Pascasarjana Universitas Hasanuddin.
10. Kepala Dinas Tingkat I (Koperasi, UKM, Dispenda dan Deperindag) Provinsi Sulawesi Selatan beserta staf, Asosiasi Pedagang Kakilima Sulawesi Selatan dan para Kepala Dinas Kabupaten/Kota yang membidangi Usaha Sektor Informal beserta staff yang telah memberikan izin penelitian tentang usaha sektor informal di kabupaten/Kota di Sulawesi Selatan. Demikian juga kepada para pengusaha kecil yang telah meluangkan waktunya untuk diwawancarai pada waktu penulis melakukan penelitian.
11. Ayahanda H. Beddu Sabar (Alm) dan Ibunda Hj. Sanabong (Alm) yang dengan penuh tanggung jawab telah mendidik, membesarkan, mendoakan, dan membesarkan penulis .
12. Ayahanda mertua Burhan dan Hj. Ikati yang dengan penuh perhatian dan doanya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi.
13. Isteriku tercinta Rosmiati,SE, dan anakku yang tersayang Muhammad Arizal Puad Alam, Ade Ikhlas Amal Alam, dan Abdul Jamil Anugerah Alam yang senantiasa mendoakan, memberi dorongan, penuh pengertian, kesabaran, pengorbanan, dan kesetiannya dalam mendampingi penulis dalam suka maupun duka selama mengikuti pendidikan dan penulisan disertasi .
14. Adik-adikku yang tercinta, serta saudara-saudara ipar, om dan tante yang selalu mendoakan dan memberi dorongan, baik secara langsung maupun tidak langsung dengan penuh cinta kasih kepada penulis selama mengikuti pendidikan.
15. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang dengan tulus ikhlas telah meberikan bantuan moril dan materiil serta mendoakan keberhasilan penulis.

Akhirnya, dari lubuk hati yang paling dalam penulis mengharapkan ridho dan inayah Allah SWT untuk menerima semua amalan dan memberikan balasan yang setimpal. Amin

Makassar, Pebruari 2005

Penulis,

ABSTRAK

SYAMSU ALAM, Faktor Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Sektor Informal Di Sulawesi Selatan : Kasus di Kota Makassar, Parepare dan Watampone (di bimbingan oleh : **H.M.S. Idrus**, **H. Djabir Hamzah** dan **H.M. Idris Arief**.)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) Seberapa besar pengaruh aspek keuangan terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan; (2) Pengaruh aspek lingkungan terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan; (3) Seberapa besar peran aspek pemasaran dapat berpengaruh terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan; (4) Pengaruh aspek sumber daya manusia terhadap keinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan; (5) Besarnya pengaruh aspek kewirausahaan terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan; dan (6) Variabel yang dominan berpengaruh terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh unit usaha sektor informal yang ada di Kota Makassar, Kota Parepare, dan Watampone. Penentuan sampel berdasarkan jenis usaha yang kegiatannya meliputi penjual makanan, barang bekas, barang campuran, dan jasa, dengan jumlah sampel sebesar 504 unit usaha. Pengambilan sampel pada setiap jenis unit usaha dilakukan secara acak sederhana (*Simple Random Sampling*). Metode Analisis yang digunakan adalah: Analisis Deskriptif, Analisis Faktor, dan Analisis Regresi Linier Berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Secara simultan variabel bebas yang terdiri aspek keuangan, aspek lingkungan, aspek pemasaran, aspek sumber daya manusia, dan aspek kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel aspek kinerja; (2) Besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat berdasarkan peringkat dari yang paling besar sampai yang paling kecil berturut-turut adalah aspek kewirausahaan, aspek pemasaran, aspek keuangan, aspek lingkungan, dan aspek sumber daya manusia; (3) Aspek kewirausahaan mempunyai pengaruh yang dominan terhadap terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan

Kata Kunci : aspek keuangan, lingkungan, pemasaran, sumber daya manusia, kewirausahaan, dan kinerja usaha sektor informal

ABSTRACT

SYAMSU ALAM. *Factors Affecting Informal Sector Performances in South Sulawesi : The Case of Makassar, Parepare and Watampone Regency.* (Supervised by HMS Idrus, as Promotor, and H.Djabir Hamzah and HM Idris Arief, as Co-promoters).

The purposes of this research are to determine: (1) How likely the financial aspect affects the informal sector performances; (2) How likely the environment affects the informal sector performances, (3) How likely the roles of marketing activities affects the informal sector performances; (4) How likely the human resource affects the informal sector performances; (5) How likely the entrepreneurship activities affect the informal sector performances; and (6) Which of those variables would be dominantly affected the informal sector performances in South Sulawesi.

The population includes all the informal business that are operating in Makassar, Parepare and Watampone. The sample is chosen based on the variety types of businesses such as fast food, used goods, mixture products and services. There were 504 respondents participated in the survey. The respondents are chosen using simple random sampling from the list of informal sector members. The methods of analyses used in this research are descriptive analysis, factor analysis and multiple regression.

The results indicate the following: (1) Simultaneous, the independent variable of financial, environment, marketing, human resources and entrepreneurship affect positively and significantly to the informal sector performances; (2) The effects show that the independent variables could be ranked from the most to the less significant, i.e; entrepreneurship, marketing, financial, environment and human resources; (3) The entrepreneur aspect is the most dominant affecting the informal sector performances in South Sulawesi.

Key words: *financial aspect; environment; marketing; human resources, entrepreneurship, and informal sector performances.*

DAFTAR ISI

	Halaman	
LEMBAR PENGESAHAN	i	
KATA PENGANTAR	iii	
ABSTRAK	vi	
ABSTRACT	vii	
DAFTAR ISI	viii	
DAFTAR TABEL	xii	
DAFTAR GAMBAR	xvii	
DAFTAR LAMPIRAN		
BAB I	PENDAHULUAN	1
	1.1. Latar Belakang	1
	1.2. Rumusan Masalah	19
	1.3. Tujuan Penelitian	20
	1.4. Kegunaan Penelitian	20
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA	22
	2.1. Usaha Sektor Informal	22
	2.2. Definisi Sektor Infromal	31
	2.3. Prospektif Sektor Informal	33
	2.4. Pengertian Kinerja dan Pengukuran	45
	2.5. Aspek-Aspek yang Mempengaruhi Usaha Sektor Informal	51
	2.5.1. Aspek Keuangan	51
	2.5.2. Aspek Lingkungan	64
	2.5.3. Aspek Sumberdaya Manusia	71
	2.5.4. Aspek Pemasaran	77
	2.5.5. Aspek Kewirausahaan	88

BAB III	KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS	107
	3.1. Kerangka Pikir	107
	3.2. Hipotesis	118
BAB IV	METODE PENELITIAN	119
	4.1. Daerah Penelitian	119
	4.2. Variabel penelitian	120
	4.2.1. Klasifikasi Variabel	120
	4.2.2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	121
	4.3. Populasi dan Sampel	131
	4.4. Jenis dan Sumber data	133
	4.4.1. Jenis Data	133
	4.5. Instrumen Data	134
	4.6. Uji validitas dan Reliabilitas	135
	4.6.1. Uji Validitas	135
	4.6.2. Reliabilitas	136
	4.7. Model dan Teknik Analisis	137
	4.7.1. Analisis Deskriptif	137
	4.7.2. Metode Analisis Faktor	138
	4.7.3. Metode Analisis Regresi Berganda	142
	4.7.3.1. Metode Analisis Regresi Berganda	142
	4.7.3.2. Pengujian Hipotesis	143
BAB V	HASIL PENELITIAN	145
	5.1. Analisis Deskriptif Tentang Karakteristik Responden	145
	5.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usaha Penjual makanan	149
	5.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usaha Penjual Barang Bekas	149
	5.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usaha	

Penjual Kelontong, Mainana dan Kacamata	150
5.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usaha Jasa	150
5.1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	151
5.1.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	152
5.1.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan	153
5.1.8. Karakteristik Responden Berdasarkan Motif Berusaha	153
5.1.9. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja yang Digunakan	154
5.1.10. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Tempat Usaha	155
5.1.11. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Tenaga Kerja yang Digunakan	156
5.1.12. Karakteristik Responden Berdasarkan Motivasi Pengembangan Usaha	157
5.2. Deskriptif Variabel Penelitian	158
5.2.1 Faktor Kinerja Usaha Sektor Informal	158
5.2.1.1. Modal Awal berusaha	159
5.2.1.2. Sumber Modal	159
5.2.1.3. Modal Sekarang	160
5.2.1.4. Omzet Penjualan	161
5.2.1.5 Pengeluaran pengadaan barang	162
5.2.1.6. Biaya Restribusi	163
5.2.1.7. Tingkat keuntungan Per hari	164
5.2.1.8. Modal Pinjaman	165
5.2.1.9 Sumber modal pinjaman	165

5.2.2. Faktor Aspek Keuangan	167
5.2.3. Faktor Aspek Lingkungan	170
5.2.4. Faktor Aspek Pemasaran	173
5.2.5. Faktor Aspek Sumberdaya Manusia	176
5.2.6. Faktor Aspek Kewirausahaan	179
5.3. Analisis Faktor	182
5.3.1. Analisis Faktor Aspek Keuangan	184
5.3.2. Analisis Faktor Aspek Lingkungan	191
5.3.3. Analisis Faktor Aspek Pemasaran	198
5.3.4. Analisis Faktor Aspek Sumberdaya manusia	205
5.3.5. Analisis Faktor Aspek Kewirausahaan	213
5.3.6. Analisis Faktor Aspek Kinerja	221
5.4. Analisis Regresi Linier Berganda	227
5.4.1. Uji Serentak (Uji-F)	229
5.4.2. Uji Parsial (Uji-t)	230
BAB VI	
PEMBAHASAN	233
6.1. Pengaruh Aspek Keuangan, Aspek Lingkungan, Aspek Pemasaran, Aspek Sumberdaya Manusia, Aspek Kewirausahaan Terhadap Kinerja	234
6.2. Temuan Penelitian	248
6.3. Keterbatasan Penelitian	250
BAB VII	
KESIMPULAN DAN SARAN	252
7.1. Kesimpulan	252
7.2. Saran	254
DAFTAR PUSTAKA	259

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 . Perkembangan Usaha Sektor Informal di Kota Makassar (Tahun 1997-2002)	16
Tabel 1.2. Perkembangan Usaha Sektor Informal Per Kecamatan di Kota Makassar (Tahun 1997-2002)	17
Tabel 2.1. Peta Hasil Identifikasi Para Peneliti Terdahulu Terhadap Faktor Penentu Kinerja Usaha Sektor Informal	102
Tabel 4.1 Variabel Bebas Dan Variabel Terikat Masing-Masing Hipotesis	121
Tabel 4.2 Jenis Usaha dan Daerah Pengambilan Penelitian	132
Tabel 4.3 Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian	137
Tabel.5.1. Daerah Asal Responden Usaha Sektor Informal	146
Tabel.5.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha	148
Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	151
Tabel 5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	152
Tabel 5.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	153
Tabel.5.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Motif Berusaha	154
Tabel.5.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja yang Digunakan	155
Tabel 5.8. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Tempat Usaha	156
Tabel 5.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Tenaga Kerja yang Digunakan	157
Tabel 5.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengembangan Usaha	158
Tabel 5.11 Modal Awal Usaha	159
Tabel 5.12. Sumber modal	160
Tabel 5.13. Jumlah modal sekarang.	161
Tabel 5.14 Omzet penjualan	162
Tabel 5.15 Jumlah pengeluaran biaya pengadaan barang	163
Tabel 5.16 Jumlah biaya retribusi	163

Tabel 5.17 Tingkat keuntungan usaha per hari	164
Tabel 5.18 Modal Pinjaman	165
Tabel 5.19 Sumber Modal Pinjaman	166
Tabel 5.20 Distribusi Frekuensi Persepsi Responden Terhadap Indikator Faktor Aspek Keuangan	168
Tabel.5.21 Mean, Standar Deviasi, dan Nilai Tertinggi persepsi Responden Terhadap Faktor Aspek Keuangan	169
Tabel 5.22 Distribusi Frekuensi Persepsi Responden Terhadap Indikator Faktor Aspek Lingkungan	171
Tabel 5.23 Mean, Standar Deviasi, dan Nilai Tertinggi Persepsi Responden Terhadap Faktor Aspek Lingkungan	172
Tabel 5.24 Distribusi Frekuensi Persepsi Responden Terhadap Indikator Faktor Aspek Pemasaran	174
Tabel 5.25 Mean, Standar Deviasi, dan Nilai Tertinggi Persepsi Responden Terhadap Faktor Aspek Pemasaran	175
Tabel 5.26 Distribusi Frekuensi Persepsi Responden Terhadap Indikator Faktor Aspek Sumber Daya Manusia	177
Tabel 5.27 Mean, Standar Deviasi, dan Nilai Tertinggi Persepsi Responden Terhadap Faktor Aspek Sumber Daya Manusia	178
Tabel 5.28 Distribusi Frekuensi Persepsi Responden Terhadap Indikator Faktor Aspek Kewirausahaan	180
Tabel 5.29 Mean, Standar Deviasi, dan Nilai Tertinggi Persepsi Responden Terhadap Faktor Aspek Kewirausahaan	181
Tabel 5.30 Nilai KMO dan Barlett's Test Faktor Aspek Keuangan	185
Tabel 5.31 Nilai Communalities Faktor Aspek Keuangan	187
Tabel 5.32 Nilai Loading Factor Indikator Faktor Aspek Keuangan	189
Tabel 5.33 Nilai KMO dan Barlett's Test Faktor Aspek Lingkungan	192
Tabel 5.34 Nilai Communalities Faktor Aspek Lingkungan	194
Tabel 5.35 Nilai Loading Factor Indikator Faktor Aspek Lingkungan	196
Tabel 5.36 Nilai KMO dan Barlett's Test Faktor Aspek Pemasaran	199
Tabel 5.37 Nilai Communalities Faktor Aspek Pemasaran	201
Tabel 5.38 Nilai Loading Factor Indikator Faktor Aspek Pemasaran	203
Tabel 5.39 Nilai KMO dan Barlett's Test Faktor Aspek Sumber Daya Manusia	206
Tabel 5.40 Nilai Communalities Faktor Aspek Sumber Daya Manusia	209
Tabel 5.41. Nilai Loading Factor Indikator Faktor Aspek Sumber Manusia	211

Tabel. 5.42. Nilai KNO dan Barlett's Test Faktor Aspek Kewirausahaan	214
Tabel. 5.43. Nilai Communalities Faktor Aspek Kewirausahaan	216
Tabel 5.44. Nilai Loading Factor indikator Faktor Aspek Kewirausahaan	218
Tabel.5.45 Nilai KMO dan Barlett's Test Faktor Aspek Kinerja	221
Tabel.5.46 Nilai Communalities Fakkor Aspek Kinerja	223
Tabel 5.47. Nilai Loading Factor Indikator Fakkor Aspek Kinerja	225
Tabel.5.48 Ringkasan Hasil Analisis Regresi Beganda	227
Tabel.5.49 Pengujian Secara Parsial Variabel X1,X2,X3,X4, dan X5 Terhadap Y	231

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar.1.1 Kerangka Pemikiran Teoritis Mengenai Dampak Dari Suatu Gejolak Ekonomi Terhadap Kinerja UKM	9
Gambar 2.1 Variabel-Variabel Bauran Pemasaran (The Four Ps Of The Marketing Mix)	81
Gambar 2.2 Kewirausahaan dalam perencanaan pasar	91
Gambar 2.3. Managerial Behaviors, Entrepreneurial Style, and Firm Type	102
Gambar. 3.1 Model Kerangka Pikir Penelitian	117
Gambar 4.1 Prosedur Analisis Penelitian	144
Gambar 5.1 Grafik Scree Plot Aspek Keuangan	189
Gambar.5.2. Pengujian Faktor Aspek Keuangan Dengan <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	192
Gambar 5.3. Grafik Scree Plot Aspek Lingkungan	197
Gambar.5.4. Pengujian Faktor Aspek Lingkungan Dengan <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	199
Gambar 5.5. Scree Plot Aspek Pemasaran	204
Gambar.5.6. Pengujian Faktor Aspek Pemasaran Dengan <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	206
Gambar 5.7. Grafik Scree Plot Aspek Sumber Daya Manusia	212
Gambar.5.8. Pengujian Faktor Aspek Sumber Daya Manusia Dengan <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	214
Gambar 5.9 Scree Plot Aspek Kewirausahaan	219
Gambar.5.10 Pengujian Faktor Aspek Kewirausahaan Dengan <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	222
Gambar 5.11. Grafik Scree Plot Faktor Aspek Kinerja	226
Gambar 5.12. Pengujian Faktor Aspek Kinerja Dengan <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	228
Gambar 5.13 Hubungan aspek keuangan, lingkungan, pemasaran, SDM, dan kewirausahaan terhadap kinerja	232

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Daftar Pertanyaan	266
Lampiran 2 Uji Validitas dan Relibilitas instrumen	277
Lampiran 3 Deskriptif responden dan Variabel Penelitian	289
Lampiran 4 Analisis Faktor	369
Lampiran 5 Faktor Skor Penelitian	390
Lampiran 6 Analisis Regresi	401

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1.a. Hasil Perhitungan Jumlah Sampling dengan Metode Iterasi	283
Lampiran 1.b. Sampel Kabupaten Yang Dipilih Berdasarkan Hasil Quartile Yang Dirinci Menurut Jumlah Industri Kecil Tenaga Kerja, Investasi, Produksi Dan Bahan Baku Per Kabupaten Propinsi Sulawesi Selatan	284
Lampiran 2. Profil Usaha Dan Tingkat Pertumbuhan Usaha Responden (1999-2003)	287
Lampiran 3. Kuisioner Penelitian	297
Lampiran 4. Hasil Perhitungan Uji Validasi dan Reliability Kuisioner	315
Lampiran 5. Tabulasi Tanggapan Responden Penelitian	332
Lampiran 6. Hasil Skoring Analisis Deskriptif	353
Lampiran 7. Hasil Analisis Structural Equation Modelling	354

BAB I

PENDAHULUAN

BAB I

PENDAHULUAN



1.1 Latar Belakang Masalah

Sektor informal dalam penelitian ini dianggap sebagai akibat dari situasi pertumbuhan kesempatan kerja negara sedang berkembang; mereka yang memasuki kegiatan berskala kecil ini khususnya di kota, terutama bertujuan untuk mencari kesempatan kerja dan menciptakan pendapatan. Mereka yang terlibat dalam sektor ini pada umumnya miskin, berpendidikan sangat rendah, tidak terampil, dan kebanyakan para migran. Mereka bukanlah kapitalis yang mengadakan investasi yang menguntungkan dan juga bukan pengusaha seperti dikenal pada umumnya. Cakrawala mereka nampaknya terbatas pada penyediaan kesempatan kerja dan penciptaan pendapatan yang langsung bagi dirinya sendiri. Bagaimanapun juga, harus diakui bahwa banyak di antara mereka berusaha dan bahkan berhasil mengatasi hambatan-hambatan yang ada dan secara perlahan-lahan masuk ke dalam perusahaan berskala kecil dengan jumlah modal yang lebih besar. Dengan kata lain, sektor informal di kota harus dipandang sebagai unit-unit usaha berskala kecil yang terlibat dalam produksi dan distribusi barang-barang dan jasa yang masih dalam suatu proses evolusi untuk menjelma sebagai sekelompok perusahaan berskala kecil dengan

masuk-masukan modal (*capital*) dan pengelolaan (*managerial*) yang lebih besar (Sethuraman, 1981).

Modernisasi dan industrialisasi kota-kota di Indonesia telah membawa dampak terhadap pesatnya migrasi dari desa ke kota, selain sebagai dampak dari perkembangan kota, perpindahan penduduk dari desa ke kota juga dapat dipandang sebagai indikator keterbatasan kesempatan kerja, standar upah rendah, dan kemandekan ekonomi di pedesaan. Kebijakan pemerintah dalam membangun berbagai unit produksi dan fasilitas pelayanan yang lebih mementingkan perkotaan turut pula menarik penduduk desa untuk melakukan mobilitas penduduk sirkuler (Todaro & Stillkind, 1991).

Akumulasi penduduk di kota-kota besar seperti halnya di Indonesia tersebut sering tidak diikuti dengan penyediaan kesempatan kerja formal yang luas. Hal ini memposisikan penduduk yang tidak mampu berkompetisi di sektor formal, seperti penduduk dengan tingkat pendidikan dan keterampilan yang rendah, cenderung masuk ke sektor informal. Mereka bekerja seadanya, pada lapangan usaha apa saja, tentunya jenis pekerjaan yang tidak membutuhkan keterampilan dan pendidikan tinggi (Sethuraman, 1981; Mazumdar, 1984; Adams, 1995). Selanjutnya McGee (1971) lebih jauh menjelaskan bahwa tingginya jumlah penduduk yang bekerja di sektor informal, terutama di kota-kota besar dan menengah, merupakan akibat dari urbanisasi semu (*pseudo*

urbanization), yakni urbanisasi yang tidak diikuti dengan perkembangan ekonomi (*industrialization*) dan kesempatan kerja. Masalah yang muncul dari fenomena tersebut adalah penganggur terbuka, setengah penganggur, dan tenaga kerja yang tidak dimanfaatkan secara penuh. Hal ini tentu saja akan diikuti dengan meluasnya berbagai kegiatan usaha di sektor informal. setidaknya sebagai kegiatan usaha alternatif agar di kota mereka tetap dapat bertahan untuk hidup.

Menurut Mittlstaedt (2003) bahwa tingkat kemampuan usaha bisa menembus pasar ekspor ditentukan oleh produktivitas, tenaga kerja, modal, dan karakteristik barang/produk. Sedangkan Rustinsyah (2002) yang meneliti kemampuan usaha kecil dalam melakukan penyesuaian di era krisis ekonomi, untuk kasus Sidoarjo Jawa Timur, menemukan bahwa metode yang digunakan usaha kecil untuk bisa survive terdiri atas 6 langkah sebagai berikut: (1) meminjam dari teman, pelanggan, mitra, dan organisasi koperasi, hanya sedikit tertarik meminjam di bank, (2) mencari pasar baru, (3) menggunakan bahan baku yang harganya lebih murah, tetapi masih berkualitas, (4) mencantumkan merek pada produksinya (5) mengurangi biaya, dan (6) berdoa.

Dari pendapat tersebut perlu dikemukakan pula tentang kinerja usaha kecil seperti yang digunakan oleh Sadler-Smith dkk. (2003)

bahwa usaha kecil di Kerajaan Inggris ditandai dengan terdapatnya hubungan antara perilaku manajerial (berdasarkan model kompetensi), gaya golongan pengusaha (berdasarkan teori Cavin dan Stevin) dan jenis perusahaan (dalam bentuk kinerja pertumbuhan penjualan). begitu pula yang dikemukakan oleh Heru (2002) yang mengembangkan kapasitas manajemen dan kewirausahaan pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) pertanian bahwa aspek personal bersama-sama dengan fisik, ekonomi dan lingkungan insitusi berpengaruh terhadap kewirausahaan petani. Studi ini menggambarkan bahwa dampak kewirausahaan para petani dalam proses pengambilan keputusan secara konsekwen menentukan hasil yang efisien.

Aktivitas ekonomi berskala kecil seperti sektor informal merupakan kegiatan usaha yang adaptif terhadap kondisi ekonomi yang buruk. Usaha di sektor informal dapat bertahan karena biasanya menggunakan teknologi sederhana, bahan baku lokal, dan modal relatif kecil. Walaupun demikian, diskursus kedudukan sektor informal di dalam suatu sistem ekonomi sampai saat ini agaknya masih terus berkepanjangan. Pada satu sisi, sektor informal diakui sebagai sektor yang menjadi bagian dari sistem ekonomi rakyat (*lumpen proletariat economical system*), atau dengan kata lain ekonomi yang janggal karena mampu menjadi sektor penyangga (*buffer zone*) yang mampu

menyerap jumlah tenaga kerja ketika kondisi ekonomi sulit/krisis (Maldonado, 1995 dalam Agus (1999). Begitu pula halnya dengan argumentasi yang dikemukakan oleh paham *developmentalist*, sektor informal memiliki kemampuan berkembang yang sama dengan sektor formal, bahkan mempunyai prospek yang baik sehingga dapat meningkatkan pendapatan (Sethuraman, 1977; Hosier, 1987; Portes et.al, 1989). Dalam hal ini sektor informal tidak hanya berfungsi sebagai penyangga kelimpahan tenaga kerja yang tidak diserap di sektor formal, tetapi juga mempunyai peran yang tinggi dalam peningkatan ekonomi (Souza & Tokman, 1976).

Berbeda halnya dengan pendapat yang diungkapkan oleh paham kaum *marginalist*. Menurut mereka, sektor informal merupakan sektor yang bukan saja menghambat pembangunan ekonomi nasional, tetapi juga tidak dapat berkembang. Prospek sektor informal yang rendah ditandai dengan sifat usahanya yang tidak terorganisasi, lokasi usaha tidak teratur dan bahkan mengganggu kenyamanan kota (Benefield, 1975). Lebih lanjut diungkapkan bahwa beberapa karakteristik yang marginal tersebut tidak akan dapat dihilangkan, sehingga sektor ini tidak mungkin berkembang pada masa yang akan datang.

Selain perdebatan di kalangan akademisi dan praktisi, pandangan tentang prospek sektor informal pada tingkat nasional juga



bersifat dualistik. Perdebatan seputar prospek dan perkembangannya pada sistem ekonomi nasional dan bagaimana seharusnya pemerintah melakukan intervensi sering memunculkan argumentasi yang bervariasi terutama pada masa Orde Baru (Effendi, 1993). Sektor informal pada Orde Baru seperti pedagang kaki lima, merupakan sektor yang cenderung tersisih (termarginalisasi) dari pembangunan yang lebih difokuskan pada unit-unit produksi berskala besar. Konsep *trickle down effect* yang dikembangkan pada sistem kapitalis mengkondisikan pedagang kaki lima secara politis tidak mempunyai kekuatan (*power*). Akibatnya, sektor informal berada pada kondisi bargaining position yang lemah dan kedudukannya sering diabaikan oleh pemerintah dan bahkan digusur. Pada sisi lain, secara ekonomi pedagang kaki lima mempunyai peran yang penting dalam masyarakat. Setidak-tidaknya terdapat dua keuntungan yang diberikan. *Pertama*, komoditi yang diusahakan adalah barang-barang kebutuhan yang relatif sangat dibutuhkan masyarakat menengah dan bawah yang merupakan mayoritas masyarakat. *Kedua*, teknologi yang digunakan relatif sederhana sehingga barang yang ditawarkan harganya lebih murah dibandingkan dengan barang-barang yang disediakan oleh toko-toko besar dan supermarket. Terlebih dalam masa krisis, masyarakat akan cenderung lebih berpikir pragmatis.

Dalam hal ini belanja pada pedagang kaki lima merupakan alternatif utama agar mereka tetap survive (Effendy, 1993).

Krisis ekonomi yang melanda Indonesia sejak pertengahan tahun 1997 lalu, yang diawali dengan krisis nilai tukar rupiah terhadap dollar AS yang merupakan krisis moneter ini telah mengakibatkan perekonomian Indonesia mengalami resesi. Krisis ini sangat berpengaruh negatif terhadap hampir semua lapisan/golongan masyarakat dan hampir semua kegiatan ekonomi di dalam negeri, namun demikian usaha sektor informal dalam situasi tersebut malahan menjamur. Hal ini merupakan indikator bahwa masyarakat membutuhkan keberadaan sektor ini.

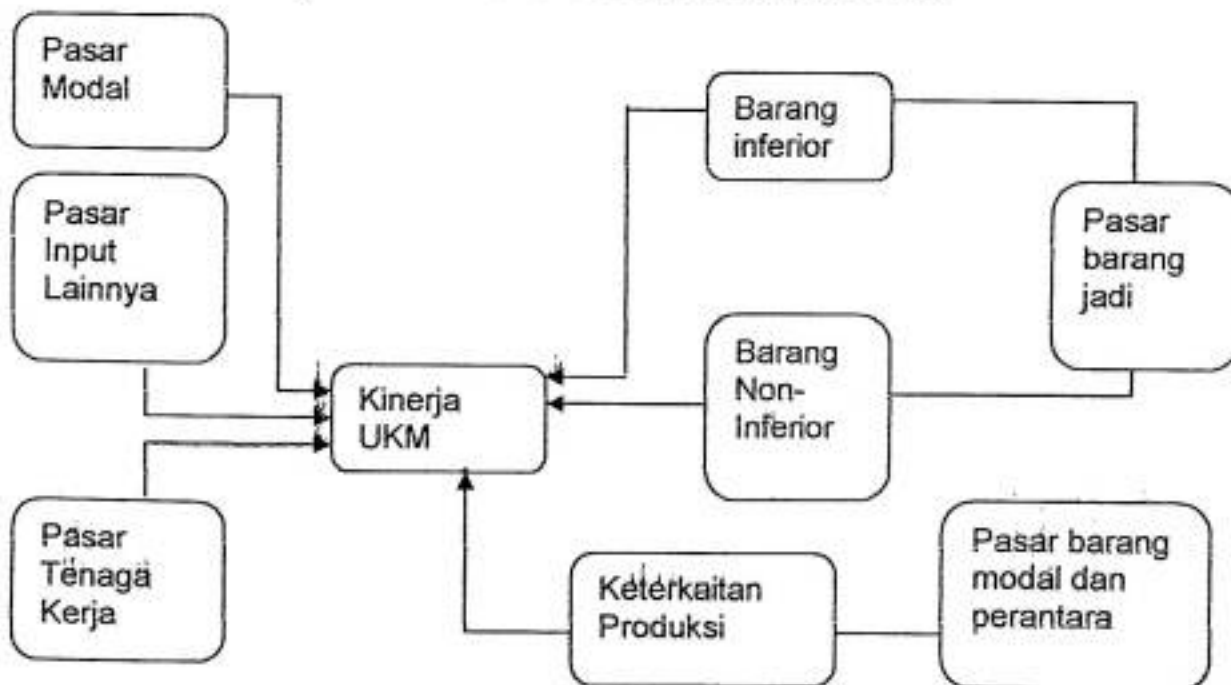
Secara struktural suatu gejala ekonomi mempengaruhi usaha melalui sisi permintaan (pasar output) dan/atau sisi penawaran (pasar input). Besarnya efek tersebut bervariasi menurut jenis kegiatan atau sektor/subsektor, skala usaha, dan wilayah usaha (lokasi perusahaan dan lokasi pasar) yang berbeda. Perbedaan ini karena orientasi dan struktur pasar output dan input, pola proses produksi, dan jenis serta intensitas pemakaian output/bahan baku berbeda menurut kegiatan ekonomi yang berbeda. Oleh karenanya dampak dari suatu gejolak ekonomi terhadap usaha kecil dan menengah perlu dianalisis dari dua sisi, yakni sisi penawaran dan sisi permintaan (Tambunan, 2002).

Sisi Penawaran, efek negatif dari suatu gejolak berasal dari dua sumber, *pertama* seperti yang dialami Indonesia pada saat krisis yang mencapai klimaksnya (tahun 1998). Salah satu respons langsung dari pemerintah terhadap krisis yang terjadi adalah suku bunga menjadi ekstra tinggi, pada waktu itu yang diakibatkan oleh sektor perbankan mengalami masalah utang macet sebagai akibat langsung dari krisis tersebut, akses ke bank menjadi sulit. Sulitnya pengusaha mendapatkan kredit dari bank, banyak usaha baik UKM maupun usaha besar mengalami stagnasi atau terpaksa gulung tikar karena tidak ada dana tersedia baik untuk kebutuhan modal kerja maupun investasi. *Kedua*, harga-harga dari bahan baku serta material produksi lainnya juga mengalami peningkatan yang tajam, khususnya bahan baku impor. Namun demikian, dari sisi produksi krisis ekonomi seperti yang dialami Indonesia juga memberikan dorongan positif bagi pertumbuhan jumlah usaha sektor informal. Jumlah pekerja di sektor formal yang telah di PHK-kan, untuk mempertahankan hidup, sebagian besar dari mereka terpaksa melakukan kegiatan ekonomi apa saja yang gampang/dapat dikerjakan dengan modal yang relatif kecil mereka membuka usaha skala kecil sendiri atau bekerja di usaha kecil milik orang lain yang masih dapat beroperasi.

Dorongan positif lainnya dari sisi penawaran adalah munculnya keinginan usaha besar untuk melakukan mitra usaha dengan UKM

karena kondisi yang memaksa. Akibat biaya overhead dan biaya produksi meningkat yang disebabkan oleh depresiasi nilai tukar rupiah terhadap dollar AS sehingga harga-harga barang impor dalam rupiah menjadi sangat tinggi, memaksa usaha besar untuk merevisi kembali strateginya dengan UKM misalnya melalui sistem subkontrak. Untuk jelasnya dapat dilihat gambar gejala ekonomi mempengaruhi setiap jenis usaha berikut:

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran Teoritis Mengenai Dampak Dari Suatu Gejala Ekonomi Terhadap Kinerja UKM



Sumber: Tambunan, 2000

Sisi Permintaan, salah satu dampak negatif dari krisis ekonomi di

Indonesia yang sangat nyata adalah tingkat pendapatan riil masyarakat per kapita mengalami suatu kemerosotan yang tajam. Penurunan pendapatan itu berarti juga penurunan permintaan agregat, baik terhadap

produk-produk buatan dalam negeri maupun barang impor, yang selanjutnya akan berdampak negatif terhadap pertumbuhan output di sektor-sektor ekonomi dalam negeri.

Permintaan terhadap produk-produk buatan UKM berasal dari 3 sumber utama, yaitu: (1) masyarakat; (2) perusahaan; dan (3) pemerintah. Sumber pertama adalah permintaan akhir (*final demand*) yang terdiri permintaan dalam negeri dan luar negeri. Sumber kedua adalah permintaan antara (*intermediate demand*) dari usaha besar dan dari sektor-sektor lainnya untuk barang-barang modal, alat produksi dan komponen-komponen atau spare part melalui keterkaitan-keterkaitan bisnis seperti subkontrak dengan UKM (Usaha Kecil dan Menengah). Sumber ketiga adalah permintaan dari pemerintah misalnya seragam pegawai negeri dan alat-alat perkantoran.

Berkaitan dengan permintaan akhir dari masyarakat, di dalam literatur mengenai UKM di negara-negara sedang berkembang, sering dikatakan bahwa perubahan tingkat pendapatan riil masyarakat per kepala merupakan salah satu faktor penentu yang sangat penting terhadap perubahan dari pola permintaan terhadap produk-produk buatan UKM termasuk sektor informal. Sesuai hukum Engels, apabila pendapatan riil seseorang meningkat, maka permintaan atau pangsa pasar untuk pengeluaran konsumsinya akan bergeser dari makanan ke non-makanan, misalnya perabot rumah tangga, elektronik hingga mobil.

Atau dapat diformulasikan sebagai berikut, apabila pendapatan riilnya meningkat (menurun), maka permintaannya terhadap barang-barang inferior berkurang (bertambah) yang kebanyakan dibuat terutama oleh usaha kecil/sector informal.

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, dapat diperkirakan bahwa meningkatnya kemiskinan di Indonesia semasa krisis akan berdampak positif terhadap perumbuhan output dari UKM/sector informal, paling tidak usaha-usaha yang menghasilkan produk-produk murah, dengan asumsi bahwa penambahan jumlah orang miskin tersebut sebelumnya berasal dari kelompok berpendapatan menengah ke atas. Akan tetapi perkiraan teoritis ini sangat tergantung pada asumsi bahwa faktor-faktor non-harga seperti kualitas barang, pelayanan, promosi, desain dan lain-lain mendukung keunggulan dari produk-produk tersebut, karena zaman sekarang ini, harga bukan lagi satu-satunya faktor yang menentukan tingkat daya saing global dari suatu barang.

Berdasarkan hasil data sensus penduduk, memang secara relatif pada periode 1980-1995 telah terjadi penurunan tenaga kerja di sector informal, yaitu 69,8 persen pada tahun 1980 turun 62,9 persen tahun 1995, namun angka ini tidak diikuti dengan penurunan jumlah absolut tenaga kerja yang terserap di dalamnya, terbukti dengan adanya penambahan sekitar 15,5 juta orang angkatan kerja yang terserap di sector informal dari tahun 1980 sampai tahun 1995. Ini berarti bahwa

setiap tahun rata-rata terdapat satu juta penambahan tenaga kerja yang masuk ke sektor informal (Agus Joko P, 1999). Dengan demikian sektor ini merupakan sektor ekonomi rakyat karena melibatkan partipasi rakyat banyak serta pemilikan dan atau pemilikannya oleh rakyat banyak (Pokok-Pokok Pembinaan Pengusaha Kecil,1993). Menurut Effendi (1986), mereka memasuki sektor ini dengan berbagai alasan antara lain: cara pendirian yang mudah, tidak memerlukan modal yang besar, tidak membutuhkan pendidikan formal yang tinggi, organisasi yang sederhana, pendapatan dianggap memadai, kemandirian, tidak ada pilihan lain, pengaruh teman/famili. De Soto mengatakan (1989), bahwa ketika para migran tiba di kota, mereka menemukan tidak ada pekerjaan buat mereka, dalam situasi demikian mereka bersama keluarga memasuki usaha sektor informal.

Sektor informal merupakan bidang yang banyak ditekuni oleh orang yang berasal dari berbagai tingkat pendidikan, mulai dari tidak tamat SD sampai yang berpendidikan perguruan tinggi (Ramli, 1992) Sampai sejauh mana hubungan tingkat pendidikan dengan pekerjaan pada sektor ini, merupakan hal penting untuk diteliti. Dikatakan demikian karena menurut Standing (1981), untuk mengukur tingkat pemanfaatan angkatan kerja, salah satu faktor yang harus diperhatikan ialah kesesuaian antara tingkat pendidikan seseorang dengan lapangan kerja yang ditekuninya. Kalau tidak sesuai akan menimbulkan

Underemployment yaitu orang yang bekerja dibawah kemampuan yang dimilikinya, selanjutnya hal tersebut akan mempengaruhi tingkat produktivitas dan pendapatan. Keadaan ini tidak terlepas semakin kompleks penciptaan lapangan kerja di Sulawesi Selatan terutama di Kota Makassar, Parepare dan Kabupaten Bone.

Penduduk Kota Makassar (Kantor Statistik Kota Makassar, 2001) dari tahun 1997 sampai tahun 2001 mengalami pertumbuhan rata-rata 1,55 persen. Pada tahun 1997 penduduk kota Makassar 1.050.337 Jiwa, dan pada tahun 2001 tercatat sebanyak 1.116.834 jiwa. Pada tahun 2002 pencari kerja yang tercatat sebanyak 29.315 orang yang terdiri dari laki-laki sebanyak 13.676 jiwa dan perempuan 15.639 orang dari jumlah tersebut dapat dilihat bahwa pencari kerja menurut tingkat pendidikan terlihat bahwa tingkat pendidikan sarjana yang menempati peringkat pertama yaitu sekitar 47,22 persen disusul tingkat pendidikan SMU sekitar 39,24 persen. Selama tahun 1999-2002 terlihat bahwa pencari kerja di Kota Makassar cenderung meningkat, dimana tahun 1999 pencari kerja tercatat sebanyak 17.889 orang, tahun 2000 sebanyak 22.235 orang dan tahun 2001 sebanyak 23.294 orang. Sedang tahun 2002 meningkat menjadi 29.315 orang atau naik sekitar 25,85 persen.

Penduduk Kota Parepare (Kantor Statistik Kota Parepare, 2001) dari tahun 1997 sampai tahun 2001 mengalami pertumbuhana rata-rata 0,63 persen. Pada tahun 1997 penduduk kota Parepare sebanyak

106.231 Jiwa , dan pada tahun 2001 tercatat sebanyak 108.917 jiwa, yang tersebar di 3 kecamatan dan 21 kelurahan, dengan jumlah penduduk terbanyak yaitu Kecamatan Bacukiki dengan 41.847 jiwa. Menurut data dari Dispenda Kota Parepare tahun 2004 usaha sektor informal yang terdaftar sebanyak 1.235 unit usaha yang tersebar di 3 Kecamatan, yakni Kecamatan Bacukiki, Kecamatan Ujung, dan Kecamatan Soreang.

Pada tahun 2001 pencari kerja yang tercatat sebanyak 582 orang yang terdiri dari laki-laki sebanyak 281 jiwa dan perempuan 301 orang dari jumlah tersebut dapat dilihat bahwa pencari kerja menurut tingkat pendidikan terlihat bahwa tingkat pendidikan SMU yang menempati peringkat pertama yaitu sekitar 28 persen disusul tingkat pendidikan SLTP umum sekitar 0,22 persen.

Penduduk Kabupaten Bone (Kantor Statistik Kabupaten Bone, 2001) dari tahun 1997 sampai tahun 2001 mengalami pertumbuhan rata-rata 0,58 persen. Pada tahun 1997 penduduk Kabupaten Bone sebanyak 636.794 Jiwa , dan pada tahun 2001 tercatat sebanyak 651.746 jiwa, yang tersebar di 27 Kecamatan , dengan jumlah penduduk terbanyak yaitu Kecamatan Tanete Riattang dengan jumlah penduduk sebanyak 40.072 jiwa. Pada tahun 2001 pencari kerja yang tercatat sebanyak 18.195 jiwa yang terdiri dari laki-laki sebanyak 6.228 jiwa dan perempuan 11.967 jiwa

Menurut data dari Dispenda Kabupaten Bone tahun 2004 usaha sektor informal yang terdaftar sebanyak 925 unit usaha yang tersebar di 3 Kecamatan, yakni Kecamatan Tanete Riattang, Kecamatan Tantete Riattang Timur, dan Kecamatan Tanete Riattang Barat, dan yang dominan.

Angka-angka tersebut memberikan gambaran tentang masalah-masalah yang dihadapi Kota Makassar, Kota Parepare dan Kabupaten Bone dalam hal penyediaan fasilitas warganya, seperti dalam penyediaan kesempatan kerja khususnya di sektor formal. Angkatan kerja yang tidak tertampung pada sektor formal, berpaling untuk bekerja pada sektor informal yang diharapkan menyangga kehidupannya.

Berdasarkan data dari Perusahaan Daerah (PD) Pasar Kota Makassar pada tahun 2002 tercatat usaha sektor informal 3.327 unit usaha yang terdiri atas bagian Utara Makassar 1.080 unit usaha, bagian Timur sebanyak 1.200 unit usaha, bagian Selatan 900 unit usaha dan bagian Barat 147 unit usaha dan rata-rata perkembangannya 5-8% per tahun untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 1.1 Perkembangan Usaha Sektor Informal di Kota Makassar
(Tahun 1997-2002)**

Sektor/Daerah	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Utara	728	791	862	929	1.000	1.080
Timur	826	899	960	1.040	1.100	1.200
Selatan	615	669	721	808	850	900
Barat	97	101	110	120	126	147
Jumlah	2.266	2.460	2.661	2.897	3.076	3.327

Sumber : PD. Pasar Kota Makassar, 2003

Ket :

- Sektor Utara meliputi; Makassar Mall, Galangan Kapal, Kalimbu, A. Rahman Hakim, Panampu, Karebosi
- Sektor Timur meliputi; Perumnas Tamalate, Antang, Urip Sumoharjo, Tello, Pettarani, Sultan Alauddin, dan Pasar Daya
- Sektor Selatan meliputi; Metro Losari, Cenderawasih, Bajiminasa, Parang Tambung, Rajawali
- Sektor Barat meliputi; Somba Opu, Pelabuhan

Dari tabel di atas, nampak adanya perkembangan dari tahun 1997 sampai dengan 2002 rata-rata 7-8 persen per tahun, dimana sektor Timur meliputi; Perumnas Tamalate, Antang, Urip Sumoharjo, Tello, Pettarani, Sultan Alauddin, dan Pasar Daya yang merupakan paling terbanyak diantara sektor lain. Data yang diperoleh ini berasal dari PD yang merupakan lembaga yang mencatat perkembangan jumlah pedagang sector informal. Adapun perkembangan usaha sektor informal pada 14 (empat belas) Kecamatan di Kota Makassar nampak terlihat pada tabel berikut.

Tabel 1.2 Perkembangan Usaha Sektor Informal Per Kecamatan di Kota Makassar (Tahun 1997-2002)

No.	KECAMATAN	TAHUN					
		1997	1998	1999	2000	2001	2002
1	Mariso	72	78	85	92	98	106
2	Mamajang	313	340	370	402	430	464
3	Tamalate	33	36	39	42	45	49
4	Rappocini	157	171	186	202	216	233
5	Makassar	35	38	41	45	48	52
6	Ujung Pandang	209	227	247	268	287	310
7	W a j o	300	327	344	378	408	441
8	Bontoala	49	53	57	62	67	78
9	Ujung Tanah	42	45	50	54	58	63
10	Tallo	390	422	457	494	507	547
11	Panakkukang	378	413	452	494	531	576
12	Manggala	141	153	166	180	193	208
13	Biringkanaya	69	77	85	94	102	112
14	Tamalanrea	58	60	62	64	66	68
Jumlah		2.266	2.460	2.661	2.897	3.076	3.327

Sumber : PD. Pasar Kota Makassar, 2003

Dari tabel 1.2 di atas, nampak bahwa setiap tahun terus mengalami perkembangan jumlah usaha sektor informal dan pertumbuhannya sekitar 7-8 persen per tahun Kecamatan yang paling banyak usaha sektor informal yakni di Kecamatan Panakukang .

Dari data tersebut dapat dikatakan bahwa pertumbuhan sektor informal semakin bertambah, sehingga akan menyerap banyak tenaga kerja. Apalagi jika dihubungkan dengan kondisi objektif di lapangan bahwa

banyak usaha sektor informal belum terdaftar pada PD Pasar, Kota Makassar.

Di beberapa negara yang sedang berkembang (*developing countries*) sektor usaha kecil umumnya menyerap banyak tenaga kerja, pertumbuhan sektor informal yang pesat seiring dengan penambahan penduduk di perkotaan menyebabkan tanah, perumahan, dan fasilitas lainnya semakin mahal. Kelompok masyarakat berpendapatan rendah yang umumnya terdiri dari pekerja sektor informal yang kebanyakan terdiri dari para urbanit, mencari daerah-daerah yang terjangkau oleh keadaan ekonominya. Akhirnya mereka berkonsentrasi pada daerah-daerah tertentu yang selanjutnya "daerah kumuh" . (Arief, 1994).

Perkembangan sektor informal yang berlangsung secara berkesinambungan memerlukan pengkajian empiris terutama dalam menganalisis mengapa sektor ini banyak melahirkan usaha yang tangguh dan bahkan eksis di masa krisis. Pendekatan managerial, studi lingkungan, kewirausahaan dan kajian mendalam tentang kunci sukses pengusaha sektor informal dapat memberikan kontribusi nyata dalam pembinaan sektor ini.

Polemik tentang prospek sektor informal yang terus berlangsung disertai pesatnya penambahan jumlah tenaga kerja yang masuk ke sektor tersebut, mengindikasikan perlunya suatu studi yang secara mendalam menelaah perkembangan, prospek dan faktor-faktor yang mempengaruhi

kinerja sektor informal, terlebih dengan adanya krisis moneter yang terjadi sejak pertengahan tahun 1997, perkembangan, prospek, dan kemampuan untuk bertahan sektor Informal sampai sekarang menarik untuk dikaji lebih mendalam. Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah mengkaji persepsi pengusaha sektor informal mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kinerjanya dari tinjauan pendekatan finansil, pemasaran, lingkungan, sumber daya manusia, dan kewirausahaan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, masalah penelitian yang diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah aspek keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan?
2. Apakah aspek lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan?
3. Apakah aspek pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan?
4. Apakah aspek sumber daya manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan?
5. Apakah aspek kemampuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis aspek keuangan yang berpengaruh terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan
2. Untuk menelaah dan menganalisis terhadap aspek lingkungan yang mempengaruhi kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan
3. Untuk mengetahui seberapa besar peran aspek pemasaran yang dapat berpengaruh terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan
4. Untuk menganalisis aspek sumber daya manusia yang berpengaruh terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kewirausahaan terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Sebagai bahan masukan bagi pemerintah khususnya pemerintah di Sulawesi Selatan dalam membuat pola kebijakan untuk pembinaan dan pengembangan usaha sektor informal.
2. Dapat dipakai sebagai bahan informasi bagi para pengusaha sektor informal, dalam rangka meningkatkan kinerja usahanya, mengingat permasalahan sektor informal sangat luas dan kompleks

3. Sebagai bahan kajian dan menetapkan pentingnya analisis keuangan, lingkungan, pemasaran, sumberdaya manusia, dan kewirausahaan dalam menilai kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan
4. Sebagai bahan kajian dalam menetapkan pengelolaan keuangan sesuai kebutuhan usaha sektor informal di Sulawesi Selatan.

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA



2.1 Usaha Sektor Informal

Konsep sektor informal pertama kali dikemukakan oleh Hart tahun 1971 (Bremen, 1985), yang mengadakan penelitian di Ghana. Kemudian penelitian pada sektor ini dilanjutkan dan dipopulerkan oleh ILO, yang mengadakan penelitian di Kenya tahun 1973 (Suwarno, 1981). Hart menyatakan bahwa kegiatan-kegiatan sektor informal mencakup kegiatan dimana mereka aktif di bidang ini bekerja sendiri (*self employed*).

Dalam perkembangan selanjutnya, pengertian tersebut di atas lebih diperluas, tidak terbatas pada mereka yang bekerja sendiri, tapi juga mereka yang menggunakan tenaga kerja dari keluarga dan dari luar keluarga, olehnya itu jenis usaha ini juga memerlukan modal. Modal ini bersumber dari tabungan sendiri, pinjaman dari teman-teman atau dari rentenir (Efendi, 1986).

Menurut Evers (1991) dikatakan bahwa sektor informal merupakan kegiatan dari ekonomi bayangan yang beroperasi dalam unit-unit kecil dengan orientasi pada pasar barang dan jasa, yang menawarkan efisiensi pelayanan dimana sektor ini berada dalam subsisten (*subsistence production*). Yang dimaksud oleh Evers, ekonomi bayangan adalah

seluruh kegiatan ekonomi yang tak terlihat oleh statistik resmi pemerintah, dan karenanya tidak terjangkau oleh aturan dan pajak negara.

Menurut Hidayat (1985), munculnya sektor informal di perkotaan di Indonesia, pada garis besarnya disebabkan oleh dua kekuatan:

1. Demografis, dalam hal ini pertumbuhan penduduk yang selanjutnya diikuti dengan penambahan angkatan kerja, dimana angkatan kerja ini hanya sebagian yang tertampung pada sektor formal.
2. Strategi pembangunan yang berorientasi pada skala besar. Akibatnya kegiatan ekonomi yang berskala kecil termasuk sektor informal tidak memperoleh perhatian seperti yang dirasakan oleh unit usaha yang berskala besar. Walaupun terjadi pertumbuhan ekonomi yang cukup pesat yang ditandai dengan kenaikan GNP yang cukup tinggi sering tidak diimbangi dengan penambahan kesempatan kerja yang memadai.

Keberadaan dan perkembangan sektor informal yang berdampingan dengan sektor formal khususnya di perkotaan menimbulkan terjadinya dualisme dalam perekonomian. Disatu pihak sektor formal mendapat perhatian yang lebih besar untuk berkembang, sedang dipihak lain dalam hal ini sektor informal dilecehkan. Hal ini searah dengan yang dikemukakan oleh Prebisch (Meier, G.M dan Baldwin R.E, 1957), bahwa pada satu sektor menjadi pulau pembangunan, sedang

pada sektor lainnya mengalami kemajuan kecil, bahkan kemandekan dengan demikian timbullah *dual economics*.

Berhubungan dengan hal tersebut di atas, maka oleh Higgins dalam Sukirno (1978) dikatakan bahwa dengan timbulnya dualisme ekonomi menyebabkan pula timbulnya dualisme teknologi. Yang dimaksud dengan dualisme teknologi adalah suatu keadaan dimana di dalam suatu bidang kegiatan ekonomi tertentu digunakan teknik produksi organisasi yang maju, sedangkan pada kegiatan ekonomi yang lain hanya mempergunakan teknologi dan organisasi ekonomi yang sederhana. Selanjutnya dengan dualisme ekonomi ditandai pula dengan dualisme finansial ialah disatu pihak keberadaan pasar uang yang memiliki organisasi yang sempurna misalnya bank komersial, sedang disisi lain keberadaan pasar uang yang tidak terorganisasi, misalnya pelepas uang atau rentenir.

Strategi industrialisasi yang banyak mengandalkan akumulasi modal, proteksi dan teknologi tinggi telah menimbulkan polarisasi dan dualisme dalam proses pembangunan. Fakta menunjukkan sektor manufaktur yang modern hidup berdampingan dengan sektor pertanian yang tradisional dan kurang produktif. Dua macam sektor ekonomi yang sangat berbeda karakteristiknya saling berhadapan satu sama lain. Sektor pertama berupa struktur ekonomi modern yang secara komersial

cenderung bersifat canggih, yang banyak bersentuhan dengan lalu lintas perdagangan internasional, dibimbing oleh motif-motif memperoleh keuntungan yang maksimal. Di dalam konteks masyarakat sekarang ini sektor tersebut dikuasai oleh orang-orang bermodal besar (konglomerat) yang terutama berasal dari daerah metropolitan (kota-kota besar), dimana pusat kekuasaan pemerintahan dan kegiatan ekonomi berada berhadapan dan terpisah dari sektor pertama, dijumpai sektor yang kedua berupa struktur ekonomi pedesaan yang bersifat tradisional yang menurut teori ekonomi modern merupakan struktur ekonomi berorientasi kepada sikap-sikap konservatif, kurang menanggapi rangsangan-rangsangan internasional dari kekuatan internasional, serta kurang mampu mengusahakan pertumbuhan perdagangan secara dinamis. Sebagian besar warga negara Indonesia hidup di dalam sektor yang kedua ini (Nasikun, 1989).

Boeke (1930) menyatakan bahwa dualisme ekonomi timbul akibat adanya sebuah sektor dalam kegiatan ekonomi kolonial yang memberikan perlawanan dari perembesan politik kolonial. Di dalam dualisme ekonomi, masing-masing sektor memperlihatkan kejelasan karakteristiknya sendiri. Di satu pihak, terdapat sektor yang berfungsi atas dasar prinsip-prinsip kapitalisme dengan hadirnya perusahaan dagang dan pabrik besar.

Sedangkan di lain pihak, terdapat sektor yang dikuasai petani kecil dan para pengrajin dengan cirinya memiliki "mentalitas oriental" (Evers, 1991).

Dewasa ini dualisme ekonomi timbul dari adanya urbanisasi. Adapun urbanisasi adalah perpindahan penduduk desa yang menuju kota sehingga mengakibatkan semakin besarnya proporsi penduduk yang tinggal di perkotaan. Dengan demikian, tingkat urbanisasi pada suatu wilayah dapat dinyatakan sebagian besar proporsi penduduk pada wilayah tersebut (BPS, 1997: bab IV). Tingkat urbanisasi di Indonesia cenderung terus meningkat dari waktu ke waktu. Pada tahun 1961 penduduk perkotaan baru 15 persen, pada tahun 1970 meningkat sedikit menjadi 17,4 persen, 1980 menjadi 22,27 persen, dan tingkat urbanisasi semakin cepat hingga 1990 mencapai 30,9 persen dan tahun 1995 menjadi 35,9 persen.

Adapun alasan melakukan migrasi, menurut Survey Penduduk Antar Sensus (SUPAS) 1995, adalah (1) perubahan status perkawinan dan saudara kandung/famili lain sebesar 41,35 persen ; (2) karena pekerjaan sebesar 39,65 persen; (3) karena pendidikan sebesar 14,96 persen; dan (4) karena perumahan hanya 2,57 persen dan lain-lain 1,47 persen (BPS, 1997: 36, tabel 4.5).

Perkembangan kota yang lebih cepat mengakibatkan terjadinya urbanisasi yang bersifat prematur. Artinya, urbanisasi desa-kota terjadi

sebelum industri di kota mampu berdiri sendiri. Migrasi dari desa ke kota ini diyakini merupakan faktor yang utama penyumbang pertumbuhan kota.

Pendatang baru di kota karena tidak memperoleh pekerjaan mencoba mengadu nasibnya dengan berpartisipasi dalam kegiatan ekonomi kota sebagai *self employment* yang dikenal dengan sektor informal.

Sektor informal menurut Weeks, bukanlah merupakan sektor yang memiliki sifat-sifat seperti sektor tradisional sepenuhnya yaitu sifat statis, melainkan memiliki sifat dinamis, walaupun begitu sektor informal bisa dikatakan sebagai bagian dari sektor tradisional yang mempunyai pemahaman lebih luas (Hidayat, 1978).

Sektor informal, menurut Dipak Mazumbar (Bank Dunia), adalah unit-unit usaha yang tidak atau sedikit sekali menerima proteksi secara resmi dari pemerintah. Jadi untuk mengkategorikan suatu unit usaha ke dalam sektor informal perlu diperhatikan suatu kriteria bahwa selama bantuan/fasilitas yang disediakan oleh pemerintah adalah yang digunakan sebagai ukuran, unit-unit usaha yang tidak dapat mempergunakan fasilitas itu dikelompokkan ke dalam sektor informal. Jadi kriteria *accessibility* terhadap suatu fasilitas yang disediakan oleh pemerintah adalah yang digunakan sebagai ukuran. Dengan kata lain, bukanlah tersedianya fasilitas yang penting, melainkan penggunaan fasilitas tersebut. Juga

diartikan bahwa sektor informal ialah suatu unit usaha yang telah memperoleh bantuan ekonomi pemerintah, tetapi karena sesuatu hal unit usaha itu belum bisa berkembang (Hidayat, 1978).

Sementara itu oleh ILO (*International Labor Organization*) menyatakan bahwa sektor informal terdiri dari unit usaha berskala kecil yang memproduksi serta mendistribusikan barang dan jasa dengan tujuan pokok untuk menciptakan kesempatan kerja dan pendapatan bagi dirinya masing-masing dan dalam usahanya itu sangat dibatasi oleh kapital, baik fisik, maupun manusia dan keterampilan (Sethuraman, 1981).

Sektor informal adalah bagian dari sistem ekonomi kota dan desa yang belum mendapatkan bantuan ekonomi dari pemerintah atau belum mampu menggunakan bantuan yang telah disediakan atau telah menerima bantuan tetapi belum sanggup berdikari (Hidayat, 1983).

Sektor informal di Indonesia menurut Hidayat (1978), umumnya mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

- (1) Kegiatan usaha tidak terorganisasikan secara baik karena timbulnya unit-unit usaha tidak mempergunakan fasilitas/kelembagaan yang tersedia di sektor formal.
- (2) Pada umumnya unit usaha tidak mempunyai izin usaha.
- (3) Pola kegiatan usaha tidak teratur baik dalam arti lokasi maupun jam kerja.

- (4) Pada umumnya kebijakan pemerintah untuk membantu golongan ekonomi lemah tidak sampai ke sektor ini.
- (5) Unit usaha mudah keluar masuk dari satu sub-sektor ke lain sub-sektor.
- (6) Teknologi yang digunakan bersifat primitif.
- (7) Modal dan perputaran usaha relatif kecil, sehingga skala operasi juga relatif kecil.
- (8) Untuk menjalankan usaha tidak diperlukan pendidikan formal karena pendidikan yang diperlukan diperoleh dari pengalaman sambil bekerja.
- (9) Pada umumnya unit usaha termasuk golongan one-man-enterprises dan kalau mempekerjakan buruh berasal dari keluarga.
- (10) Sumber dana modal usaha pada umumnya berasal dari tabungan sendiri atau dari lembaga keuangan yang tidak resmi.
- (11) Hasil produksi atau jasa terutama dikonsumsi oleh golongan masyarakat kota/desa yang berpenghasilan rendah, tetapi kadang-kadang yang berpenghasilan menengah.

Sektor informal sangat perlu dikembangkan lebih lanjut dan dibina dengan baik, adapun alasan-alasan perlu dikembangkannya sektor informal, menurut Todaro (1994), adalah sebagai berikut:

- (1) Sektor informal menghasilkan surplus, meskipun berada dalam suatu lingkungan kebijaksanaan yang memusuhinya, yang menolaknya untuk mendapatkan kemudahan terhadap keuntungan-keuntungan yang ditawarkan kepada sektor informal.
- (2) Sebagai akibat dari rendahnya intensitas penggunaan kapital, hanya sebagian kecil saja dari kapital yang diperlukan di sektor formal diperlukan untuk mempekerjakan seseorang di sektor informal.
- (3) Menyediakan kesempatan kerja untuk mendapatkan latihan dan magang dengan biaya yang jauh lebih rendah daripada yang disediakan oleh lembaga-lembaga formal dan sektor formal.
- (4) Sektor informal membutuhkan tenaga yang tidak memiliki keterampilan atau cukup hanya setengah terampil saja yang penawarannya semakin meningkat dan penawaran tersebut mustahil akan diserap oleh sektor formal yang sifat permintaannya lebih banyak membutuhkan tingkat yang berketerampilan.
- (5) Sektor informal mungkin akan dapat menggunakan teknologi tepat guna dan memanfaatkan sumber daya setempat yang tersedia yang memungkinkan alokasi sumber daya dapat dilaksanakan secara lebih efisien.

kondisi; sektor ini umumnya ditekuni golongan masyarakat bawah, baik sebagai produsen maupun sebagai konsumen.

Selanjutnya menurut Arif (1996), keberadaan sektor informal ditengah-tengah masyarakat dapat dilihat dari dua segi yaitu segi positif dan segi negatif. Dari segi positif, maka sektor informal mempunyai dampak:

1. Daya kemampuan yang tinggi untuk menyerap tenaga kerja
2. Mampu menciptakan lapangan kerja baru
3. Dapat memperlancar pemasaran produksi setempat, khususnya hasil produksi industri rumah tangga.
4. Umumnya sektor informal menjual barang-barang dan jasa-jasa yang merupakan kebutuhan pokok masyarakat setempat dengan harga yang terjangkau oleh masyarakat tersebut.
5. Bersifat *flexible*, artinya mudah berpindah kegiatan dari satu jenis usaha ke jenis usaha lainnya.
6. Mampu tetap bertahan dan berkembang tanpa mendapatkan bantuan atau fasilitas.
7. Dapat menjadi salah satu sektor sumber pendapatan pemerintah daerah dalam bentuk retribusi.

8. Dapat mensubsidi sektor formal dalam bentuk antara lain penyediaan tenaga kerja yang murah, tempat latihan dan magang angkatan kerja yang selanjutnya akan diserap oleh sektor formal.
9. Sektor informal dapat menggunakan teknologi tepat guna dengan menggunakan sumber daya setempat dengan efisien.
10. Sektor ini memegang peranan penting dalam mendaur ulang barang-barang buangan (sampah).
11. Dengan pembangunan sektor ini akan menjamin peningkatan pemerataan manfaat pembangunan kepada simiskin, karena umumnya mereka berkonsentrasi di sektor ini.
12. Secara makro, sektor ini dapat meredam gejolak inflasi.

Sedangkan dampak negatif sektor informal adalah:

1. Kadang-kadang mengganggu kebersihan, keindahan, dan pelaksanaan rencana tata ruang kota.
2. Dapat merupakan sumber gangguan lalu lintas, keamanan, dan ketertiban.
3. Salah satu penyebab daerah kumuh

2.3 Prospektif Sektor Informal

Secara mikro persepek sektor informal dapat dianalisis melalui peranannya terhadap ekonomi rumah tangga dan secara makro dilihat melalui penyebaran dan perkembangannya pada unit wilayah. Pada



level rumah tangga, unit usaha di sektor informal akan dirasakan bermanfaat apabila mampu memberikan dukungan terhadap ekonomi rumah tangga, misalnya melalui penghasilan yang diperoleh, merupakan satu-satunya sumber pendapatan utama rumah tangga atau berfungsi sebagai sumber pendapatan tambahan. Unit usaha di sektor informal dirasakan prospektif pada level rumah tangga apabila betul-betul diyakini sebagai tumpuan pendapatan rumah tangga. Pada unit wilayah prospek tersebut dilihat melalui pertumbuhan unit usahanya dari waktu-waktu. Pertambahan jumlah unit usaha secara pesat pada suatu wilayah dalam waktu tertentu diasumsikan sebagai indikator bahwa sektor informal mempunyai prospek yang baik.

Perkembangan sektor informal pada unit wilayah tentu saja tidak berjalan secara otomatis, usaha di sektor ini tidak dapat terlepas dari fleksibilitas daerah, unit-unit di sekitar, konsentrasi pemukiman, pusat pelayanan dan pendidikan, disamping kebijakan dari pemerintah daerah yang bersangkutan. Dalam upaya menjelaskan prospek sektor informal melalui perkembangan usaha secara regional, analisis tentang pertumbuhan dan keterkaitannya antar sektor lain menjadi bagian yang penting.

Pertumbuhan sektor informal secara pesat telah terjadi di berbagai negara, baik di negara maju maupun negara sedang

berkembang (Portes et al, 1989). Secara teoritis pertumbuhan sektor informal tersebut dapat ditelaah dari berbagai pendekatan (Berger & Buvinic, 1989) yaitu; *Theory of excess labor supply, neo-marxist approach, underground approach, and neo-liberal approach.*

Pendekatan pertama, memandang sektor informal sebagai reaksi terhadap keterbatasan sektor formal di dalam menyerap tenaga kerja. Hal ini terjadi sebagai akibat pasar tenaga kerja yang tidak sempurna (Imperfect labor market) di sektor formal. Sektor formal cenderung menggunakan tenaga kerja terampil dengan persyaratan keahlian tertentu, padahal tenaga kerja yang ada tidak semuanya memenuhi persyaratan tersebut. Sebagai akibatnya tenaga kerja yang tidak terserap pada sektor formal sudah tentu akan mencari usaha alternatif lain yang lebih mudah.

Pendekatan kedua, memandang bahwa tumbuhnya sektor informal merupakan akibat dari paham kapitalisme yang dikembangkan di negara-negara maju. Paham ini menyebabkan adanya dua sistem ekonomi yang berkembang, yaitu sistem ekonomi inti (*core*) dan sistem ekonomi pinggiran (*peripheral*). Sistem ekonomi yang telah maju biasanya melakukan eksploitasi terhadap kegiatan-kegiatan ekonomi yang masih terbelakang. Mekanisme tersebut, muncul sistem ekonomi kapitalis yang berkedudukan sebagai sektor formal dan sistem ekonomi tradisional sebagai sektor informal.

Pendekatan ketiga,

menurut pendekatan ini, sektor informal tumbuh sebagai akibat kompetisi internasional di antara industri-industri besar dunia. Industri berskala besar tersebut selanjutnya dikenal sebagai sektor formal. Persaingan ini akan memaksa industri-industri besar melakukan berbagai kegiatan informal agar tetap *survive*. Pada tahap berikutnya akan muncul banyak aktivitas informal, baik institusi maupun industri berskala menengah, yang mendukung industri besar dalam kompetisi ekonomi dunia. **Pendekatan keempat**, menurut pendekatan ini sektor informal muncul sebagai akibat berbagai persyaratan birokratis dan administrasi yang harus dipenuhi untuk menjadi sektor formal (Maldonado, 1995). Akibatnya, banyak unit produksi skala menengah dan kecil yang tidak dapat memenuhi persyaratan birokrasi dan administrasi yang ditentukan. Ketidakmampuan unit produksi di dalam memenuhi berbagai persyaratan dan aturan-aturan untuk menjadi sektor formal, maka dari itu disebutlah sektor baru yang menggunakan mekanisme usaha sendiri ini sebagai sektor informal.

Senada dengan apa yang diungkapkan oleh Berger & Buvinic (1989), Castells & Portes (1989) menjelaskan lima sebab munculnya sektor informal (*the genesis of informal economy*). **Pertama**, sektor informal merupakan kegiatan ekonomi individu yang muncul sebagai reaksi dari kegiatan ekonomi skala besar dan terorganisasi. **Kedua**,

sektor informal merupakan usaha ekonomi bebas sebagai reaksi dari kegiatan pemerintah yang sangat birokratis, misalnya perizinan, pajak dan lain-lain. **Ketiga**, sektor informal merupakan usaha lokal yang tidak mampu berkompetisi secara nasional sebagai reaksi dari adanya intervensi ekonomi skala internasional. Unit-unit produksi dalam suatu negara yang mempunyai tingkat kompetisi rendah akan melakukan usaha sendiri tanpa menggunakan cara-cara atau mekanisme usaha yang dilakukan oleh sektor formal. **Keempat**, sektor informal merupakan unit usaha bayangan (*shadow of production*) sebagai reaksi dari modernisasi dan industrialisasi. Mereka adalah unit-unit ekonomi kecil yang tidak termasuk dalam industri-industri yang telah terorganisir. **Kelima**, sektor informal merupakan kegiatan ekonomi alternatif yang berskala kecil, manajemen individu dan tidak terorganisasi sebagai reaksi dari adanya krisis ekonomi. Krisis ekonomi menyebabkan unit-unit ekonomi yang tidak dapat bertahan pecah menjadi bagian-bagian kecil yang bersifat informal.

Apabila dikaji menurut keterkaitan antar sektor, keterkaitan antara sektor informal dengan sektor formal merupakan aspek yang tidak dapat dipungkiri dalam suatu sistem ekonomi. Keberadaan sektor formal di kota, misalnya perkantoran atau industri, tidak urung akan diikuti dengan maraknya berbagai sektor informal, seperti pedagang kaki

lima dan pelayanan jasa-jasa kecil . Beberapa analisis menunjukkan bahwa keterkaitan sektor informal itu mempunyai hirarchis, biasanya sektor informal berada pada posisi subordinat (Gerry, 1978;Protes & Wilton, 1981, Portes et.al, 1989). Sektor informal sering dipandang sebagai sistem ekonomi bayangan, yang mempunyai posisi tawar-menawar yang rendah (Nugroho, 1987). Schmitz (1982) menjelaskan bahwa subordinasi sektor informal merupakan akibat dari kelemahan sektor informal sendiri, baik secara internal maupun eksternal. Secara internal, sektor informal mempunyai kelemahan kualitas sumber daya manusia pekerja, manajemen, usaha, dan koordinasi. Secara eksternal, sektor informal berhadapan dengan hambatan struktural, baik dalam bentuk persaingan oleh sektor formal/sektor pemerintah maupun penilaian dari berbagai institusi yang cenderung menyubordinasikan posisi sektor informal.

Kompleksitas keterkaitan antar sektor di dalam sektor informal dikategorikan oleh El Shaks (1984) menjadi dua tipologi, yaitu *pertama*, sektor informal yang aktivitas ekonominya memberikan layanan penting kepada masyarakat kota, berfungsi melengkapi (substitusi) sektor formal seperti pengusaha transportasi, pedagang makanan, warung kaki lima, jasa kecil-kecilan, dan sebagainya. *Kedua*, tipologi sektor informal dengan kegiatan ekonomi yang bersifat marginal, ilegal, dan cenderung

bersifat personal. Aktivitas ekonomi dari tipologi ini biasanya tanpa modal dan lebih menekankan pada kekuatan fisik, seperti pembantu rumah tangga, pengamen, pengemis, pemulung dan sebagainya. Selain dua tipologi yang dikembangkan EL Shaks (1984), keterkaitan antar sektor pada sektor informal dapat dijelaskan dengan menggunakan paradigma harmoni (*normative order*) dan paradigma konflik (Cuff & Payne, 1979; Bottomore & Nisbet, 1978).

Inti dari paradigma harmoni adalah keseimbangan sosial dari dua sistem nilainya berbeda. Model ini juga sering disebut dualistik sosial, bahwa didalam masyarakat transisi akan terbentuk dua sistem sosial yang bersifat paradoks. Sistem sosial pertama menggambarkan kondisi keterbelakangan atau tradisional, sedangkan sistem sosial yang kedua merupakan sistem yang telah maju. Mekanisme dualistik antara sifat tradisional dan modern tersebut selalu termanifestasi dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, baik dalam hal ekonomi, teknologi, sosial, maupun politik. Kesemuanya berada dalam suatu hubungan simbiosis mutualisme, saling menunjang dan keduanya saling memberikan keuntungan baik secara sosial maupun ekonomi (Booth & McCawley, 1982).

Paradigma konflik menjelaskan keberadaan sektor informal melalui model dependensian, artinya sektor informal merupakan sektor

yang selalu tergantung pada sektor formal. Dalam hal ini kadang-kadang terjadi eksploitasi yang dilakukan oleh sektor formal terhadap sektor informal. Pada perkembangan berikutnya adanya mekanisme substitusi dan fleksibilitas yang diperankan oleh sektor informal, menjadikan sektor ini mempunyai tingkat bertahan hidup yang tinggi dan dapat menjadi sektor penyangga bagi tenaga kerja yang tidak dapat memasuki sektor formal (Porters & Walton, 1981; Swasono, 1986; Hermanto, 1995).

Kenyataan membuktikan bahwa sampai saat ini sektor informal dipandang mempunyai tingkat fleksibilitas dan kemampuan bertahan (*survive*) yang lebih tinggi (Portés et al, 1989; Julien, 1998) Namun banyak juga pembuat kebijakan yang masih pesimis. Adanya asumsi pesimis ini sebenarnya berakar dari kendala internal dan eksternal yang masih melingkupi sektor informal. Beberapa studi empiris menunjukkan bahwa karakteristik internal dari tenaga kerja yang kurang berkualitas merupakan faktor yang turut menghambat perkembangan sektor informal (Hart, 1973; Moir & Soetjipto, 1977; Mazumdar, 1981). Keterbatasan sumber daya tersebut mengharuskan mereka melakukan aktivitas apa saja, seperti tukang becak, penjual keliling, pedagang kaki lima, pengemis, pemulung, dan lain-lain. Kondisi ini secara eksternal merugikan mereka karena pihak pemerintah maupun insitusi tingkat



local cenderung memandangnya sebagai sektor penghambat pembangunan dan tidak mempunyai posisi tawar menawar yang kuat.

Pada diskursus selanjutnya melihat adanya mekanisme subsidi dan fleksibilitas usaha disektor informal, akan sangat memungkinkan sektor ini dapat berkembang walaupun dalam kondisi krisis moneter seperti saat ini, bahkan sektor informal dapat dijadikan sebagai sistem ekonomi alternatif terhadap unit-unit produksi yang gagal di sektor formal (Sethuraman, 1977; Wallerstein 1979, Robert, 1990) adalah sangat mungkin apabila sektor informal mempunyai kemampuan berkembang yang sama dengan sektor formal (Souza & Tokman 1976).

Suatu model prediksi krossnational terhadap kesuksesan usaha yang dilakukan studi Lussier (1995) model ramalan dikembangkan data dari AS diuji penggunaannya perusahaan dari Eropa Timur, dan faktor yang sama ditemukan peramal sukses di AS (penempatan pegawai, tingkatan pendidikan, penggunaan penasehat profesional, dan perencanaan) adalah juga peramal kegagalan dan sukses pusat Eropa Timur, Semua faktor ini berhubungan dengan sumber daya manusia perusahaan. Adapun variabel yang diukur dalam prediksi kesuksesan dan kegagalan suatu usaha adalah: modal (kapital), record keeping, dan pengawasan keuangan, pengalaman industri, pengalaman manajemen,

perencanaan, penasehat, pendidikan, staffing, pelayanan, waktu, umur pemilik, partner, orang tua pemilik, minoritas dan pemasaran

Sejalan dengan perkembangan sektor informal, menurut Xueli Huang & Alan Brown (1997), mengemukakan masalah-masalah yang dihadapi oleh sektor usaha kecil, secara fakta bahwa para pimpinan/pemilik persepsi terhadap situasi merupakan masalah yang dapat mempengaruhi perilakunya seperti pencarian informasi. Secara konseptual persoalan individu merupakan persepsi yang dihadapi sekarang (Down, 1967) secara organisasi dapat diklasifikasi persoalan yang berhubungan dengan hubungan manusia, isu teknik (Blake and Mounton 1964.), dan organisasi input dan output (Acar, 1984) atau strategi dan operasional (Drucker 1954). Selanjutnya persepsi situasi merupakan masalah internal terhadap pengetahuan individu (Pound, 1969) motivasi seperti halnya pendidikan, secara eksternal menggambarkan secara lokasi geografi, tingkat pertumbuhan, sektor industri dan lingkungan pemerintah. (Ivy, 1997).

Perkembangan kerangka kerja (Walsh, 1988) mengklasifikasikan persoalan terhadap kewirausahaan sektor usaha kecil kedalam 5 area fungsi meliputi: (1) Hubungan manusia; (2) Akuntansi keuangan; (3) Pemasaran; (4) Manajemen internal; dan (5) Manajemen eksternal

(Wals ,1988). Untuk lebih jelasnya secara terinci dapat dianalisis masalah sebagai berikut:

1. Pembiayaan eksternal
2. Manajemen Pembiayaan internal
3. Penjualan
4. Pengembangan Produk
5. Manajemen operasional
6. Manajemen Umum
7. Manajemen Sumber Daya Manusia
8. Struktur organisasi /design
9. Lingkungan ekonomi
10. Peraturan lingkungan
11. Ekspor

Prediksi model untuk perusahaan yang sukses seperti yang dibahas oleh Robertt N Lussier dan Pfeifer (2001) dalam studi ini Lusier memprediksi model dan dikembangkan penggunaannya di Amerika Serikat beberapa faktor meliputi; Staffing, tingkat pendidikan, penggunaan tenaga ahli dan perencanaan, dan kesemuanya faktor tersebut yang dominan adalah sumber daya manusia. Adapun parameter yang diestimasi meliputi:

1. Modal

2. Pengawasan keuangan
3. Pengalaman industri
4. Pengalaman majamen
5. Perencanaan
6. Tenaga ahli
7. Pendidikan
8. Penempatan karyawan
9. Waktu pelayanan/produksi
10. Econimic Timing
11. Umur pemilik
12. Parner kerja
13. Orang tua pemilik perusahaan
14. Minoritas
15. Pemasaran

Implikasi dari prediksi tersebut menunjukkan bahwa setelah perang dunia kedua beberapa pusat negara Eropa Timur telah dikembangkan perencanaan ekonomi, dan selanjutnya mengelola sendiri pada semi ekonomi pasar terbuka, dan menuju ke pasar bebas dan selama periode tersebut manajemen kewirausahaan secara politik tidak memungkinkan. Para manajer berafiliasi terhadap partai komunis dan organisasi sedikit mengadakan pelatihan dan pengembangan, dan kebanyakan manajer

n formal atau pelatihan manajemen, dan juga tidak menggunakan tim ahli yang profesional. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa efek semua pendidikan, staffing, tim ahli, dan perencanaan diprediksi mempengaruhi kegagalan dan kesuksesan di Negara Eropa Timur. Hal ini secara spesial yang mengingat pentingnya memprediksi secara umum dan dipercaya bahwa sumber daya manusia mempunyai sedikit pengaruh kesuksesan dan kegagalan dan implikasinya bahwa sumber daya manusia harus berubah dan sumber lainnya akan dikembangkan oleh tenaga kerja.

2.4 Pengertian Kinerja dan Pengukuran

Kata kinerja adalah suatu istilah yang lebih populer digunakan oleh pengarang atau penerjemah buku manajemen keuangan atau lainnya dari pada kata prestasi yang keduanya mempunyai maksud atau pengertian yang sama. Istilah kinerja adalah padanan bahasa Inggris dari kata "Performance" menurut kamus Bahasa Indonesia (1999) kata kinerja dan prestasi berarti sesuatu atau hasil yang dicapai.

Penggunaan istilah kinerja digunakan untuk menilai tingkat keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan. Dalam melakukan penilaian kinerja keuangan suatu badan usaha, telah banyak dilakukan untuk tujuan yang berbeda-beda, antara lain untuk memprediksi



pertumbuhan laba, deviden yang akan diberikan, menguji tingkat operasi, efisiensi teknis dan efisiensi ekonomis, memprediksi kebangkrutan perusahaan, memprediksi risiko investasi, memprediksi perubahan kondisi keuangan, dan evaluasi kinerja keuangan untuk sistem peringatan dini (*early warning system*) atas kemunduran keuangan suatu perusahaan.

Lingkungan bisnis perusahaan sekarang ini berada pada abad perkembangan teknologi informasi yang begitu pesat, dimana suatu perusahaan tidak dapat memperoleh keunggulan bersaing, hanya dengan mengandalkan penerapan teknologi baru atau mengelola harta dan kewajiban finansialnya dengan baik, tetapi juga ditentukan kemampuan memanfaatkan aktiva tak terwujud yang dimilikinya, yaitu kemampuan untuk dapat berhasil dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompleks. Lingkungan bisnis memiliki karakteristik antara penggabungan antar fungsi, hubungan pada pelanggan dan pemasok, segmentasi pelanggan, skala global, inovasi, dan karyawan yang berkemampuan.

Interpretasi dan analisis terhadap perkembangan perusahaan, dapat dilakukan baik oleh pihak intern maupun ekstern perusahaan, diantaranya dengan melakukan analisis terhadap laporan keuangan guna menilai kinerja keuangan perusahaan, karena salah satu sumber data dalam penilaian kinerja keuangan, adalah laporan keuangan, baik itu

berupa Neraca, Laporan Rugi Laba maupun laporan sumber dan penggunaan kas.

Penilaian perusahaan sebagai tujuan pokok fungsi manajemen keuangan adalah penilaian faktor-faktor (antara lain anti trust, keamanan, produk, hubungan kerja dan pengendalian pencemaran), penilaian keputusan kebijakan (antara lain lini bisnis, ukuran perusahaan, jenis mesin yang digunakan, penggunaan utang, posisi likuiditas), dan penilaian arus kas serta faktor-faktor lainnya.

Hasil akhir dari proses pencatatan keuangan adalah laporan keuangan. Dengan melihat laporan keuangan suatu perusahaan dapat diketahui bagaimana prestasi manajemen dalam periode tersebut, namun kalau hanya melihat angka absolut, tidak bisa menentukan apakah suatu perusahaan baik atau buruk kinerjanya.

Informasi dari gambaran perkembangan keuangan perusahaan bisa diperoleh dengan mengadakan interpretasi dari laporan keuangan, yakni menghubungkan elemen-elemen yang ada pada laporan keuangan seperti elemen passiva yang satu dengan lainnya, elemen-elemen ini saling berhubungan. Penggunaan istilah kinerja digunakan untuk menilai tingkat keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan. Dalam melakukan penilaian kinerja keuangan suatu badan usaha, telah banyak dilakukan untuk tujuan yang berbeda-beda, antara lain untuk memprediksi

pertumbuhan laba, deviden yang akan diberikan, menguji tingkat operasi, efisiensi teknis dan efisiensi ekonomis, memprediksi kebangkrutan perusahaan, memprediksi risiko investasi, memprediksi perubahan kondisi keuangan, dan evaluasi kinerja keuangan untuk sistem peringatan dini (*early warning system*) atas kemunduran keuangan suatu perusahaan.

Hasibuan dalam Kallen (1997) mengemukakan bahwa beberapa indikasi kinerja perusahaan dapat dilihat dari laba, efisiensi pertumbuhan, kesempatan kerja, prestise profesional, kesejahteraan personalia dan kebanggaan kelompok.

Helfert (1996) menyatakan bahwa kinerja perusahaan adalah hasil dari banyak keputusan individu yang dibuat secara terus menerus oleh manajemen, oleh karena itu untuk menilai kinerja perusahaan perlu dilibatkan analisis dampak keuangan kumulatif dan ekonomi dari suatu keputusan, dan mempertimbangkan dengan menggunakan ukuran komparatif.

Lingkungan bisnis perusahaan sekarang ini berada pada abad perkembangan teknologi informasi yang begitu pesat, dimana suatu perusahaan tidak dapat memperoleh keunggulan bersaing, hanya dengan mengandalkan penerapan teknologi baru atau mengelola harta dan kewajiban finansialnya dengan baik, tetapi juga ditentukan kemampuan memanfaatkan aktiva tak terwujud yang dimilikinya, yaitu kemampuan

untuk dapat berhasil dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompleks. Lingkungan bisnis memiliki karakteristik antara penggabungan antar fungsi, hubungan pada pelanggan dan pemasok, segmentasi pelanggan, skala global, inovasi, dan karyawan yang berkemampuan.

Interpretasi dan analisis terhadap perkembangan perusahaan, dapat dilakukan baik oleh pihak intern maupun ekstern perusahaan, diantaranya dengan melakukan analisis terhadap laporan keuangan guna menilai kinerja keuangan perusahaan, karena salah satu sumber data dalam penilaian kinerja keuangan, adalah laporan keuangan, baik itu laporan Neraca, Laporan Rugi Laba maupun laporan sumber dan penggunaan kas.

Informasi dan gambaran perkembangan keuangan perusahaan bisa diperoleh dengan mengadakan interpretasi dari laporan keuangan, yakni menghubungkan elemen-elemen yang ada pada laporan keuangan seperti elemen passiva yang satu dengan lainnya, elemen aktiva dengan passiva, elemen-elemen neraca dengan elemen-elemen rugi laba, sehingga bisa diperoleh gambaran mengenai kondisi keuangan suatu perusahaan (Sutrisno, 2000).

Nilai dalam lingkungan usaha adalah kemampuan dari sesuatu untuk memberikan hasil (Helfert, 1997), sehingga penilaian adalah suatu kegiatan untuk memberikan hasil. Kinerja menurut Budiman (2000) adalah

ukuran keberhasilan usaha dengan memperhatikan efisiensi dan efektifitas, hasil tanpa diiringi dengan tingkat efisiensi dan efektifitas yang cukup itu bukanlah merupakan suatu kinerja, sehingga di dalam hasil tersebut harus terdapat tingkat efisiensi dan efektifitas, baru hasil tersebut dapat dikatakan kinerja.

Salah satu sumber data dalam penilaian kinerja keuangan adalah laporan keuangan, baik itu berupa, laporan Neraca, laporan Rugi/laba maupun laporan sumber dan penggunaan kas.

Laporan rugi- laba merupakan ringkasan empat jenis kegiatan

1. Menjual produk atau jasa.
2. Beban produksi atau untuk mendapatkan barang atau jasa yang dijual.
3. Beban yang timbul dalam memasarkan dan mendistribusikan produk atau jasa pada konsumen, serta yang berkaitan dengan beban administratif operasional; dan
4. Beban keuangan dalam menjalankan bisnis, contohnya bunga yang dibayarkan pada kreditur dan pembayaran dividen pada pemegang saham preferen.

Neraca merupakan gambaran suatu posisi keuangan perusahaan pada waktu tertentu, menyajikan kepemilikan aktiva, kewajiban, serta ekuitas pemegang saham dari pemilik. Aktiva

mewakili seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan, sementara kewajiban dan ekuitas pemegang saham menunjukkan bagaimana seluruh sumber daya perusahaan itu didanai.

Laporan arus kas yang menunjukkan arus kas sebenarnya yang dihasilkan oleh perusahaan sepanjang tahun itu. Arus kas dihasilkan terdiri 3 kelompok utama: (1) arus kas operasional, (2) investasi yang dilakukan perusahaan, serta (3) transaksi pendanaan, seperti pengeluaran saham, peminjaman serta pembayaran kembali kewajiban.

Arus kas dari kegiatan operasional terdiri atas (1) pengumpulan kas berasal dari konsumen, (2) pembayaran kepada pemasok, untuk pembelian bahan baku, (3) arus kas keluar dari kegiatan operasi lainnya, seperti beban pemasaran dan administrasi serta pembayaran bunga dan (4) pembayaran tunai pajak.

2.5 Aspek-Aspek Yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Sektor Informal

2.5.1 Aspek Keuangan

Salah satu faktor pendorong dalam melakukan usaha sektor informal adalah modal kerja yang merupakan dana yang dibutuhkan untuk kelangsungan hidup usaha melalui kemampuannya untuk mendatangkan keuntungan. Modal kerja yang dimiliki oleh usaha

sektor informal relative kecil dan pada mulanya diperoleh dari tabungan sendiri, atau dari keluarga, kenalannya. Kalau ada peluang untuk mengembangkan usaha, mereka pada umumnya meminjam modal dari bank pasar, atau para pelepas uang (rentenir), sangat jarang dijumpai memperoleh dana dari lembaga-lembaga keuangan formal.

Dilihat dari aspek manajemen keuangan, pada umumnya usaha sektor informal belum melakukan pemisahan keuangan, antara uang untuk usaha dengan uang untuk konsumsi keluarga, dan hal ini menyulitkan perkembangan usahanya, sedangkan pembukuan sudah dilakukan walaupun masih sangat sederhana, demikian juga dengan perencanaan keuangan, usaha sektor informal melakukannya walaupun sangat sederhana.

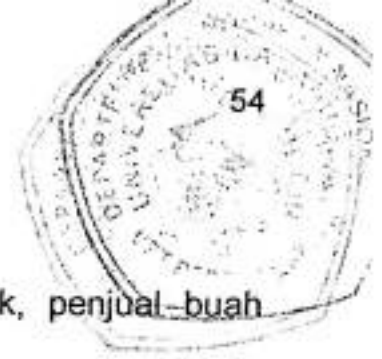
Besarnya tabungan erat hubungannya dengan kemampuan memperoleh keuntungan yang merupakan akumulasi modal untuk melakukan investasi karena usaha sektor informal pada umumnya kecil, maka mereka kurang mampu untuk melakukan akumulasi modal, sehingga untuk memperluas usahanya relative lambat.

Satu pedoman yang dapat dijadikan patokan oleh usaha sektor informal dalam hal meminjam dana adalah profit margin harus lebih besar dari tingkat bunga pinjaman, dan besarnya cicilan juga harus

lebih kecil dari saldo minimum terakhir. Karena pengembangan usaha sektor informal akan sangat tergantung kemampuannya di dalam mengakumulasi modal (dana investasi) yang diperoleh dari keuntungan.

Modal merupakan kebutuhan pertama usaha sektor informal yang harus dipecahkan dalam pemberdayaan dirinya. Meskipun modal bukan merupakan satu-satunya faktor yang membuat usaha sektor informal sulit berkembang, Hasil survey yang dilakukan oleh PAU-FE UGM (1997) ternyata 65% responden menyatakan prioritas pertama adalah modal, lebih lanjut survey tersebut terhadap usaha sektor informal di Yogyakarta memperlihatkan bahwa, kemampuan usaha sektor informal untuk mengembalikan pinjaman adalah sangat tinggi, sebagian besar dari mereka tidak pernah mengalami kemacetan pengembalian kredit yang dipeolehnya, walaupun ada usaha sektor informal yang pernah mengalami kredit macet, namun bukan karena faktor interen, tetapi lebih diakibatkan oleh adanya perubahan-perubahan eksternal yang tidak bisa di antisipasi oleh pengusaha tersebut.

Hasil penelitian dilakukan Arief et.al (1996) menunjukkan tidak semua sektor informal menghadapi kendala kekurangan modal, lebih lanjut peneliti menemukan bahwa penjual bakso, penjual tempe,



penjual ikan, penjual es teler, penjual pisang epek, penjual buah umumnya sektor usaha ini tidak mengalami masalah dalam hal permodalan. Modal yang dimiliki sudah dianggap cukup dalam menjalankan usahanya, usaha ini tidak memerlukan modal besar karena barangnya dijual adalah makanan yang jangka waktu segarnya sangat terbatas, dimana barang tersebut harus habis terjual pada jangka waktu tertentu.

a. Manajemen Kas

Manajemen kas berusaha memaksimalkan pemanfaatan kas tanpa mengabaikan saldo kas, dengan kata lain jumlah kas yang ada dalam perusahaan harus maksimum, tetapi juga memaksimalkan bunga yang bisa diperoleh dari penginvestasian kas tersebut dalam surat berharga, dan juga seperti deposito berjangka pendek. (Husnan, 2000).

Lebih lanjut Horne (1998) mengemukakan bahwa manajemen kas meliputi memanaj uang dalam perusahaan untuk dapat memaksimalkan penerimaan kas dan pendapatan bunga yang diterima akibat kelebihan kas, sehingga intinya adalah memanfaatkan kelebihan kas untuk memperoleh tambahan dalam arus kas.

Kegiatan manajemen kas dimulai dari saat para pelanggan membayar pembelian mereka (mungkin dilakukan dengan penulisan "cheque")

sampai dengan saat perusahaan membayar pada supplier, karyawan atau pemerintah untuk utang-utang kepada mereka. Kegiatan yang berada diantara kedua titik tersebut merupakan kegiatan yang menjadi tugas manajemen kas, sedangkan usaha untuk mempengaruhi pembeli mempercepat pembayaran mereka, merupakan kegiatan dari manajemen piutang.

Ide dasar dari manajemen kas sebenarnya adalah sangat sederhana, yaitu mempercepat pengumpulan piutang dan memperlambat pembayaran tanpa mengurangi "credit standing" perusahaan dimata para pemberi kredit'

Beberapa cara yang bisa dipergunakan dan terutama penting untuk perusahaan yang mempunyai wilayah operasi yang luas, ditujukan untuk (1) mempercepat pengiriman pembayaran dari konsumen ke perusahaan, (2) mengurangi waktu saat pembayaran, dan (3) mempercepat pemindahan dana bank-bank yang ditunjuk untuk melakukan pengeluaran.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya persediaan kas minimal oleh Ryanto (1995) setidaknya ada 3 (tiga) yaitu:

(1). Perimbangan antara aliran kas masuk dengan aliran kas keluar

Adanya perimbangan yang baik mengenai kuantitas maupun waktu antara aliran kas masuk dengan aliran kas keluar dalam suatu

perusahaan berarti berarti bahwa pengeluaran kas baik mengenai jumlahnya maupun mengenai waktunya akan dapat dipenuhi dari penerimaan kasnya sehingga perusahaan tidak perlu mempunyai persediaan kas yang besar.

(2). Penyimpangan terhadap aliran kas yang diperkirakan

Untuk menjaga likuiditas perusahaan perlu membuat perkiraan atau estimasi mengenai aliran kas di dalam perusahaan, apabila aliran kas senyatanya selalu sesuai dengan estimasinya, maka perusahaan tersebut tidak menghadapi kesukaran likuiditas, sebaliknya perusahaan yang aliran kasnya sering mengalami penyimpangan yang merugikan dari estimasinya, perlulah perusahaan mempertahankan adanya persediaan minimal kas yang agak besar.

(3). Adanya hubungan yang baik dengan bank-bank

Apabila pimpinan suatu perusahaan telah berhasil dapat membina hubungan yang baik dengan bank akan mempermudah baginya untuk mendapatkan kredit dalam menghadapi kesukaran finansialnya, baik yang disebabkan karena adanya peristiwa yang tidak diduga maupun yang dapat diduga sebelumnya, bagi perusahaan ini tidak perlu mempunyai persediaan optimal yang besar.

b. Manajemen Piutang

Apabila perusahaan melakukan penjualan dengan kredit perusahaan memiliki piutang, semakin besar proporsi kredit, semakin besar pula piutang yang dimiliki oleh perusahaan, apabila hal-hal lain tetap, dimaksudkan hal-hal lain adalah apabila para pelanggan tidak merubah kebiasaan mereka dalam melunasi utangnya.

Faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam kebijakan kredit antara lain:

- (1) Standar kredit, atau kualitas langganan yang akan diperkenankan memperoleh kredit
- (2) Jangka waktu kredit, yaitu berapa lama seseorang langganan membeli secara kredit harus sudah membayar utangnya
- (3) Potongan yang diberikan kepada langganan.

Ketiga faktor tersebut akan menentukan berapa besar jumlah piutang yang akan dimiliki oleh perusahaan, berapa lama piutang tersebut diharapkan akan terkumpul, dan berapa besar proporsi piutang yang akan tidak terbayar.

Lebih lanjut Ryanto et.al (1995), bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi besar kecilnya investasi dalam piutang dapat di bagi kedalam 5 sebagai berikut:

- (1) Volume penjualan kredit; makin besar proporsi penjualan kredit dari keseluruhan penjualan memperbesar jumlah investasi dalam

piutang, dan semakin memperbesar risiko, tetapi bersamaan dengan itu juga memperbesar profitabilitas

- (2) Syarat pembayaran penjualan kredit; kebijakan pembayaran kredit dapat bersifat ketat atau lunak, jika perusahaan menetapkan syarat pembayaran yang ketat berarti bahwa perusahaan lebih mengutamakan keselamatan kredit dari pada pertimbangan profitabilitas
- (3) Ketentuan tentang pembatasan kredit; dalam penjualan kredit perusahaan dapat menetapkan batas maksimal atau plafond bagi kredit yang diberikan kepada para langganannya, semakin tinggi plafond yang ditetapkan bagi masing-masing langganan berarti semakin besar pula dana diinvestasikan dalam piutang.
- (4) Kebijakan dalam mengumpulkan piutang; perusahaan yang menjalankan kebijaksanaan secara aktif dalam pengumpulan piutang akan mempunyai pengeluaran uang yang lebih besar untuk membiayai aktivitas pengumpulan piutang tersebut dibandingkan dengan perusahaan yang menjalankan kebijaksanaannya secara pasif.
- (5) Kebiasaan membayar dari para langganan; ada sebagian langganan yang mempunyai kebiasaan untuk membayar dengan menggunakan kesempatan mendapatkan cash discount, dan

sebagian lagi tidak mempergunakan kesempatan tersebut. Perbedaan cara pembayaran ini tergantung kepada cara penilaian mereka terhadap mana yang lebih menguntungkan antara kedua alternatif tersebut. Kebiasaan para langganan untuk membayar dalam cash discount period atau sesudahnya akan mempunyai efek terhadap besarnya investasi dalam piutang.

c. Manajemen Persediaan

Untuk perusahaan industri, persediaan bisa dikelompokkan menjadi 3 tipe; yakni persediaan bahan mentah, persediaan dalam proses, dan persediaan barang jadi. Persediaan tersebut sering merupakan bagian yang cukup besar dari keseluruhan aktiva lancar, karenanya diperlukan perhatian yang saksama untuk mengelolanya.

Untuk suatu tingkat persediaan tertentu, efisiensi pengendalian persediaan akan mempengaruhi keluwesan perusahaan. Untuk tingkat persediaan yang sama, suatu perusahaan mungkin mempunyai keluwesan yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan lain. Ketidak efisienan dalam pengendalian persediaan mungkin mengakibatkan suatu jenis persediaan sering kehabisan (*Stock out*), sebaliknya jenis lain akan berlebih-lebihan, tentu saja ketidak-efisienan ini akan mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba. Sebaliknya untuk tingkat keluwesan yang

sama, suatu perusahaan mungkin mempunyai persediaan yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan lain. Dengan kata lain semakin tidak efisien pengendalian persediaan, semakin besar tingkat persediaan yang dimiliki oleh suatu perusahaan.

Salah satu konsep dalam pengendalian persediaan yang disebut Economic Order Quantity (EOQ), dalam analisis ini kita ingin menentukan berapa jumlah pesanan yang paling ekonomis dengan ditentukannya kebutuhan dalam suatu periode tertentu, biaya per pesanan dan biaya simpanan.

Selanjutnya Keown (1996) berpendapat bahwa untuk pengujian model EOQ dapat secara umum dimodifikasi untuk mengakomodasi situasi dengan asumsi sebagai berikut:

- (1) .Perintaan konstan atau seragam; diasumsikan permintaan konstan, permintaan dapat berubah dari hari ke hari. Jika permintaan stokastik artinya tidak diketahui sebelumnya model harus dimodifikasi melalui dimasukkannya persediaan yang aman.
- (2) Harga unit kosntan. Dimasukkannya variabel harga dari potongan kuantitas dapat diatasi dengan cukup mudah melalui modifikasi model EOQ awal, mendefinisikan kembali total biaya dan mencari kuantitas pemesanan optimal.

- (3). Biaya penyimpanan konstan. Biaya penyimpanan unit dapat berubah tergantung ukuran kenaikan persediaan, mungkin menurun jika tempat pergudangan habis dan gudang baru harus disewa. Situasi ini dapat ditangani melalui modifikasi dalam model awal mirip dengan yang digunakan untuk variabel unit harga.
- (4). Biaya pemesanan konstan. Walau asumsi ini biasanya sah, pelanggaran dapat diakomodasi melalui modifikasi model EOQ awal dengan cara yang mirip dengan yang digunakan untuk variabel unit harga.
- (5). Pengiriman langsung. Jika pengiriman tidak langsung yang biasanya terjadi, model EOQ awal harus dimodifikasi melalui dimasukkannya persediaan yang aman, yaitu persediaan yang digunakan untuk mengakomodasi penggunaan yang luar biasa besar dan tidak diperkirakan selama waktu pengiriman.
- (6). Pemesanan independen. Jika pemesanan berganda dihasilkan karena biaya dengan mengurangi biaya pengarsipan dan transportasi, maka model EOQ awal harus dimodifikasi lebih lanjut.

d. Komposisi Modal

Apabila suatu perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dananya mengutamakan pemenuhan dengan sumber dari dalam, maka perusahaan akan sangat mengurangi ketergantungan kepada pihak luar. Sebaliknya apabila kebutuhan dana sudah demikian meningkatnya karena pertumbuhan perusahaan dan dana sumber intern sudah digunakan semua, maka tidak ada jalan lain selain menggunakan dana berasal dari luar perusahaan, baik dari utang maupun dengan mengeluarkan saham baru dalam memenuhi kebutuhan akan dananya (Myers, 1986).

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi struktur modal suatu perusahaan adalah:

- (1) *Tingkat bunga*. Pada waktu perusahaan merencanakan pemenuhan kebutuhan modal adalah sangat dipengaruhi oleh tingkat bunga yang berlaku pada waktu itu, dan mempengaruhi pemilihan jenis modal apa yang akan digunakan, apakah meminjam dari bank atukah mengeluarkan saham atau obligasi.
- (2) *Stabilitas dari pendapatan (Earning)*. Stabilitas dan besarnya pendapatan yang diperoleh suatu perusahaan akan menentukan

apakah perusahaan tersebut dibenarkan untuk menarik modal dengan beban tetap atau tidak.

- (3) *Susunan dari aktiva.* Kebanyakan perusahaan industri dimana sebagian besar dari modalnya tertanam dalam aktiva tetap, akan mengutamakan pemenuhan kebutuhan modalnya dari modal yang permanen yaitu modal sendiri, sedangkan modal dari luar sifatnya sebagai pelengkap.
- (4) *Kadar risiko dari aktiva.* Tingkat risiko dari setiap aktiva di dalam perusahaan adalah tidak sama, makin panjang waktu penggunaan suatu aktiva, makin besar tingkat risikonya. Prinsip aspek risiko di dalam pembelajaran perusahaan menyatakan bahwa apabila ada aktiva yang peka risiko, maka perusahaan harus lebih banyak membelanjai dengan modal sendiri.
- (5) *Besarnya jumlah modal yang dibutuhkan.* Apabila jumlah modal yang dibutuhkan sekiranya dapat dipenuhi hanya dari satu sumber saja, maka tidak perlu mencari sumber lain,.
- (6) *Sifat manajemen.* Sifat manajemen akan mempunyai pengaruh yang langsung dalam pengambilan keputusan mengenai cara pemenuhan kebutuhan dana jadi tergantung sifat manajer ada yang optimis dan berani mengambil risiko, dan ada yang sifat pesimis yang serba takut untuk menanggung risiko.

- (7) *Besarnya suatu perusahaan.* Perusahaan yang besar dimana sahamnya tersebar sangat luas akan lebih berani mengeluarkan saham baru dalam memenuhi kebutuhannya untuk membiayai pertumbuhan penjualan dibanding dengan perusahaan kecil.

2.5.2 Aspek Lingkungan

Keberhasilan usaha sektor informal terkait kuat dengan kondisi lingkungan di mana usaha tersebut beroperasi. Apabila lingkungannya menunjang untuk kemajuan usaha ini, maka perkembangan usaha sektor informal semakin membaik. Sebaliknya jika iklim dunia usaha belum memungkinkan untuk berkembang maka usaha sektor informal akan mengalami kemandekan.

Kondisi bisnis banyak yang berpengaruh pada kehidupan kita, oleh karena itu perusahaan-perusahaan mempunyai beberapa tanggung jawab pada kehidupan dan kesejahteraan manusia, sehingga perusahaan harus memperhatikan lingkungan yang selalu berubah dan perusahaan dituntut melakukan penyesuaian-penyesuaian yang benar-benar tepat agar perusahaan tetap bertahan.

Beberapa ahli memberikan definisi tentang lingkungan, seperti yang dikemukakan oleh Robin Stepen dkk (2000) bahwa lingkungan adalah " Outside institutions or forces that potentially affect an organisation's performance". Demikian pula yang dikemukakan oleh

Swastha (1995) bahwa lingkungan perusahaan dapat diartikan sebagai keseluruhan dari faktor-faktor ekstern yang mempengaruhi perusahaan baik organisasi maupun kegiatannya. Begitu pula apa yang dikemukakan oleh Vernon (1999) bahwa lingkungan adalah jumlah dari keseluruhan faktor ekstern yang mempengaruhi individu atau masyarakat.

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa lingkungan yang paling berpengaruh terhadap perusahaan adalah lingkungan eksteren, sedangkan lingkungan secara luas mencakup semua faktor eksteren yang mempengaruhi individu, perusahaan dan masyarakat. Faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan begitupula usaha sektor informal sangat luas dan banyak ragamnya, termasuk aspek ekonomi, politik, sosial, global dan teknologi.

Adapun lingkungan yang spesifik meliputi; pemasok, pelanggan, pesaing, pemerintah, dan kelompok penekan Robin, S, dkk (2000), sedangkan menurut Handoko (1999) membagi lingkungan eksternal menjadi dua; *pertama* lingkungan ekstern mikro (yang berpengaruh langsung) dan *kedua* lingkungan ekstern makro (yang berpengaruh tidak langsung).



a. Lingkungan ekstern mikro

1. Para pesaing (*competitor*). Lingkungan persaingan perusahaan tercermin dari tipe, jumlah dan norma-norma perilaku organisasi pesaing. Dengan pemahaman akan lingkungan persaingan yang dihadapinya, organisasi dapat mengetahui posisi persaingannya, sehingga lebih mampu mengoptimalkan operasi-operasinya.
2. Langgan (*customers*). Strategi, kebijakan dan taktik pemasaran perusahaan sangat tergantung situasi pasar dan pelanggan. Biasanya manajer pemasaran menganalisis profil pelanggan sekarang dan potensial serta kondisi pasar dan mengarahkan kegiatan-kegiatan pemasaran berdasarkan hasil analisis itu.
3. Pasar tenaga kerja (*Labor supply*). Organisasi memerlukan sejumlah karyawan dengan bermacam-macam keterampilan, kemampuan dan pengalaman, sehingga organisasi perlu menggunakan banyak saluran untuk menarik dan mendapatkan karyawan-karyawan tersebut.
4. Lembaga-lembaga keuangan. Organisasi-organisasi tergantung pada bermacam-macam lembaga keuangan, seperti bank-bank, komersial, bank-bank instansi, dan perusahaan-perusahaan asuransi termasuk pasar modal, untuk menjaga dan memperluas kegiatan-kegiatannya.

5. Para penyelia (*suppliers*). Setiap organisasi sangat tergantung pada sumber-sumber dari sumber dayanya untuk memenuhi kebutuhan bahan baku, bahan pembantu, pelayanan, energi dan peralatan yang digunakan untuk memproduksi keluaran. Oleh karena itu setiap organisasi/perusahaan tergantung pada para penyelia dalam mengoperasikan perusahaannya.
6. Perwakilan-perwakilan pemerintah. Hubungan organisasi dengan perwakilan pemerintah berkembang semakin kompleks. Perwakilan-perwakilan pemerintah biasanya menetapkan peraturan-peraturan yang harus dipatuhi perusahaan/organisasi dalam operasinya, prosedur-prosedur perizinan, dan pembatasan lainnya untuk melindungi masyarakat. Disamping itu perwakilan-perwakilan pemerintah sering merupakan atau menjadi para penyedia dan kreditur besar bagi perusahaan.

b. Lingkungan Ekstern Makro

Lingkungan ekstern makro mempengaruhi organisasi/perusahaan dengan dua cara. *Pertama*, kekuatan-kekuatan diluar tersebut mempengaruhi suatu organisasi secara langsung atau secara tidak langsung melalui satu atau lebih unsur-unsur lingkungan ekstern mikro. *Kedua*, unsur-unsur lingkungan makro menciptakan iklim –misalnya teknologi tinggi, keadaan perekonomian cerah atau lesuh dan



perubahan-perubahan sosial dimana organisasi ada dan harus memberikan tanggapan.

Adapun lingkungan makro terdiri atas:

1. Teknologi. Dalam setiap masyarakat atau industri, tingkat kemajuan teknologi memainkan peranan berarti pada penentuan produk dan jasa yang akan diproduksi, peralatan yang akan digunakan, dan bagaimana bermacam-macam operasi akan dikelola.
2. Ekonomi. Para manajer perlu menganalisis faktor-faktor ekonomi misalnya menganalisis dan mendiagnosa kecenderungan inflasi, atau deflasi harga barang-brang dan jasa-jasa; kebijaksanaan moneter, devaluasi atau revaluasi dan menyangkut tingkat bunga; kebijaksanaan fiskal, keseimbangan neraca pembayaran, dan harga-harga yang ditetapkan oleh para pesaing dan penyedia jadi, manajer-manajer perusahaan harus mencurahkan waktu dan sumber daya untuk melakukan peramalan ekonomi danantisipasi perubahan-perubahan harga.
3. Lingkungan sosial budaya. Lingkungan sosial budaya suatu masyarakat merupakan pedoman hidup yang menentukan bagaimana hampir seluruh organisasi dan manajer akan beroperasi. Lingkungan ini mencakup kepercayaan, nilai-nilai, sikap, pandangan serta pola kehidupan yang dibentuk oleh tradisi, pendidikan,

- kelompok etnis, ekologi, demografis, geografis, serta agama dan kepercayaan dari sekelompok atau seluruh masyarakat tertentu.
4. Variabel politik-hukum. Politik dan hukum dalam suatu periode waktu tertentu akan menentukan operasi perusahaan. Manajer tidak mungkin mengabaikan iklim politik, peraturan-peraturan pemerintah maupun konsekuensi atau dampaknya terhadap pemerintah dalam pembuatan keputusan. Batasan-batasan yang ditetapkan pemerintah bermaksud melindungi konsumen, lingkungan, ataupun perusahaan, dan menghilangkan perlakuan tidak adil dalam pembayaran kepada karyawan dan sebagainya.
 5. Dimensi Internasional. Komponen internasional dalam lingkungan eksternal juga menyajikan kesempatan-kesempatan dan tantangan-tantangan, serta mempunyai potensi menjadi faktor yang berpengaruh langsung pada operasi perusahaan. Kekuatan-keuatan internasional ini berpengaruh melalui perkembangan politik dunia, ketergantungan ekonomi, penalaran nilai-nilai dan sikap hidup serta transfer teknologi.

c. Lingkungan Tempat Usaha

Keberadaan usaha sektor informal pada umumnya menyebar di tempat keramaian, jalan-jalan utama (strategis) yang seringkali

menimbulkan kesemrawutan kota dan ketidak-nyamanan pejalan kaki maupun pengemudi kendaraan.

Di dalam mengatur atau membina usaha sektor informal, lingkungan tempat usaha harus mendapat perhatian khusus, hal ini untuk menghindari terjadinya permasalahan yang serius, baik menyangkut pencemaran lingkungan maupun yang menyangkut terjadinya benturan tata ruang, sebagai akibat adanya perbedaan kepentingan pada suatu daerah.

Berkaitan hal tersebut, dengan memperhatikan kuantitas serta ragam unit-unit usaha sektor informal, maka perlu penataan dalam bentuk penataan lokasi usaha, pengelompokkan unit-unit usaha, penataan ruang (kavling) usaha, serta pengaturan jam pemakaiannya, hal ini juga mempermudah dalam pemungutan retribusi.

Lingkungan tempat usaha yang bebas pencemaran akibat limbah padat, cair maupun udara merupakan idaman setiap manusia yang hidup didalamnya, yaitu sebuah lingkungan tempat usaha yang bersih, indah, sehat dan nyaman.

Dampak dari pencemaran berupa penurunan estetika, banjir, menurunnya kualitas air, tanah, kebakaran dan kecelakaan dapat diatasi dengan peran serta aktif masyarakat dan aparat pemerintah daerah dalam bentuk:

1. Menempatkan/membuang limbah pada waktu, tempat, dan cara yang tepat
2. Penyediaan sarana pembuangan limbah.
3. Penataan tata ruang kota yang berwawasan lingkungan dan kemanusiaan.
4. Pengenaan denda/sanksi bagi pencemar lingkungan.
5. Penghijauan.
6. Pengenaan retribusi.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, untuk menciptakan sebuah lingkungan usaha yang tertata rapi diperlukan tersedianya sarana maupun prasarana fisik yang memadai, dan hal ini membutuhkan peran serta aktif aparat pemerintah daerah. Disamping itu, setiap pelaku usaha sektor informal perlu diberi pemahaman tentang arti penting kebersihan lingkungan bagi kelangsungan hidup usahanya, dan ini dapat diberikan melalui pendekatan persuasif edukatif.

2.5.3 Aspek Sumber Daya Manusia (SDM)

Usaha sektor informal mencirikan bahwa kualitas sumber daya manusia memegang peranan yang sangat dominan (Arief, 1996). Hanya karena ketidak-mampuan individunya untuk terserap disektor formal yang mengakibatkan banyak diantara individu yang mencoba memasuki usaha sektor informal. Umumnya pengusaha sektor informal

berhadapan dengan persaingan yang sangat menjual produk yang relatif mudah diperoleh (Varcin, 2000). Varcin (2000) menyimpulkan bahwa para pedagang sektor informal di Turki memiliki tiga karakteristik utama yaitu sebagai "profit maximizers" yang menekankan keuntungan yang besar sebagai target utama. Kelompok kedua adalah risk minimizers yaitu penjual yang lebih mementingkan bagaimana mereka memperkecil risiko yang dihadapi dan kelompok yang ketiga adalah kelompok marginal yaitu kelompok yang berdagangnya secara tidak terus menerus dan umumnya bekerja untuk kepentingan dirinya.

Kinerja usaha sektor informal yang lebih dominan dipengaruhi oleh keunggulan Sumber Daya Manusia, juga diteliti oleh Khatri dan Budhwar (2002) yang menyimpulkan bahwa komunikasi diantara pimpinan dan bawahan banyak ditentukan oleh tingkat komunikasi baik formal maupun informal antara pemberi kerja dan pelaksana kegiatan. Hal tersebut banyak ditemukan di negara sedang berkembang termasuk Indonesia, bahwa hubungan baik antara pemilik usaha sektor informal dan pekerjanya ikut menentukan keberhasilan usaha tersebut.

Secara garis besar aspek-aspek sumber daya manusia yang mempengaruhi kinerja usaha adalah sebagai berikut:

(a) Kepemimpinan

Kepemimpinan memberikan peran yang cukup berarti dalam mengelola usaha, karena berkembangnya usaha ditentukan oleh bagaimana kejelian manager dalam mengatur stafnya untuk melakukan kegiatan yang harmonis. Dalam kondisi persaingan yang cukup tinggi di usaha sektor informal maka pimpinan usaha dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap type leadership yang diterapkannya. Usaha sektor informal banyak memberi corak kepemimpinan yang tumbuh secara alami dari persaingan yang ada sesama pelaku pasar (Varcin, 2000). Hanya dengan kepemimpinan yang sesuai dengan kebutuhan pasar yang memungkinkan usaha sector informal dapat berkembang mengikuti irama persaingan (Wood et.al. 1998). Hal ini sangat mempengaruhi pencapaian kinerja usaha sektor informal.

(b) Pengalaman

Pengalaman memberikan kematangan yang dapat menambah pengetahuan bisnis bagi pengusaha dengan berpedoman pada apa yang dilakoninya dalam mengelola usaha. Dengan semakin berpengalaman, maka ketajaman managerial untuk mengambil keputusan bagi usaha sektor informal dan kemampuan untuk melakukan penyesuaian mengalami peningkatan (Vecchio et.al.1992). Namun perlu diperhatikan bahwa pengalaman bisnis seseorang hanya relevan untuk dirinya dan

belum tentu relevan jika seseorang mencoba meniru apabila berhadapan dengan kondisi bisnis yang sama (Porter, 1989).

(c) Kejujuran

Perilaku jujur merupakan syarat utama dalam melayani pelanggan guna memuaskan apa yang diharapkannya. Hanya dengan melayani pelanggan secara fair (tanpa diskriminasi) maka hubungan baik antara penjual dan pembeli dapat tercipta. Apalagi pada usaha sektor informal di mana konsumen sangat peka terhadap harga dan pelayanan (Kotler, 1999). Kejujuran merupakan suatu nilai tersendiri di mata konsumen yang dibangun rentang waktu yang cukup panjang guna menciptakan kepercayaan dari konsumen. Bagi usaha sektor informal, mayoritas pelakunya mengandalkan kejujuran sebagai teknik untuk memelihara hubungan jangka panjang dengan mitra usahanya.

(d) Integritas

Integritas merupakan kesetiaan pengusaha sektor informal untuk tetap menekuni bidang usahanya sesuai dengan keahlian yang dimilikinya. Kesediaan berkorban untuk mempertahankan identitas bisnisnya merupakan keunggulan tersendiri yang dimiliki oleh pelaku usaha (Garavan et.al. 2001). Kesediaan untuk meningkatkan skill dan kompetensi yang menjadi kunci utama menuju kesuksesan dalam melakukan aktivitas bisnis. Semakin panjang jangka waktu pengusaha



menekuni usahanya, maka akan semakin besar akumulasi pengembangan sumber daya manusia dan akan semakin mudah mewujudkan strategi jangka panjang usahanya.

(e) Komitmen

Komitmen merupakan kesediaan berkorban seseorang untuk memajukan organisasi tempatnya bekerja. Kemauan untuk rela berkorban dan menikmati penghasilan atas pengorbanan yang dikeluarkan akan melahirkan komitmen yang tinggi. Pelaku usaha sektor informal diharapkan untuk memiliki komitmen sosial dan kepatuhan atas segala nilai-nilai yang berlaku universal. Menekuni usahanya dengan baik dan mempertahankan tenaga kerja merupakan salah satu komitmen dalam memecahkan persoalan pengangguran.

(f) Balas Jasa

Pemberian balas jasa sangat berkorelasi positif terhadap kinerja perusahaan, karena hal ini merupakan esensi dasar yang patut diperhatikan oleh pengusaha. Pemberian balas jasa di sektor informal umumnya didasarkan atas penghasilan yang diperoleh, sehingga besarnya balas jasa sangat dipengaruhi oleh tingkat keuntungan yang diperoleh. Jika penjualan meningkat yang pada akhirnya akan meningkatkan keuntungan maka pada saat tersebut balas jasa yang diterima oleh pekerja di sektor informal akan meningkat (Arief, 1996).

Balas jasa yang umum dipraktekkan usaha sektor informal adalah selain memberikan gaji, juga memberikan beberapa kemudahan seperti konsumsi dan bonus hadiah yang diberikan menjelang hari raya keagamaan. Selain itu pekerja kadang-kadang ikut menumpang tempat tinggal pada majikannya sehingga pemberian fasilitas tersebut juga ikut diperhitungkan sebagai balas jasa.

(g) Training

Usaha sektor informal umumnya identik dengan volume usaha yang kecil, maka akan sulit diharapkan untuk melatih peningkatan kualitas SDM tanpa bantuan pihak lain. Kok (2002) mengemukakan bahwa dampak training umumnya dirasakan oleh usaha berskala besar sedangkan usaha kecil dan bahkan usaha sektor informal tidak berpengaruh nyata terhadap peningkatan produktivitas.

Namun demikian, masih terbuka peluang bagi banyak usaha kecil di Indonesia untuk memperbaiki diri melalui pelatihan. Pelatihan dapat diperoleh pada Lembaga Swadaya masyarakat yang peduli pada usaha sektor informal maupun perguruan tinggi yang memberikan perhatian yang cukup berarti dalam memajukan usaha sektor informal (Effendi, 1993).

2.5.4 Aspek Pemasaran

a. Pasar dan Pemasaran

Pada mulanya istilah pasar dikaitkan dengan tempat bertemunya antara pembeli dan penjual, atau pasar adalah daerah atau tempat yang didalamnya terdapat kekuatan-kekuatan permintaan dan penawaran yang saling bertemu untuk membentuk suatu harga.

Pasar dapat pula diartikan sebagai suatu kelompok orang-orang yang diorganisasikan untuk melakukan tawar-menawar sehingga dengan demikian terbentuk harga. Pengertian pertama biasanya disebut pengertian konkrit, sedangkan pengertian yang kedua disebut pengertian yang abstrak (Basu Swastha, 1998).

Menurut W.J. Stanton dalam Basu Swastha (1998) Pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja, dan kemauan untuk membelajakannya. Meskipun seseorang mempunyai keinginan untuk membeli suatu barang tetapi tanpa ditunjang oleh daya beli dan kemauan untuk membelanjakan uangnya, maka orang tersebut bukan bagian dari pasar, sebaliknya seseorang mempunyai tatapi bila ia tidak ingin membeli suatu barang ia bukan merupakan pasar bagi penjualan barang tersebut.

Sedangkan Kotler (terjemahan Jaka Wasana, 1997) berpendapat pasar terdiri dari semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan

atau keinginan tertentu yang sama, yang mungkin bersedia dan mampu melaksanakan pertukaran untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Sehingga ukuran pasar tergantung pada jumlah orang yang menunjukkan kebutuhan dan keinginan, memiliki sumberdaya yang menarik pihak lain, serta bersedia dan mampu menawarkan sumber daya ini untuk ditukar dengan apa yang mereka inginkan.

Bagi perusahaan, pasar merupakan sasaran keberhasilan untuk mencapai tujuan di bidang pemasaran. Dalam mengukur keberhasilan dalam bidang pemasaran, suatu perusahaan perlu mengetahui posisi di pasar, dan dalam memasarkan produknya perlu mengetahui segmen pasar produknya.

Oleh karena itu, pengertian pemasaran perlu dipahami secara mendalam oleh pihak manajemen perusahaan, karena banyak cara yang dilakukan untuk dapat menarik pelanggan potensial. Perubahan kondisi lingkungan menyebabkan timbulnya persaingan yang menggabungkan faktor produk, harga, promosi, saluran distribusi, penampilan fisik, dan proses pelayanan, sehingga berat bagi perusahaan untuk meningkatkan dan mempertahankan pelanggan loyal.

Sejak dahulu pemasaran telah dipelajari sebagai bidang usaha yang dikenal dengan istilah distribusi barang. Pada saat itu kegiatan pemasaran berpangkal pada suatu proses distribusi. Sehubungan dengan

hal tersebut. Winardi (1993) mengemukakan bahwa marketing (pemasaran) terdiri dari tindakan-tindakan yang menyebabkan berpindahnya hak milik atas benda-benda dan jasa yang menimbulkan distribusi fisik. Sedangkan yang dikemukakan oleh Kotler (1997) bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Selanjutnya oleh Pride and Ferrel (1995) memberikan definisi pemasaran sebagai berikut: Pemasaran terdiri dari kegiatan-kegiatan para individu dan organisasi yang dilakukan untuk memudahkan atau mendukung hubungan pertukaran yang memuaskan dalam sebuah lingkungan yang dinamis melalui penciptaan, distribusi, promosi, dan penetapan harga untuk barang, jasa dan gagasan.

Hal yang sama dikemukakan oleh Stanton dalam Swastha (1985) mengemukakan pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik pembeli yang ada maupun pembeli potensial.



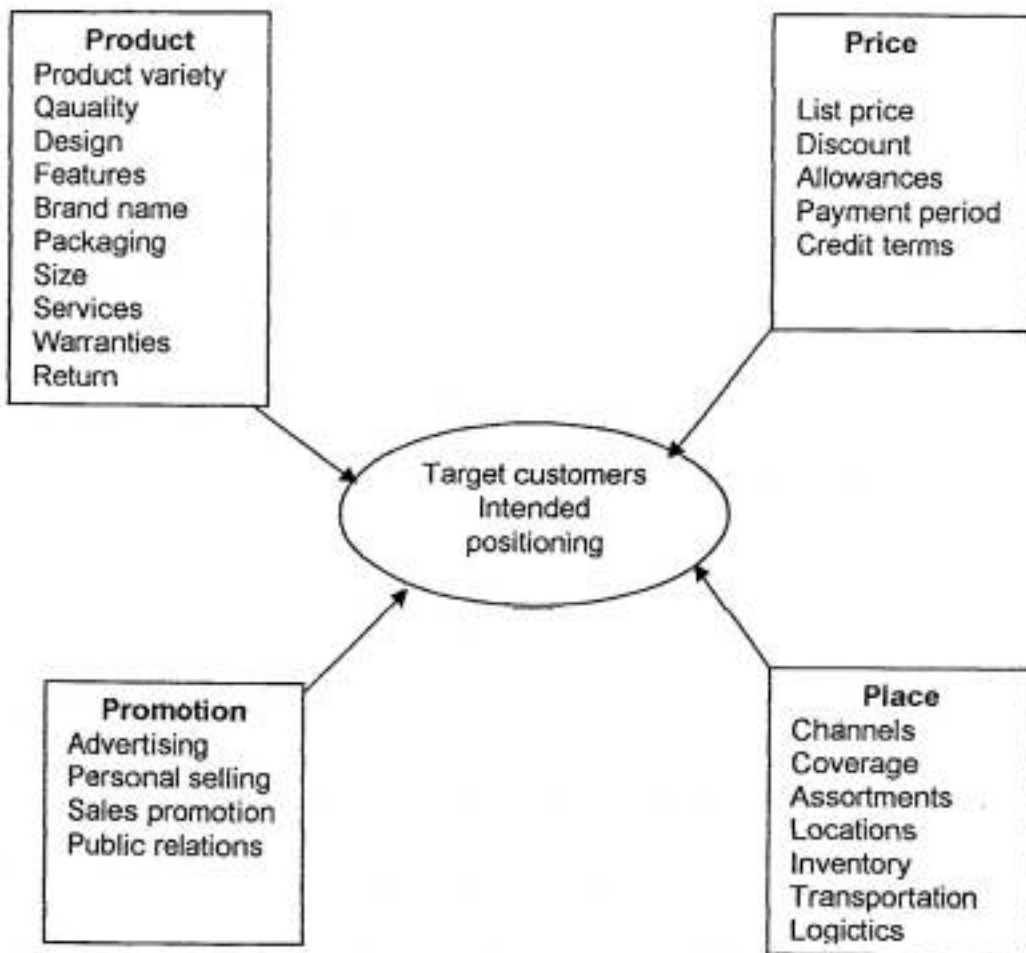
Jadi berdasarkan beberapa pendapat yang dikemukakan di atas, maka pemasaran merupakan suatu interaksi yang berusaha untuk menciptakan hubungan pertukaran, namun demikian pemasaran bukanlah merupakan cara sederhana yang sekedar untuk menghasilkan penjualan, tetapi lebih merupakan kreasi dan penyerahan/penawaran standar hidup.

b. Bauran Pemasaran

Konsumen dalam menentukan pilihan atau keputusannya, tentu dipengaruhi banyak faktor. Salah satu faktor utama yang selalu dipertimbangkan oleh konsumen adalah variabel-variabel dalam bauran pemasaran (*marketing mix*). Menurut Stanton (1984) "*Marketing mix is the term that is used to describe to combination of the four inputs that constitute the core of an organization's marketing system, the product, price structure, the promotional, and distribution on system*". Definisi ini mengungkapkan bahwa bauran pemasaran merupakan kombinasi dari empat input yang merupakan inti dari sistem pemasaran organisasi yaitu produk, harga, promosi dan distribusi. Dalam pada itu Kotler dan Armstrong (1999) mengatakan bahwa *marketing mix as the set of controllable, tactical marketing tools that the firm blends to produce the response it wants in the target market. The marketing mix consists of everything the firm can do to influence the demand for its product.*

Selanjutnya Kotler dan Armstrong (1999) menguraikan unsur-unsur termasuk dalam 4 Pn seperti nampak dalam gambar berikut.

**Gambar 2.1 Variabel-Variabel Bauran Pemasaran
(The Four Ps Of The Marketing Mix)**



Sumber : Kotler dan Armstrong, 1999

Sehubungan dengan penelitian ini, maka akan diuraikan variable-variabel dalam bauran pemasaran yang mempengaruhi kinerja usaha sektor informal dalam aspek pemasaran. Bauran pemasaran merupakan variabel-variabel yang dapat dipakai oleh perusahaan sebagai sarana

untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan perilaku konsumennya. Menurut McCarthy yang dikutip oleh Wilkie (1994) menyatakan bahwa faktor-faktor yang dapat dikendalikan didasarkan ke dalam empat kategori, yang populer dikenal 4 P yaitu: product, price, place, and promotion.

(a). Produk

Titik fokus bauran pemasaran adalah produk. Keputusan tentang produk bagi setiap perusahaan merupakan hal yang sangat penting, karena konsep dari pemasaran mengutamakan penciptaan produk untuk kepuasan konsumen. Produk bukanlah sekedar barang atau jasa yang dirancang, dibuat, dan ditawarkan untuk dijual, melainkan mencakup seluruh perencanaan yang mendahului produk aktual yang meliputi riset dan pengembangan produk, serta layanan yang menyertai produk tersebut.

Pengertian produk menurut Swastha (1995) mengatakan bahwa produk adalah suatu sifat yang kompleks baik dapat diraba maupun tidak dapat diraba, termasuk bungkus, warna, harga, prestise perusahaan dan pengecer, pelayanan perusahaan dan pengecer, yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan atau kebutuhannya. Dengan demikian pemilihan konsumen terhadap suatu produk sangat

tergantung pada tingkat kepuasan yang dapat diperoleh dari produk tersebut.

(b). Harga

Harga adalah merupakan nilai sesuatu produk yang diukur dengan uang. Dengan demikian, setiap orang yang ingin memiliki suatu produk haruslah mengeluarkan sejumlah uang sebagai penukaran barang atau jasa tersebut. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Swastha (1995) bahwa "Harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

Penentuan harga ini merupakan salah satu keputusan yang penting bagi manajemen. Harga yang ditetapkan harus dapat menutup semua ongkos, atau bahkan lebih lebih dari itu, yaitu untuk mendapatkan laba, tetapi jika harga ditentukan terlalu tinggi, maka akan berakibat kurang menguntungkan, dalam hal ini pembeli akan berkurang. Volume penjualan berkurang semua biaya mungkin tidak dapat ditutup dan akhirnya perusahaan akan menderita kerugian.

Adapun dalam kenyataan bahwa tingkat harga yang terjadi dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti (1) kondisi perekonomian, (2) penawaran dan permintaan, (3) elastisitas permintaan, (4) persaingan, (5) biaya, (6) tujuan manajer, dan (7) pengawasan pemerintah.

(c) Distribusi (Place)

Distribusi merupakan kegiatan penyampaian produk dari produsen ke konsumen pada waktu dan tempat yang tepat. Para pemasar dapat memilih banyak cara untuk menyampaikan produk kepada konsumen. Disamping itu distribusi juga menyangkut keputusan-keputusan tentang jumlah persediaan yang harus disimpan, cara pengangkutan produk dan pergudangan.

Menurut Stanton (1984) bahwa *"A channel distribution for a product is the route taken by the title to product as it moves from the producer to the ultimate consumer or industrial user"*. Sementara itu Kotler & Armstrong (1999) melihat pada sisi lain yang mengatakan bahwa *"A distribution channel- a set of interdependent organizations involved in the process of making a product or service available for use or consumption by the consumer or business user."*

Kedua definisi tersebut, dapat dikatakan bahwa saluran distribusi merupakan suatu organisasi (*distributor*) yang melakukan penyaluran/penyampaian produk dari produsen ke konsumen atau industri pemakai. Distributor-distributor atau penyalur ini bekerja secara aktif untuk mengusahakan perpindahan bukan hanya secara fisik, tetapi dalam arti agar barang-barang tersebut dapat dibeli oleh konsumen.

(d). Promosi

Kegiatan promosi merupakan alat komunikasi antara produsen dengan konsumen. Dengan kegiatan promosi, arus informasi dibuat sedemikian rupa, sehingga mengarahkan konsumen kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Jadi informasi dan komunikasi merupakan unsur penting dalam kegiatan promosi, hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Swastha (1995) yang mengatakan bahwa promosi adalah arus informasi atau persuasi satu-arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

Adapun komponen-komponen promosi meliputi empat kegiatan yang biasa disebut *promotional mix* atau kombinasi empat kegiatan promosi yaitu advertising atau periklanan, personal selling, sales promotion, dan publicity atau public relation. Kegiatan-kegiatan tersebut dapat merubah perilaku dan pendapat, serta memperkuat tingkah laku konsumen yang ada. Konsumen yang melihat, mendengarkan, atau merasakan promosi akan terpengaruh untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

C. Pelayanan

Keberhasilan pemasaran produk sangat ditentukan oleh baik tidaknya pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dalam

memasarkan produknya. Pelayanan yang diberikan dalam pemasaran suatu produk mencakup pelayanan sewaktu penyerahan produk yang dijual, yang mencakup pelayanan dalam pengangkutan yang ditanggung oleh penjual, jaminan risiko rusaknya barang dalam pengangkutan yang ditanggung oleh penjual, jaminan risiko rusaknya barang dalam perjalanan atau pengangkutan pelayanan purna jual, yang mencakup jaminan atas kerusakan produk dalam jangka waktu tertentu (misalnya 6 bulan) setelah produk dibeli oleh konsumen, perbaikan dan pemeliharaan dari produk itu apabila rusak.

Zeithaml dalam Husein (2002) mengemukakan bahwa ada lima dimensi dalam menentukan kualitas pelayanan/servis sebagai berikut:

1. **Reability**, yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan
2. **Responsiveness**, yaitu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, yang meliputi; kesigapan karyawan dalam menanggapi transaksi, penanganan keluhan pelanggan
3. **Assurance**, meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramah-tamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan didalam memanfaatkan jasa yang



ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

Adapun dimensi kepastian atau jaminan ini merupakan gabungan dari dimensi:

1. Kompetensi (*competence*) artinya keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan dalam melakukan pelayanan.
2. Kesopanan (*Courtesy*), meliputi keramahan, perhatian dan sikap para karyawan
3. Kredibilitas (*Credibility*), meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan kepada perusahaan, seperti reputasi
4. *Emphaty*, yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggannya.

Dimensi *emphaty* ini merupakan penggabungan dari dimensi:

1. Akses (*Access*), meliputi kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan perusahaan.
2. Komunikasi (*communication*), merupakan kemampuan melakukan komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada pelanggan atau memperoleh masukan dari pelanggan.

3. Pemahaman pada pelanggan (*Understanding the customer*), meliputi usaha perusahaan untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan.

5. *Tangibles*, meliputi penampilan fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan *front office*, tersedianya tempat parkir, kebersihan kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi dan penampilan karyawan.

2.5.5 Aspek Kewirausahaan

Menurut Siagian (1976) kewirausahaan adalah kesatuan terpadu dari semangat, nilai-nilai dan prinsip serta sikap, kiat, seni dan tindakan nyata yang sangat perlu, tepat dan unggul dalam menangani dan mengembangkan perusahaan atau kegiatan lain yang mengarah pada pelayanan terbaik kepada pelanggan dan pihak-pihak lain yang berkepentingan termasuk masyarakat, bangsa dan negara.

Ciri-ciri kegiatan pokok yang sangat menentukan keberhasilan seorang wirausaha. Steinhoff dan Burgess (1989) menyatakan ada 5 hal yang merupakan ciri dan atau kegiatan pokok seorang wirausaha yaitu:

1. Memiliki kemampuan mengidentifikasi suatu pencapaian sasaran (*goal*) atau kejelian (*vision*) dalam bisnis.
2. Kemampuan untuk mengambil risiko keuangan dan waktu.

3. Memiliki kemampuan di bidang perencanaan, pengorganisasian, dan pelaksanaannya.
4. Bekerja keras dan melakukan segala sesuatu yang diperlukan untuk mau dan mampu mencapai keberhasilan.
5. Mampu menjalin hubungan baik dengan para pelanggan, karyawan, pemasok, banker dan lainnya.

Sementara itu Abrahamson (1989), menyatakan ada 5 hal yang merupakan ciri-ciri kewirausahaan yang berhasil yaitu:

1. Drive yang kuat (motivasi untuk maju), yaitu orang yang memiliki sifat bertanggung jawab, giat, inisiatif, tekun dan ambisi untuk maju.
2. Mental ability (kekuatan mental) meliputi: IQ, berpikir kreatif dan analitis.
3. Human relation ability (kemampuan menjalin hubungan antar manusia) meliputi: pengendalian diri, kemampuan menjalin hubungan dan bergaul.
4. Communication ability (kemampuan berkomunikasi)
5. Technical knowledge (pengetahuan teknis).

Hirsrich dan Peters (1992) menyatakan bahwa jiwa wirausaha ditimbulkan dari berbagai latar belakang pendidikan, lingkungan keluarga, dan pengalaman kerja. Bagi ekonomi, seorang wirausaha mengelola sumberdaya, tenaga kerja, lahan, dan asset lain sehingga

menghasilkan lebih dari sebelumnya; juga mengenalkan perubahan, inovasi dan sebagainya. Sehingga kewirausahaan adalah proses dinamik dalam tahapan pencapaian kesejahteraan dalam risiko waktu dan risiko lainnya.

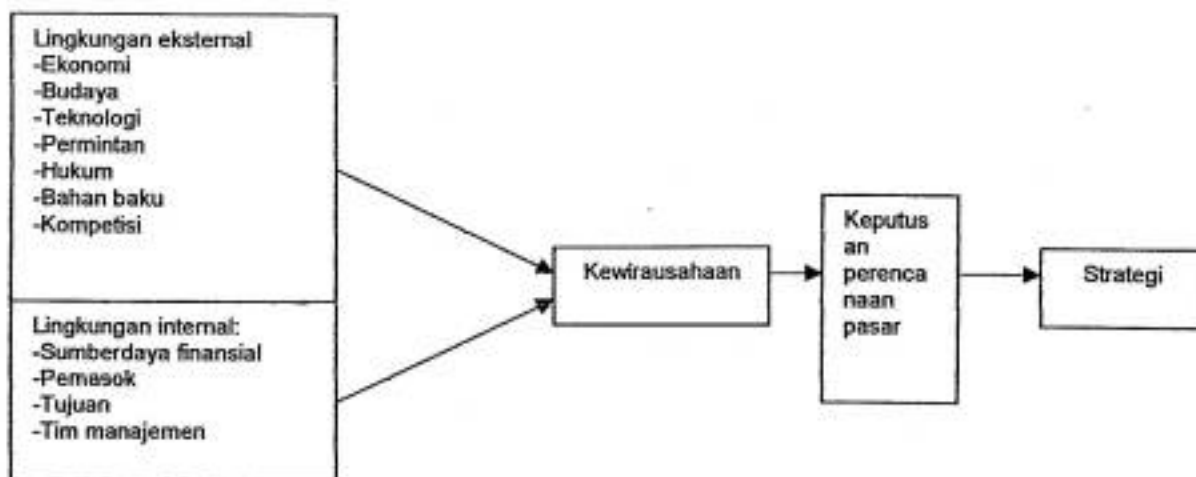
Menurut teori perilaku, keberhasilan tergantung pada banyak aspek antara lain: pilihan tempat usaha, pilihan bidang usaha, kerjasama dengan orang lain, menerapkan manajemen yang tepat, inovasi dan strategi. Proses kewirausahaan dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Identifikasi dan mengevaluasi peluang
 - a. Kreasi dan jangka waktu adanya peluang.
 - b. Yang dapat dicapai dari nilai peluang.
 - c. Risiko dan pengembalian dari peluang tersebut.
 - d. Peluang dikaitkan dengan ketrampilan diri dan tujuan utama.
 - e. Situasi komparatif.
2. Mengembangkan rencana bisnis:
 - a. Karakteristik dan ukuran pasar.
 - b. Perencanaan pasar.
 - c. Kebutuhan produksi.
 - d. Rencana finansial dan kebutuhan.
 - e. Bentuk organisasi.

- f. Posisi dan strategi untuk masuk dalam pasar.
3. Memahami kebutuhan sumberdaya:
 - a. Mengelola sumberdaya
4. Memahami usaha bisnis:
 - a. Cara pengaturan dan strukturnya.
 - b. Variabel kunci untuk sukses.
 - c. Mengidentifikasi masalah terutama masalah yang paling potensial.
 - d. Menerapkan sistem control.

Dalam suatu perencanaan usaha, sistem yang dilakukan merupakan penggabungan kajian antara lingkungan eksternal dan internal.

Gambar 2.2 Kewirausahaan dalam perencanaan pasar



Sumber: Peter (1992)

Kewirausahaan adalah suatu proses yang dinamik, yang selalu dipengaruhi faktor-faktor lingkungan, bagi seorang ekonom menjadi seorang wirausaha berarti dapat mengelola material dan asset lain menjadi kombinasi yang meningkatkan nilai tambah lebih tinggi dari sebelumnya, juga mengenalkan pada perubahan, inovasi dan aturan (Hirsch dan Peters 1992).

Sexton dkk. (1983) membahas Personality Inventory for Potential Entrepreneurs: Evaluation of a Modified JPI/PRF-E Test Instrument, menyimpulkan bahwa wirausaha yang potensial menunjukkan skor tinggi dalam menerima risiko, sedangkan penelitian Smith dan Miner (1984) dengan menggunakan Miner sentence completion questionnaire, menyimpulkan bahwa wirausaha berhasil (fast growth) menunjukkan skor yang tinggi dalam Ach-nya (Hirsch dan Peters 1992).

Paige dan Littrell (2002) melakukan penelitian tentang kriteria keberhasilan dan strategi bisnis untuk penyalur kerajinan tangan di Amerika Serikat menemukan beberapa pokok keberhasilan usaha tersebut ; (1) memiliki jaminan hubungan pribadi dengan konsumen; (2) merupakan bagian masyarakat dan menunjukkan perbedaan dari produk yang ada; (3) mewujudkan apa yang di dambakan selama ini sekaligus merupakan pengendalian gaya hidup; (4) mengisi

kekosongan pasar; (5) berpikir positif terhadap keberhasilan usahanya dan (6) merasa berbahagia pada saat usahanya memperoleh keuntungan sekalipun keuntungan bukan tujuan utama.

Kemudian Priyatno dkk. (2001) menemukan bahwa (1) jiwa kewirausahaan berkaitan dengan tingkat kosmopolitan masyarakat itu berarti semakin suatu daerah semakin memiliki ciri-ciri perkotaan dan tidak terisolasi, jiwa kewirausahaannya semakin tinggi; (2) jiwa kewirausahaan berkaitan dengan jenis usaha yang memiliki risiko tinggi biasanya dilakukan oleh orang yang memiliki jiwa kewirausahaan tinggi. (3) Dari beberapa elemen pembentuk jiwa kewirausahaan, keberanian dalam mengambil risiko mempunyai skor yang terendah (skor terendah 1 dan tertinggi 3).

Demikian pula dikemukakan oleh Tim LPPM UGM (1999), bahwa banyak faktor yang menentukan potensi pengembangan usaha sektor Informal, dikelompokkan secara umum, faktor-faktor yang menentukan potensi pengembangan usaha sektor informal dapat bersumber dari luar dan dan dari dalam usaha itu sendiri. Beberapa faktor yaitu kebijakan pemerintah, baik pusat maupun daerah, perkembangan kegiatan ekonomi di semua sektor, kebijakan khusus dari sistem perbankan, sedangkan dari sumber internal, faktor yang sangat penting bagi upaya pengembangan usaha sektor informal

adalah sikap kewirausahaan. Semakin baik sikap kewirausahaan, akan semakin tinggi pula potensi pengembangannya.

Sikap kewirausahaan dinilai berdasarkan kemampuan usaha sektor informal dalam membuat keputusan, kemandirian, keberanian mengambil risiko, kemampuan beradaptasi, kemampuan dalam menghadapi tantangan, penghargaan terhadap waktu, orientasi ke depan, penghargaan terhadap pendapat orang lain, kemampuan berkomunikasi, ketekunan dan orientasi pada tujuan.

Lebih lanjut dari hasil survey terhadap usaha sektor informal yang diselenggarakan oleh PAU-SE UGM (1999) menunjukkan bahwa, sebagian besar usaha sektor informal mempunyai sikap kewirausahaan yang baik telah mampu menggunakan waktu secara efisien, menunjukkan kesungguhan dalam mengelola usahanya, selalu merencanakan setiap kegiatan usaha, memahami kegagalan usaha sebagai bahan pelajaran demi keberhasilan, responsive terhadap perubahan-perubahan yang akan terjadi, memahami arti disiplin dan tanggung jawab dalam pelaksanaan tugas, sudah berani sendiri atau independen, sudah dapat melihat dan memanfaatkan kesempatan yang ada, dan menghargai kepercayaan yang diberikan oleh orang lain pada dirinya.

Proposisi khusus

Berdasarkan konsep teori dan hasil penelitian di atas dapat dibuat formulasi proposisi tentang persoalan kewirausahaan dan kapasitas manajemen sabagai berikut:

Proposisi 1. Aspek personal bersama-sama dengan lingkungan fisik, lingkungan ekonomi ekonomi dan lingkungan kelembagaan akan mempengaruhi jiwa kewirausahaan seseorang.

Banyak peneliti sebelumnya yang mengatakan bahwa aspek personal ini merupakan faktor penting sebagai pembentuk jiwa kewirausahaan petani. Menurut Hisrich dan Peters (1992), aspek personal ini terdiri dari childhood family environment, education, personal value, age dan work history yang secara bersama-sama menjadi faktor pembentuk jiwa kewirausahaan seseorang. *Childhood family environment* terdiri dari *birth order* (urutan kelahiran), *parent's occupation* (pekerjaan orang tua) dan *social status* (status sosial), *parental relation* (hubungan dengan orang tua). Urutan kelahiran ini disimpulkan berpengaruh terhadap kesuksesan seorang entrepreneur. Hasil penelitian dari Hisrich (1992) menemukan bahwa 50 persen dari 408 entrepreneur wanita merupakan anak sulung. Argumentasi yang diajukan adalah anak sulung atau anak tunggal akan mendapat



perhatian yang lebih dari orang tua dalam mengembangkan kepercayaan diri dan modal sosialnya sehingga mempermudah tumbuhnya jiwa kewirausahaan. Dalam hal latar belakang pekerjaan orang tua, banyak peneliti yang mengatakan bahwa pekerjaan orang tua yang enterpreneur, 50 persen lebih akan menghasilkan pula seorang anak yang enterpreneur (Mescon dan Stevens 1982). Kemudian hubungan dengan orang tua secara umum apakah pengusaha atau bukan sangat berpengaruh terhadap perkembangan jiwa kewirausahaan seseorang karena orang tua akan mendorong anaknya untuk menjadi independen, maju dan bertanggung jawab (Hisrich dan Canada 1986)

Education. Pendidikan sangat penting dalam mengembangkan dan meningkatkan stock of knowledge dari wirausaha. Pendidikan ini penting tidak hanya ketika memasuki dunia usaha, namun secara terus menerus perlu terus dikembangkan untuk mengatasi persoalan-persoalan bisnis yang terus berkembang. Meskipun dalam kenyataannya pendidikan formal tidak selalu memenuhi upaya membangun usaha, seperti yang ditunjukkan pengalaman dari usahawan sukses tetapi sekolah formalnya terhenti Andrew Carnigie, William Durant, Henry Ford. Pendidikan menyediakan latar belakang yang baik, yang lebih penting lagi sebenarnya bukan hanya lamanya

pendidikan itu ditempuh, tetapi seberapa berbobotkah kualitas pendidikan tersebut sehingga bisa memperkaya diri seseorang.

Personal Value. Meskipun telah banyak studi yang mengindikasikan pentingnya nilai-nilai personal dalam keberhasilan seorang wirausaha, namun pada umumnya penelitian tersebut gagal menjelaskan dan memisahkan peranan manajer dalam keberhasilan tersebut, misalnya ketika seorang wirausaha memiliki kepemimpinan yang efektif, hal ini tidak bisa dipisahkan dari kesuksesan seorang manajer.

Umur. Hubungan antara umur dan keberhasilan wirausaha seseorang telah diteliti dengan hati-hati. Dalam mengevaluasi hal tersebut, sangat penting untuk membedakan antara entrepreneurial age dan chronological age. Entrepreneurial age didefinisikan sebagai lamanya pengalaman usahanya. Sementara chronological age merujuk pada kapan seorang wirausaha memulai usahanya. Pada umumnya seorang wirausaha yang berhasil, jika mereka memulai usahanya pada umur rata-rata 22-25 tahun (Hisrich dan Peters 1992).

Lingkungan fisik yang subur dan kaya akan sumber air, terbukanya akses modal dan informasi ekonomi akan menyebabkan seseorang yang tinggal disekitarnya akan termotivasi untuk terus belajar memanfaatkan sumberdaya tersebut sehingga pada akhirnya

akan mempengaruhi kecakapan dan kapabilitasnya. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Priyanto dkk. (2002) menyatakan bahwa ada perbedaan motivasi dan banyaknya bidang usaha antar daerah yang miskin dan daerah yang kaya sumber airnya.

Demikian halnya dengan pengaruh lingkungan organisasi terhadap jiwa kewirausahaan seseorang. Seseorang yang hidup dan dibesarkan dalam lingkungan\ organisasi yang kondusif dan menantang, terbuka dan fleksibel akan menjadi seorang wirausaha yang berhasil yang memiliki motivasi yang besar, mandiri dan responsif terhadap risiko.

Proposisi 2. Jiwa kewirausahaan yang dimiliki oleh seseorang akan mempengaruhi seseorang dalam proses pengambilan keputusan

Belum banyak pendapat yang mengatakan bahwa ada hubungan yang erat antara kapasitas manajemen yang dimiliki oleh seseorang dengan jiwa kewirausahaannya. Dua hal tersebut mempunyai karakteristik yang berbeda dalam menjalankan suatu perusahaan. Kapasitas manajemen berkaitan dengan kemampuan seseorang dalam menjalankan fungsi-fungsi manajemen seperti perencanaan, pembuatan anggaran, pelaksanaan dan pengendalian kegiatan-kegiatan perusahaan. Kegiatan manajemen lebih bersifat

formal, ilmiah dan karenanya bersifat umum. Manajemen lebih berupa alat dan teknik berdasarkan pada pertimbangan dan uji coba rasional yang ditujukan untuk cara-cara penyelesaian masalah yang benar-benar serupa pada berbagai situasi bisnis. Sementara itu kewirausahaan merupakan kegiatan seseorang yang lebih fleksibel, lebih bersifat informal, lebih menekankan intuisi daripada kajian ilmiah dalam mengambil keputusan. Wirausaha yang berhasil biasanya bersifat mandiri, cerdas dan kompetitif. Dalam membuat agenda bisnis seringkali tidak mempertimbangkan pelaku-pelaku lain sehingga ketika perusahaan menjadi besar dan kompleks, seorang wirausaha sulit mengendalikan kegiatannya tanpa bersentuhan dengan aspek manajemen (Kotter, 1997).

Pertanyaan yang kemudian muncul adalah apakah ada hubungan antara kapasitas manajemen yang dimiliki seseorang dengan jiwa kewirausahaannya? Kalau merujuk pada beberapa tokoh sukses dalam bisnis, seringkali dapat dilihat bahwa tokoh atau pimpinan tersebut tidak hanya menguasai aspek-aspek manajemen bisnis, namun juga pemimpin perusahaan tersebut biasanya memiliki aspek personal yang sangat kuat seperti drive dan motivasi, kapabilitas dan kredibilitas, dan biografi yang baik (Rougoor et. al 1998). Ini menunjukkan bahwa sangat sulit memisahkan antara

kapasitas manajemen seseorang dan jiwa kewirausahaannya dalam menilai kesuksesannya. Kapasitas manajemen yang penuh sangat didukung oleh aspek personal yang kuat dan memadai. Proses pengambilan keputusan seseorang yang menyangkut aspek perencanaan, implementasi dan pengendalian akan sangat ditentukan oleh latar belakang biografi seseorang, kemampuan dan kecakapannya dalam berbisnis dan keinginan dan motivasi yang kuat. Faktor-faktor tersebut sangat banyak ditentukan oleh lingkungan fisik dan lingkungan kelembagaan di mana seseorang tersebut tinggal dan dibesarkan.

Proposisi 3. proses pengambilan keputusan dalam usaha yang dilakukan seseorang akan mempengaruhi kinerja usaha yang baik dalam efisiensi teknis dan efisiensi ekonomi

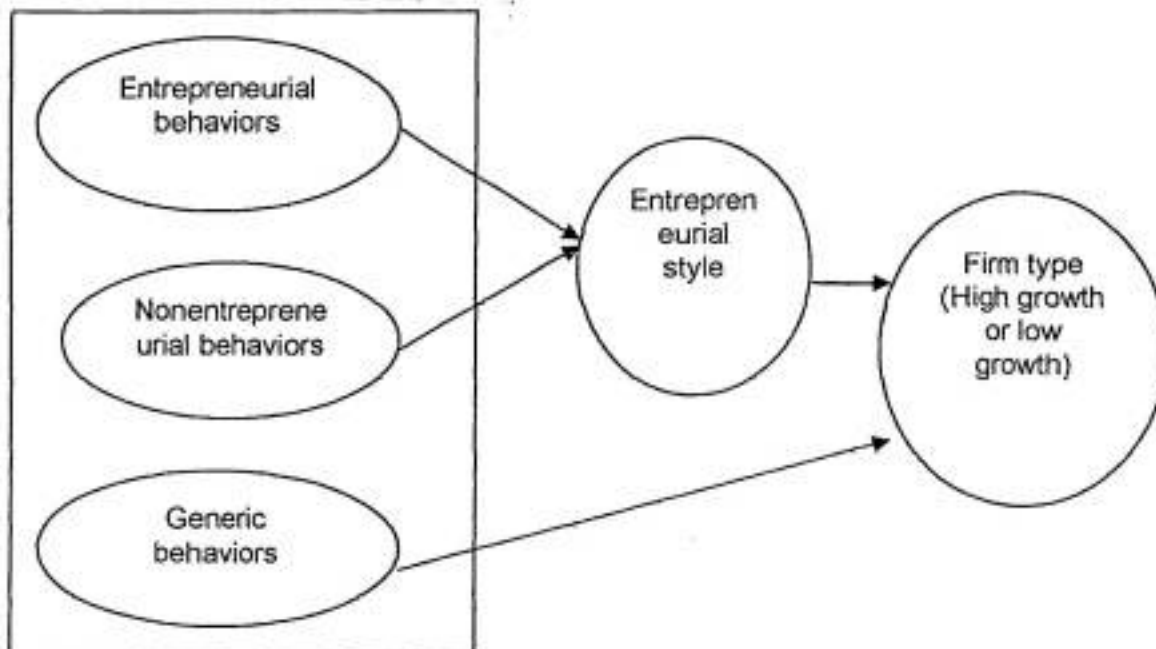
Proses pengambilan keputusan adalah praktek dan prosedur dalam perencanaan, dan implementasi, dan kontrol (Rougoor et al, 1998). Proses pengambilan keputusan ini bersama dengan aspek personal secara berurutan mempengaruhi kinerja usaha. Penghitungan hanya salah satu komponen tersebut penting, tetapi tidak cukup jika mengukur manajemen secara benar. Rougoor et al (dalam Wilson et.al, 2000) mengatakan bahwa manajer yang memiliki

personal skill yang tinggi bisa gagal meningkatkan kinerja usahanya jika proses pengambilan keputusannya buruk.

Proses pengambilan keputusan yang benar melalui perencanaan yang akurat Baldwin (1993); Sharder, dkk (1989) menyatakan bahwa kinerja dari usaha kecil dan menengah berkaitan dengan tingginya tingkat kecakapan manajemen, manajemen yang pipih dan cocok, dan penggunaan manajemen yang inovatif dan lebih maju, lebih lanjut dikatakan bahwa perencanaan bisa merupakan proxy atau penjelmaan dari aktivitas dan karakteristik organisasi seperti managerial competence, managerial involvement, leadership style dan employee commitment (Barbara et al, 2000).

Penulis lain yang menggambarkan antara perilaku manajerial, gaya kewirausahaan, dan kinerja usaha kecil yakni Smith dkk. (2003) menjelaskan bahwa penelitian di Inggris terhadap kinerja usaha kecil digambarkan bahwa terdapat hubungan antara perilaku manajerial (berdasarkan teori Covin dan Slevin), jenis perusahaan (dalam bentuk kinerja pertumbuhan penjualan), selanjutnya ditemukan bahwa aspek lingkungan berpengaruh negatif terhadap tipe wirausaha, sementara adanya visi berpengaruh positif terhadap tipe kewirausahaan, untuk lebih jelasnya dapat digambarkan sebagai berikut:

Behaviors, Entrepreneurial Style, and Firm Type



Sumber: Smith (2003)

Dari penelitian sebelumnya yang memiliki kaitan dengan penelitian kinerja maka dapat disusun peta identifikasi penelitian terdahulu pada tabel 2.1 berikut.

Tabel 2.1 Peta Hasil Identifikasi Para Peneliti Terdahulu Terhadap Faktor Perilaku Kinerja Usaha Sektor Informal

No	Peneliti	Tempat Penelitian	Variabel Yang Diukur	Teknik Analisis	Hasil
1	Idris Arief (1996)	Ujung Pandang	Modal, Pelatihan, Lamanya menekuni Pekerjaan, Usia, Jumlah Tanggungan, Tingkat persaingan, Waktu	Regressi berganda Cobb-Doglass	Pemanfaatan angkatan kerja yang bekerja pada sector informal cukup memadai, baik dilihat dari segi pendapatan,



			senggang,waktu kerja rumah,tingkat konsumsi		curahan waktu kerja, maupun tingkat pendidikan
2	Bernice Kotey (1997)	Amerika Serikat	Motif prestasi, Kebebasan,Ambisi, Agresif,Kekuatan fisik, Kreatifitas, Pengakuan social,,Loyalitas,K ejujuran,Kompetensi, Persaingan, Kasih sayang, Percaya diri,inovasi, Kepercayaan,Tanggung jawab,Kerja keras,dan Optimis	Multiple Regressi	Ada Hubungan antara nilai personal pemilik, strategi yang diterapkan terhadap kinerja perusahaan
3	Agus Joko Pitoyo (1999)	Yogyakarta	Jenis kelamin, Alasan memilih pekerjaan,Tingkat pendidikan, Pendapatan, Pengaruh krisis ekonomi,Kontribusi terhadap PAD	Analisis Deskriptif	a.Fleksibilitas usaha sektor informal sangat memungkinkan berkembang dari waktu ke waktu b.Usaha Sektor informal dapat bertahan dimasa krisis
4	Recep Vancin (2000)	Turki	Maksimalisasi Profit Minimisasi risiko Marjinal trader	Analisis Deskriptif	Maksimasi profit berhubungan tiga strategi: perubahan model,mendekati konsumen, Peningkatan volume penjualan dengan harga bersaing,

					<p>Meminimisasi risiko dengan memonitor biaya produksi. Marjinal trader tidak berhubungan dengan berusaha sendiri. Etnik atau pengusaha local berperan penting dalam peningkatan skala ekonomi</p>
5	Lussier (2001)	Eropa Timur	<p>Modal, Pengawasan keuangan, Pengalaman industri, Perencanaan, Tenaga ahli, Pendidikan, Staffing, Umur pemilik, Partner, Orang tua pemilik, Minoritas, Pemasaran</p>	Analisa Regresi	<p>Staffing, Tingkat pendidikan, tenaga ahli dan perencanaan merupakan predictor kesuksesan berusaha</p>
6	Sony Heru Priyano (2001)	Kab. Jepara	<p>Lingkungan, Organisasi, karakteristik individual</p>	Analisis Deskriptif	<p>a. Aspek personal bersama-sama lingkungan fisik, ekonomi dan lembaga mempengaruhi jiwa kewirausahaan seseorang b. Jiwa kewirausahaan yang dimiliki seseorang akan mempengaruhi</p>

					dalam pengambilan keputusan c. Proses pengambilan keputusan dalam usaha yang dilakukan seseorang akan berpengaruh terhadap kinerja baik efisiensi teknis maupun efisien ekonomis
7	Rustiansyah (2002)	Kabupaten Sidoarjo	Usia, Modal, Harga bahan baku, Fluktuasi permintaan dan Persaingan	Analisis deskriptif	Untuk dapat bertahan perusahaan melalui: a. Mencari pinjaman dari teman b. Mencari pasar baru c. Mencari bahan baku lebih murah d. Memberikan merek e. Menghemat f. Berdoa dan kerja keras
8	Per Davidson, dkk (2002)	Swedia	Umur perusahaan, Ukuran perusahaan, pemilik, perubahan sektor industri, Legalitas, Perubahan peraturan, Perubahan pemerintah, Lokasi geografis	Analisa Regressi	Umur perusahaan, Ukuran perusahaan, Kepemilikan usaha, Sektor Industri dan legalitas berpengaruh penting dalam kinerja

					perusahaan
9	Sadle Smith (2003)	Inggris	Kinerja manajemen, Proses manajemen, Lingkungan, Stake holder, Budaya manajemen, Visi, Pengembangan manajemen	Analisis Regressi	Gaya kewieausahaan, Prilaku manajerial berpengaruh terhadap kinerja perusahaan

BAB III
KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS

BAB III

KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS

3.1 Kerangka Pikir

Ciri serta karakteristik dasar usaha sektor informal di manapun sama yaitu merupakan sebuah usaha yang dengan modal relatif kecil, berusaha di bidang produksi, dan berjualan barang-barang (jasa-jasa) untuk memenuhi kebutuhan kelompok konsumen tertentu di dalam masyarakat, usaha mana dilakukan di tempat-tempat yang dianggap strategis dalam suasana lingkungan yang informal, sedangkan bentuk dan jenis usahanya antara satu daerah dengan daerah lain bisa saja berbeda.

Unit-unit usaha yang dijalankan oleh usaha sektor informal secara umum meliputi tiga hal yaitu; sandang, pangan, dan barang kebutuhan sekunder, atau dengan kata lain bahwa usaha sektor informal terdiri atas perdagangan, pengolahan serta jasa-jasa.

Melihat dan menentukan skala usaha yang optimal dari sebuah usaha sektor informal bukan merupakan pekerjaan mudah, karena didalamnya terkandung berbagai aspek, secara langsung yang akan mempengaruhi kinerja usaha sektor informal dan melalui penelitian ini akan ditelusuri beberapa aspek yang mempengaruhi kinerja sektor

informal di Sulawesi Selatan meliputi; aspek keuangan, aspek pemasaran, aspek sumberdaya manusia, aspek lingkungan, dan aspek kewirausahaan.

a. Aspek Keuangan

Penggunaan modal bagi usaha sektor informal sangat penting untuk menghasilkan laba bagi mereka, demikian pula adanya sistem penjualan secara kredit, bahkan apabila pembayaran dengan cek dapat dicairkan setelah satu bulan dan membeli bahan baku secara tunai akan mempersulit mengatur perputaran bagi mereka, lebih lanjut dikemukakan bahwa adanya penjualan akan semakin menambah arus kas, selanjutnya bagi Husnan (1990) dalam mengatur kas perlu dipahami motif dalam kas yaitu; motif transaksi, berjaga-jaga dan spekulasi, dalam mengelola kas kita harus mencoba mempercepat pengumpulan dan mengatur pengeluaran sehingga kas yang tersedia bisa maksimum, demikian pula dalam mengatur piutang ada 3 faktor yang harus dipertimbangkan dalam kebijakan perkreditan yakni; *pertama* standar kredit atau kualitas langganan yang akan diperkenankan memperoleh kredit, *Kedua* jangka waktu kredit, yaitu berapa lama seorang langganan yang membeli secara kredit harus sudah membayar utangnya, dan *ketiga* potongan yang diberikan kepada para langganan. Ketiga faktor tersebut akan menentukan berapa besar jumlah piutang yang akan dimiliki oleh perusahaan, berapa lama

piutang tersebut diharapkan akan terkumpul, dan berapa besar proporsi piutang yang tidak terbayar. Rustiansyah (2002) dalam usaha sektor informal, pengelolaan keuangan yang tepat termasuk membedakan antara uang usaha dan uang untuk kepentingan pribadi sangat penting dalam mengejar efisiensi dan akumulasi modal. Selain itu kemandirian modal sangat dominan dalam menentukan keberhasilan usaha sektor informal

b. Aspek Lingkungan

Venceen (2000) mengemukakan bahwa melalui maksimisasi profit dan meminimisasi biaya, dan meminimisasi risiko sangat berperan dalam mengukur kinerja keuangan bagi usaha sektor informal, demikian pula peningkatan volume penjualan dengan harga bersaing dengan meminimisasi biaya akan berpengaruh terhadap tingkat keuntungan yang akan dicapai.

Priyono (2001) mengemukakan bahwa lingkungan eksternal yang terdiri dari kelembagaan, sosial, ekonomi, dan aspek fisik ikut menentukan pula kinerja usaha, bagi pengusaha faktor eksternal tersebut harus diperhitungkan karena sulit diprediksi dan terus berubah sehingga bisa menyebabkan risiko dan ketidakpastian.

Selanjutnya Stoner (1990) mengemukakan bahwa, faktor eksternal mempengaruhi kinerja usaha meliputi; pemasok, pemerintah,

konsumen, pesaing, tenaga kerja, lembaga keuangan, perubahan teknologi dan pemegang saham, peneliti lain yang dilakukan oleh Priyatno dkk. (2001) menunjukkan bahwa proses penganggaran dan pencatatan usaha juga seringkali tidak dilalui oleh usaha kecil/petani manakala mereka melakukan usaha, padahal penganggaran dan pencatatan ini selain berguna untuk pengalokasian sumberdaya, bisa juga digunakan untuk melakukan pengawasan terhadap usaha yang dilakukan.

Menurut tim pengembangan usaha sektor informal UGM (2000) mengatakan bahwa indikator kebijakan pemerintah daerah yang dapat mengembangkan iklim yang kondusif bagi pertumbuhan unit-unit usaha sektor informal di daerah adalah:

- a. Kebijakan daerah yang dapat membangkitkan aspek permintaan terhadap produk-produk usaha sektor informal
- b. Kebijakan daerah yang dapat mengembangkan aspek penguatan institusi perekonomian rakyat, misalnya melengkapi sarana pelayanan dan konsultasi bisnis
- c. Kebijakan daerah yang dapat merangsang kesempatan berusaha dan pengembangannya seperti merangsang tumbuhnya lembaga pendukung atau penasehat pengembangan usaha sektor informal



- d. Membentuk dan membangun pusat-pusat lokasi usaha sektor informal berdasarkan kelompok usaha yang sudah dibentuk lembaga-lembaga non pemerintah
- e. Kebijakan daerah yang dapat memberikan dukungan perlindungan hukum terhadap bisnis usaha sektor informal, misalnya kebijakan tata kota yang memberikan tempat bagi usaha sektor informal yang dapat berintegrasikan dengan pusat-pusat pertumbuhan setempat.

c. Aspek sumberdaya Manusia

Pada aspek sumberdaya manusia oleh Arief (1996) mengemukakan bahwa kualitas sumberdaya manusia memegang peranan yang sangat dominan, hanya karena ketidakmampuan individunya untuk terserap di sektor formal yang menyebabkan banyak diserap sektor informal. Selanjutnya Varcin (2000) menyimpulkan bahwa para usaha sektor informal mempunyai karakteristik utama yaitu sebagai profit maximizers yang menekankan keuntungan yang besar sebagai target utama, oleh Khatri dan Budhwar (2002) menyimpulkan bahwa komunikasi diantara pimpinan dan bawahan banyak ditentukan oleh komunikasi formal maupun informal antara pemberi kerja dan pelaksanaan kegiatan.

Kepemimpinan memberi peran yang cukup besar dalam mengelola usaha, dalam kondisi tingkat persaingan yang tinggi pada

sektor informal, maka pimpinan dituntut memiliki kepekaan terhadap kepemimpinan yang diterapkan, pada sektor informal yang tumbuh secara alami dari persaingan yang ada pelaku pasar (Varcin, 2000).

Vecchio (1992) menyatakan bahwa pengalaman memberikan kematangan yang dapat menambah pengetahuan bisnis bagi pengusaha dengan apa yang merke kerjakan, begitu pula Porter (1989) menyatakan bahwa pengalaman bisnis seseorang hanya relevan untuk dirinya sendiri dan belum tentu relevan bagi orang lain, disamping pengalaman yang berhubungan dengan peningkatan kinerja, oleh Kotler (1999) menambahkan bahwa kejujuran merupakan syarat utama dalam melayani pelanggan guna memuaskan apa yang diharapkannya, bagi usaha sektor informal kejujuran merupakan suatu nilai tersendiri di mata konsumen yang dibangun dengan lama, sehingga akan tercipta kepercayaan bagi konsumen.

Garavan (2001) menambahkan integritas seorang pengusaha dalam menjalankan usahanya merupakan keunggulan tersendiri, meningkatkan keterampilan dan kompetensi merupakan keberhasilan dalam melakukan aktivitas bisnisnya, disamping itu komitmen dalam memajukan usahanya bersama dengan karyawan perlu diperbaharui setiap saat.

Pada sisi lain, balas jasa perlu diperhatikan oleh Arief (1996), akibat meningkatnya penjualan dan seiring meningkatnya keuntungan

akan berpengaruh terhadap balas jasa yang diterima oleh para pekerja sektor informal, disamping balas jasa yang diterima, perlunya terus ditingkatkan keterampilan melalui pelatihan praktis yang dapat meningkatkan produktivitas mereka, sehingga Kok (2002) berpendapat bahwa dampak pelatihan akan menambah tingkat produktivitas bagi pekerja di bidang sektor informal, selain itu umur berhubungan dengan keberhasilan usaha, telah diteliti oleh Hisrich dan Peters (1992), hasil penelitian menunjukkan bahwa perlunya *membedakan entrepreneurial age* dan *chronological age*. *Entrepreneurial age* diidentifikasi sebagai lamanya pengalaman berusaha, sedangkan *chronological age* merujuk kapan pada kapan seorang berusaha memulai usahanya. Pada umumnya seorang pengusaha berhasil, mereka memulai usahanya pada umur antara 22-25 tahun, sejalan apa yang penulis temukan di lapangan bahwa umur produktif mendominasi responden antara 22 – 45 tahun.

d. Aspek Pemasaran

Swastha (1998) mengemukakan bahwa pasar merupakan orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja dan kemauan untuk membelajakannya. Berdasarkan sifat serta karakteristiknya, usaha sektor informal menghadapi pasar yang benar-benar kompetitif, karena selain komoditi yang diperdagangkan bersifat

homogen juga tidak ada hambatan bagi siapapun untuk terlibat di dalamnya, pada perkembangannya persaingan tidak hanya datang dari sesama usaha sektor informal, tetapi juga dari pengusaha sedang, pengusaha besar, maupun para artis yang nyaris kehabisan order di masa krisis (LPPM UGM, 1999), oleh karena itu bila ingin eksis dari usaha tersebut harus memperbaiki diri sendiri, sebelum mengharap bantuan dari pihak lain.

Di dalam pemasaran aspek-aspek yang perlu diperhatikan adalah potensial pasar, pertumbuhan permintaan, persaingan, pangsa pasar, dan kebijakan /strategi pemasaran yang meliputi kebijakan produk, harga, tempat, sikap kewirausahaan, dan promosi, dalam mempertahankan dan memperluas pasar, setiap pelaku usaha perlu mengembangkan jaringan usaha yang kuat, sehingga terbentuk pasar yang pasti. (Kotler, 1997)

e. Aspek Kewirausahaan

Hasil penelitian terhadap sikap kewirausahaan usaha sektor informal oleh Hidayat (1980) bahwa usaha ini sudah mandiri artinya tidak tergantung adanya proteksi dari pemerintah, hal ini juga senada dengan hasil penelitian Kartini (1980) yang menunjukkan bahwa sektor informal mempunyai sikap wirausaha yang kuat, hal ini juga penelitian yang dilakukan PAU-FE UGM (1995) dapat dikatakan bahwa secara

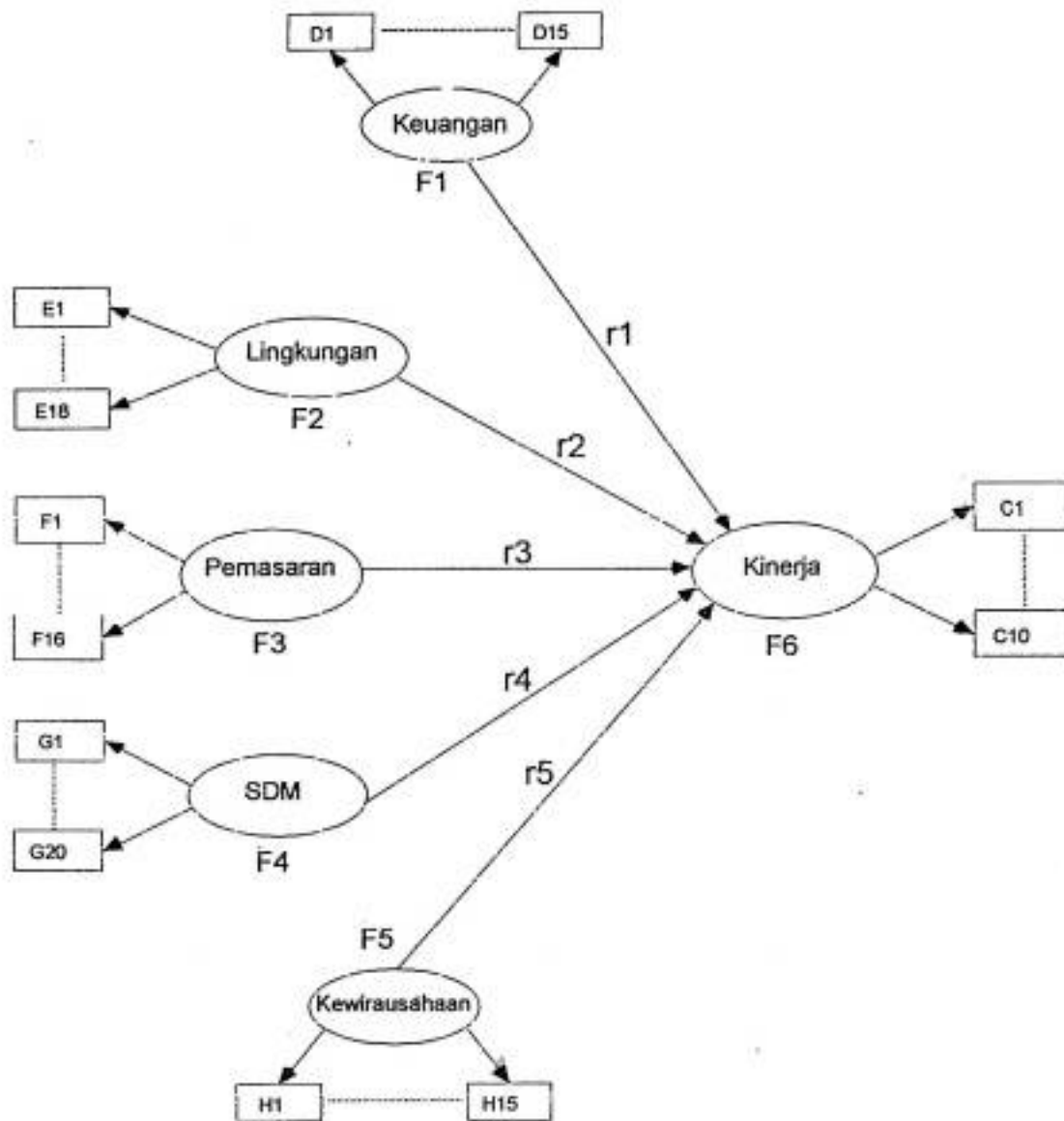
umum sikap kewirausahaan usaha sektor informal adalah baik, sedang lemahnya permodalan yang menyebabkan kelemahan dalam mengambil risiko, perlu segera diperbaiki.

Peter dkk. (1992) mengemukakan bahwa jiwa kewirausahaan ditimbulkan dari berbagai latar belakang pendidikan, lingkungan keluarga dan pengalaman kerja, sehingga kewirausahaan adalah proses dinamik dalam tahapan pencapaian kesejahteraan dalam risiko waktu dan risiko lainnya, selanjutnya oleh Hirsrich (1992), menyatakan bahwa keberhasilan usaha tergantung pada banyak aspek antara lain; tempat usaha, bidang usaha, kerjasama orang lain, mempraktekkan manajemen yang tepat, motivasi dan strategi merupakan kunci untuk keberhasilan dalam berusaha.

Kondisi obyektif usaha sektor informal di Sulawesi Selatan menunjukkan bahwa beberapa keberhasilan usaha sektor informal menitikberatkan beberapa aspek yaitu pengelolaan keuangan, pemasaran, dukungan lingkungan, dukungan sumberdaya manusia dan jiwa kewirausahaan dari temuan Arief (1996) meliputi pemanfaatan angkatan kerja yang bekerja pada sektor informal cukup memadai, baik dilihat dari segi pendapatan, curahan waktu kerja, maupun tingkat pendidikan, dan beberapa pemikiran usaha sektor informal memerlukan pengkajian lebih lanjut.

Fenomena inilah yang membawa peneliti untuk menelaah lebih jauh faktor apa yang relevan mempengaruhi kinerja usaha sektor informal, pada aspek keuangan meliputi; pengelolaan modal, pembenahan struktur keuangan, investasi, dan laba ditahan. Pada aspek lingkungan meliputi; keamanan, retribusi, fasilitas/prasaran, akses ke pemasok, akses ke konsumen, kebijakan pemerintah, lembaga pendukung, perkembangan teknologi. Pada Aspek sumberdaya manusia meliputi; kepemimpinan, pengalaman, kejujuran, integritas, komitmen, balasa jasa, pelatihan, pendidikan dan umur. Pada aspek pemasaran meliputi; persaingan, promosi, pelayanan, potongan harga, dan distribusi. Pada aspek kewirausahaan meliputi; daya juang, motivasi, tuntutan, warisan dan kreativitas.

Berdasarkan uraian di atas, maka dibuat model kerangka pikir penelitian sebagaimana ditunjukkan pada gambar berikut.



Gambar 3.1 Model Kerangka Pikir Penelitian

Keterangan : F1...F5 = Variabel Independen
 F6 = Variabel Dependen
 r1...r5 = Koefisien Pengaruh F1 s/d F5 terhadap F6
 D1 s/d D15 = Indikator variabel aspek keuangan
 E1 s/d E18 = Indikator variabel aspek lingkungan
 F1 s/d F16 = Indikator variabel aspek pemasaran
 G1 s/d G20 = Indikator variabel aspek SDM
 H1 s/d H15 = Indikator variabel aspek Kewirausahaan
 C1 s/d C10 = Indikator variabel aspek Kinerja

3.2 Hipotesis

Untuk menguji hubungan yang antara aspek-aspek dalam model di atas, maka disusun hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Aspek keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan
2. Aspek lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan
3. Aspek pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan
4. Aspek sumber daya manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan
5. Aspek kemampuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan

BAB IV
METODE PENELITIAN



BAB IV

METODE PENELITIAN

4.1 Daerah Penelitian

Daerah yang dipilih dalam penelitian ini ialah Kota Makassar, ParePare, dan Watampone. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan maret s/d mei tahun 2004. Alasan untuk memilih daerah penelitian ini karena di Kota Makassar, ParePare, dan Watampone pengusaha sektor informal terkonsentrasi pada berbagai jenis usaha.

Pada tahun 2002 jumlah penduduk Kota Makassar 1.148.312 orang (Kantor Statistik Kota Makassar, 2002). Penduduk ini tersebar pada 14 Kecamatan. Kecamatan tersebut adalah Kecamatan Mariso, Kecamatan Mamajang, Kecamatan Tamalate, Kecamatan Rappocini, Kecamatan Makassar, Kecamatan Ujung Pandang, Kecamatan Wajo, Kecamatan Bontoala, Kecamatan Ujung Tanah, Kecamatan Tallo, Kecamatan Panakkukang, Kecamatan Manggala, Kecamatan Biringkanaya, Kecamatan Tamalanrea.

Dari keempat belas kecamatan tersebut, yang dijadikan daerah sampel adalah sepuluh kecamatan yaitu Kecamatan Mariso, Kecamatan Mamajang, Kecamatan Rappocini, Kecamatan Ujung Pandang, Kecamatan Wajo, Kecamatan Bontoala, Kecamatan Tallo, Kecamatan Panakukang, Kecamatan Manggala, Kecamatan Biringkanaya. Alasan memilih responden menurut wilayah kecamatan tersebut karena

terdapat banyak kegiatan sektor informal, tersebar di beberapa pusat pembelanjaan, ketersediaan lokasi, konsentrasi pusat keramaian, dukungan dari Pemda Kota Makassar yang memungkinkan usaha informal beroperasi (PD. Pasar Kota Makassar, 2003).

Untuk Kota Parepare yang berpenduduk 108.917 jiwa dengan rata-rata pertumbuhan penduduknya 0,63 (Sulawesi Selatan dalam angka, 2001), di kota tersebut usaha sektor informal setiap tahunnya meningkat antara 5-10 % yang tersebar di 3 kecamatan. Keadaan secara umum usaha sektor informal sama dengan di Kota Makassar yang terkonsentrasi pada pusat keramaian kota.

Untuk Kabupaten Bone jumlah penduduk sebanyak 646.159 orang (Kabupaten Bone Dalam Angka, 2002), khusus Kabupaten Bone penelitian terkonsentrasi di Kota Watampone yang meliputi; kecamatan Tanete Riattang Barat, Tanete Riattang, dan Tanete Riattang Timur.

4.2 Variabel Penelitian

4.2.1 Klasifikasi variabel

Klasifikasi variabel pada penelitian ini dibagi atas dua yaitu variabel bebas (*independent variabel*) dan variabel terikat (*dependent variabel*). Untuk memudahkan analisis maka masing-masing hipotesis yang diajukan dijabarkan yang mana variabel terikat dan mana variabel bebasnya, sebagaimana tersaji pada tabel berikut.

Tabel 4.1 Variabel Bebas dan Variabel Terikat Masing-Masing Hipotesis

Hipotesis	Variabel bebas	Variabel terikat
1	Aspek Keuangan	Aspek Kinerja
2	Aspek Lingkungan	Aspek Kinerja
3	Aspek Pemasaran	Aspek Kinerja
4	Aspek Sumber Daya Manusia	Aspek Kinerja
5	Aspek Kewirausahaan	Aspek Kinerja

Sumber: Hipotesis penelitian, halaman 118

4.2.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Ada 6 (enam) variabel yang dikaji dalam penelitian ini, yaitu aspek keuangan, aspek lingkungan, aspek pemasaran, aspek sumber daya manusia, dan aspek kewirausahaan sebagai variabel independen; dan aspek kinerja usaha sektor Informal sebagai variabel dependen.

a. Aspek keuangan adalah aspek yang berhubungan dengan sumber dan penggunaan dana dan operasional dari usaha sector informal. Ada 15 indikator yang digunakan untuk mengukur aspek keuangan adalah sebagai berikut:

1. Akumulasi Modal
2. Modal pinjaman

3. Modal sendiri
4. Penjualan.
5. Tingkat keuntungan dan akumulasi modal.
6. Membedakan pengeluaran pribadi/keluarga dari pengeluaran usaha.
7. Dukungan usaha terhadap peningkatan kesejahteraan keluarga
8. Bimbingan pemilik modal
9. Akumulasi keuntungan yang besar digunakan untuk menambah asset/harta.
10. Tingkat kesulitan memperoleh pinjaman dari bank
11. Membedakan besarnya uang yang dimiliki untuk keperluan modal kerja dan pembelian alat-alat.
12. Penghematan untuk menekan pengeluaran pribadi.
13. Porsi pengeluaran uang untuk kelangsungan usaha.
14. Ekspansi usaha
15. Penyertaan modal dari pihak lain dalam usaha

Selanjutnya indikator-indikator variabel ini diberi skor dengan menggunakan Skala Likert yang diperluas, yaitu dengan skor 1 untuk nilai terendah dan skor 7 untuk nilai tertinggi.

b. Aspek Lingkungan adalah segala atribut lingkungan fisik yang mempengaruhi kinerja usaha sektor informal. Terdapat 18 indikator yang digunakan untuk mengukur aspek lingkungan. Indikator-indikator tersebut adalah sebagai berikut:

1. Fasilitas transportasi yang dimiliki
2. Tempat berjualan yang permanen
3. Berusaha menjual pada tempat yang berada pada pusat-pusat keramaian.
4. Ketepatan dalam menerima barang
5. Kemudahan dalam memperoleh barang
6. Selalu memperhatikan apa-apa yang sangat diperlukan oleh langganan
7. Cuaca/musim sangat mempengaruhi volume penjualan
8. Selalu berusaha untuk menempati lokasi yang memperoleh izin dari pemerintah.
9. Membayar restribusi setiap hari.
10. Pengusuran tempat usaha menghganggu kelancaran usaha
11. Penyuluhan dari instansi terkait
12. Penyuluhan dari perguruan tinggi
13. Pihak keamanan memberikan pengarahannya ketertiban setiap saat.
14. Memberikan upeti kepada pihak keamanan.
15. Peranan teknologi dalam pengembangan usaha
16. Bimbingan teknologi dari dinas yang terkait.
17. Pemberian upeti yang illegal
18. Perhatian terhadap perkembangan teknologi.

Selanjutnya indikator-indikator variabel ini diberi skor dengan menggunakan Skala Likert yang diperluas, yaitu dengan skor 1 untuk nilai terendah (sangat tidak setuju) dan skor 7 untuk nilai tertinggi (sangat setuju).

c. Aspek pemasaran adalah segala variabel yang mempengaruhi kinerja usaha sektor informal yang berasal dari aktivitas pemasaran seperti promosi, harga, distribusi, produk atau jasa, pelayanan. Terdapat 16 indikator yang digunakan untuk mengukur aspek pemasaran adalah sebagai berikut:

1. Tingkat persaingan usaha
2. Semua produk yang dijual tidak selalu cepat habis.
3. Penawaran barang dari pelanggan cukup selalu tersedia.
4. Harga sangat berpengaruh dalam kelancaran penjualan barang.
5. Harga ditentukan berdasarkan prosentase tambahan dari harga perolehan.
6. Barang yang dijual umumnya barang titipan.
7. Barang yang dijual diperlukan perkenalan ke calon pembeli.
8. Dalam menjual biasanya diperhatikan saran dan keluhan pembeli.
9. Para pembeli seharusnya diberikan pelayanan sesuai dengan keinginan mereka.

10. Para pembeli seharusnya diberikan perlakuan khusus untuk memahami keinginannya.
11. Kualitas produk yang ditawarkan
12. Tingkat persediaan barang
13. Potongan harga
14. Kegiatan promosi kepada calon pembeli.
15. Pemberian kartu garansi kepada konsumen atas barang-barang yang terjual.
16. Kemungkinan untuk mencari pasar yang baru.

Selanjutnya indikator-indikator variabel ini diberi skor dengan menggunakan Skala Likert yang diperluas, yaitu dengan skor 1 untuk nilai terendah (sangat tidak setuju) dan skor 7 untuk nilai tertinggi (sangat setuju).

d. Aspek sumber daya manusia adalah aspek yang berhubungan dengan kepemimpinan dan perlakuan dan pengelolaan karyawan usaha sektor informal. Terdapat 20 indikator yang digunakan untuk mengukur aspek sumber daya manusia adalah sebagai berikut:

1. Perlunya kerjasama dengan anak buah/bawahan.
2. Perlunya kepemimpinan untuk mengatur aktivitas.
3. Pengalaman sangat dibutuhkan dalam usaha ini.
4. Pengalaman berusaha dapat mengatasi situasi yang cepat berubah.

5. Pengalaman berusaha seseorang berbeda dan hanya berlaku buat dirinya sendiri sendiri sehingga sulit ditiru orang lain.
6. Nilai kejujuran sangat mutlak dalam usaha
7. Kejujuran bawahan sangat diperlukan dalam usaha.
8. Keahlian dan keterampilan tenaga kerja
9. Perlunya ketekunan dan keahlian tenaga kerja
10. Perlunya peningkatan keterampilan
11. Perhatian karyawan dalam pengembangan usaha
12. Ketepatan waktu dalam pemberian gaji
13. Balas jasa tergantung pada tingkat keuntungan yang diperoleh
14. Pekerja ditempatkan dengan layak dan diberikan balas jasa sesuai upah minimum.
15. Para pekerja melakukan tugasnya sesuai dengan keahliannya.
16. Pekerja biasanya dilatih atau kerja sambil magang.
17. Saya menjalankan usaha ini karena malu apabila menganggur.
18. Pendidikan sangat diperlukan dalam menekuni usaha
19. Lama berusaha dan kemampuan berusaha
20. Umur pekerja dan tingkat produktivitas.

Selanjutnya indikator-indikator variabel ini diberi skor dengan menggunakan Skala Likert yang diperluas, yaitu dengan skor 1 untuk nilai terendah (sangat tidak setuju) dan skor 7 untuk nilai tertinggi (sangat setuju).

e. Aspek Kewirausahaan adalah kesatuan terpadu dari semangat, nilai-nilai dan prinsip serta sikap, kiat, seni dan tindakan nyata yang sangat perlu, tepat dan unggul dalam menangani dan mengembangkan perusahaan atau kegiatan lain yang mengarah pada pelayanan terbaik kepada pelanggan dan pihak-pihak lain yang berkepentingan termasuk masyarakat, bangsa dan negara. 15 indikator yang digunakan untuk mengukur aspek kewirausahaan adalah sebagai berikut:

1. Perlunya semangat, kesabaran, dan kerja keras.
2. Diperlukan keberanian mengambil risiko.
3. Perlunya hubungan yang baik antara pelanggan, pekerja, dan pemasok.
4. Keberhasilan usaha tergantung tempat usaha, bidang usaha dan dukungan dari keluarga.
5. Motivasi untuk lebih maju.
6. Perlunya komitmen dan identitas diri yang tinggi.
7. Dukungan keluarga dalam berusaha
8. Perlunya kreativitas.
9. Peluang mengembangkan usaha
10. Menciptakan kelebihan-kelebihan dari barang/jasa yang saya jual untuk memenangkan persaingan.

11. Membuka usaha sampingan yang dapat mendukung pengembangan usaha
12. Mitra usaha dengan kerabat
13. Penyelesaian masalah secara kekeluargaan
14. Mempertimbangkan usul bawahan dalam pengambilan keputusan
15. Berusaha membuka usaha yang lebih berprospek

Selanjutnya indikator-indikator variabel ini diberi skor dengan menggunakan Skala Likert yang diperluas, yaitu dengan skor 1 untuk nilai terendah (sangat tidak setuju) dan skor 7 untuk nilai tertinggi (sangat setuju).

f. **Aspek kinerja** adalah hasil dari banyak keputusan individu yang dibuat secara terus menerus oleh manajemen, oleh karena itu untuk menilai kinerja perusahaan perlu dilibatkan analisis dampak keuangan kumulatif dan ekonomi dari suatu keputusan, dan mempertimbangkan dengan menggunakan ukuran komparatif. Terdapat 10 indikator yang digunakan untuk mengukur aspek kinerja adalah sebagai berikut:

1. Modal awal sewaktu memulai usaha
2. Sumber modal
3. Jumlah modal sekarang
4. Rata-rata omzet perhari
5. Jumlah pengeluaran pengadaan barang.



6. Biaya retribusi
7. Tingkat keuntungan perhari
8. Keluhan konsumen
9. Pemanfaatan modal pinjaman.
10. Sumber modal pinjaman

Untuk variabel aspek kinerja dilakukan transform dari skala 1 sampai 4 menjadi skala 1 sampai 7 dengan rumus $x/4 = 2/7$, artinya jika 2 pada skala 1 s/d 7 akan sama dengan angka x pada skala 1 sampai 4.

Menurut Sugiyono (1999:86-87), Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk menentukan skor akhir masing-masing variabel, dapat diperoleh melalui formulasi sebagai berikut :

$$St = \frac{Si_1 + Si_2 + Si_3 + \dots + Si_n}{n} \quad \dots (4.1)$$

Dimana :

St = Skor variabel

Si = Skor Indikator

1,2,3,...,n = Indikator 1,2,3,...,n

n = jumlah indikator

4.3 Populasi dan Sampel

Sebelum pengambilan sampel dimulai terlebih dahulu harus diinventarisir jumlah usaha sektor informal yang ada di Kota Makassar, Kota Parepare, dan Kabupaten Bone. Jumlah populasi di Kota Makassar yang berpedoman dari data PD.Pasar Kota Makassar (2003) diperoleh jumlah keseluruhan usaha sektor informal yang terdaftar yaitu sebanyak 3.327 usaha sektor informal yang merupakan jumlah populasi. Di Kota Parepare jumlah usaha sektor informal 1.235 unit (Dispenda Kota Parepare, 2004). Di Kota Watampone sebanyak 925 unit (Dispenda Kabupaten Bone, 2004).

Penentuan sampel berdasarkan jenis usaha yang kegiatannya meliputi penjual makanan, barang bekas, barang campuran, dan jasa. Masing-masing kegiatan usaha di rinci lagi menurut jenis usaha. Pengambilan sampel pada setiap jenis usaha dilakukan secara acak sederhana (*simple random sampling*). Menurut Arikunto (2000:126) *simple random sampling* bertujuan untuk memberikan kesempatan yang sama kepada tiap-tiap subyek untuk menjadi anggota sampel. Alasan penentuan sampel secara acak, karena setiap jenis usaha sektor informal dianggap jenis aktivitasnya relatif homogen. Jumlah responden yang diteliti adalah 504 responden. Hal ini memenuhi standar penentuan sampel yang ditetapkan oleh Hair et.al (1998), dan kriteria penentuan sampel dikemukakan oleh Barbara dan Lee (1992) bahwa sampel 50



responden sangat jelek, 100 responden jelek, 200 responden bisa diterima, 300 responden baik, 500 sangat baik, dan 1000 responden istimewa.

Sektor informal yang diteliti dalam penelitian ini adalah usaha yang tidak memiliki badan hukum, bermodal kecil, memiliki tempat usaha yang permanen, kadang-kadang berpindah-pindah, umumnya mempekerjakan orang dari garis keturunan, atau kerabat yang jumlahnya sedikit. Dengan demikian usaha sektor informal yang dijadikan sampel dalam penelitian ini memenuhi kriteria/ persyaratan sebagai berikut :

- (a) Sudah berusaha minimal 2 tahun.
- (b) Sampel adalah pemilik usaha.
- (c) Menempati tempat usaha yang permanen
- (d) Jumlah tenaga kerja minimal 1 orang.
- (e) Omset penjualan minimal Rp.25 juta per tahun.

Jumlah dan jenis usaha sektor informal yang akan dipilih dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.2 Jenis Usaha dan Daerah Pengambilan Penelitian

No.	Jenis Usaha	Daerah Penelitian		
		Bone	Parepare	Makassar
1	Makanan:			
	a. Bakso/nasi goreng	11	10	19
	b. Martabak	10	10	11
	c. Es buah/es teller	7	10	11
	d. Pisang epe	-	5	11
	e. Tempe	5	5	5
	f. Ikan	10	10	10
	g. Buah-buahan	7	6	12
	Jumlah	50	56	79
2	Penjual Barang Bekas:			
	a. Onderdil mobil bekas	-	8	11
	b. Besi tua	-	-	5
	c. Pakaian layak pakai/cakar	10	19	16
	d. Jual/beli emas	5	3	5
	Jumlah	15	30	37
3	Penjual Campuran:			
	a. Kelontong	10	16	17
	b. Mainan anak-anak	2	-	7
	c. Kaca mata	3	-	6
	d. Meubel	15	23	28
	Jumlah	30	39	58
4	Jasa			
	a. Bengkel	5	5	10
	b. Tempel ban	-	5	5
	c. Transport	5	5	6
	d. Salon	5	5	17
	e. Penjahit sepatu	5	5	8
	f. Pengrajin emas/perak	-	2	8
	g. Sewa alat pesta	5	-	4
		Jumlah	25	27
	Total jenis usaha	115	147	242

Sumber : Data primer diolah, 2004

Alasan memilih dua puluh dua jenis usaha tersebut disebabkan oleh jenis usaha inilah yang paling banyak digeluti oleh masyarakat di Kota Makassar, Kota Parepare dan Watampone, dan dianggap mewakili hampir mayoritas usaha sektor informal, yang dalam hal ini adalah usaha makanan, barang bekas, barang campuran dan usaha jasa.

4.4 Jenis Dan Sumber Data

4.4.1 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data sebagai berikut:

1. Data Primer adalah data yang diperoleh dari hasil survey yang menggunakan kuesioner (daftar pertanyaan) yang berasal dari 504 pengusaha sektor informal yang berasal dari 10 kecamatan di Kota Makassar, 3 Kecamatan di Kota Parepare, dan 3 Kecamatan di Kota Watampone
2. Data Sekunder adalah data yang berasal dari beberapa sumber meliputi:
 - Perusahaan Daerah Pasar Kota Makassar
 - Biro Pusat Statistik (BPS) Provinsi Sulawesi Selatan.
 - Depérindag Kota Makassar, Parepare, dan Bone.
 - Assosiasi Pedagang Kakilima Sulawesi Selatan.
 - Dinas Pendapatan Daerah Kota Makassar, Parepare, dan Bone.
 - Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Sulawesi Selatan.

4.5 Instrumen Penelitian

Instrumen utama yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian adalah kuesioner yang akan diberikan kepada responden. Latar belakang penggunaan kuesioner sebagai alat pengumpul data dijelaskan oleh Singarimbun (1989: 175) bahwa dalam penelitian survey, penggunaan kuesioner merupakan alat pengumpulan informasi dan hal yang pokok dalam mengumpulkan data. Setelah kuesioner diperoleh, kemudian dilakukan tabulasi dalam bentuk angka, tabel-tabel, statistik deskriptif, dan dianalisis untuk mendapatkan kesimpulan hasil penelitian.

Untuk menjawab item yang berkaitan dengan derajat atau kecenderungan beberapa sub variabel dalam penelitian ini digunakan pertanyaan dalam bentuk Skala Likert yang dimodifikasi yaitu dengan skor 1-7. Formulasi Skala Likert ini dirancang agar memungkinkan responden menjawab dengan berbagai tingkatan pertanyaan yang lebih leluasa (Babbie, 1983: 118)

Tingkatan penilaian jawaban yang dikenal dengan prosedur pemberian skala, yang mana setiap skala mewakili masing-masing kecenderungan dengan penentuan skala skor. Jika items adalah positif, skor terbesar terdapat pada tanggapan yang mendukung pertanyaan, seperti misalnya; sangat setuju adalah skor 7, dan sangat tidak setuju skor 1.

Meskipun kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini umumnya telah teruji validitas dan reliabilitasnya, namun penulis merasa perlu untuk tetap mengujinya kembali guna menjamin bahwa kuesioner tersebut layak atau akurat digunakan dalam konteks penelitian ini.

4.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.6.1 Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk melihat sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Dengan kata lain suatu alat tes atau instrumen pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut.

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner sebagai alat pengumpulan data, sehingga jenis validitas yang digunakan adalah validitas internal. Validitas dalam konteks ini adalah sejauh mana perbedaan yang didapatkan melalui alat ukur mencerminkan perbedaan yang sesungguhnya diantara responden yang diteliti (Cooper dan Emory, 1999:160). Untuk itu akan dilakukan analisis item dengan metode Korelasi Pearson Product Moment. Uji validitas dengan metode ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor jawaban yang diperoleh pada masing-masing item dengan skor total dari

keseluruhan item. Kemudian hasil korelasi tersebut harus signifikan berdasarkan ukuran statistik tertentu. Koefisien korelasi yang tinggi menunjukkan kesesuaian antara fungsi item dengan fungsi ukur secara keseluruhan atau instrumen tersebut dikatakan valid.

4.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui keandalan suatu instrumen atau alat ukur. Suatu instrumen dikatakan reliabel/andal jika alat tersebut menghasilkan hasil-hasil yang konsisten. Sehingga instrumen ini dapat dipakai dengan aman karena dapat bekerja dengan baik pada waktu yang berbeda dengan kondisi yang berbeda (Cooper dan Emory, 1999:164). Dengan kata lain reliabilitas menunjukkan sejauh mana pengukuran dapat memberikan hasil yang tidak berbeda bila dilakukan pengukuran kembali terhadap subyek yang sama.

Dalam penelitian ini akan dilakukan uji reliabilitas konsistensi internal dengan menggunakan koefisien Alpha Cronbach (α). Suatu instrumen dapat dikatakan reliabel apabila nilai α lebih besar dari 0,60 (Nunnally dalam Zeithaml, et al. 1996:37). Hasil pengujian *Cronbach Alpha* seluruh indikator untuk mengukur setiap variabel memenuhi syarat sehingga semua instrumen dinyatakan reliabel, sebagaimana ditunjukkan pada tabel berikut.



Tabel 4.3 Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Aspek Keuangan	0.6671	<i>Reliable</i>
Aspek Lingkungan	0.7123	<i>Reliable</i>
Aspek Pemasaran	0.7169	<i>Reliable</i>
Aspek Sumber Daya Manusia	0.8576	<i>Reliable</i>
Aspek Kewirausahaan	0.8681	<i>Reliable</i>
Aspek Kinerja	0.7777	<i>Reliable</i>

Sumber : Lampiran 2

4.7 Model Dan Teknik Analisis

4.7.1 Analisis Deskriptif

Metode ini menggambarkan keadaan yang bersifat kualitatif tentang perkembangan usaha sektor informal, untuk melengkapi metode analisis ini, perlu dilakukan penelitian pendahuluan mengenai profil usaha sektor informal yang dianggap berhasil pada 4 jenis usaha yakni; makanan, barang bekas, penjual barang campuran, dan kelompok jasa.

Analisis deskriptif dilakukan dengan menggambarkan karakteristik responden, yang terdiri dari identitas responden, dan latar belakang usaha. Hal-hal yang berhubungan dengan identitas responden terdiri atas nama, tempat tanggal lahir, pekerjaan, pendidikan terakhir, alamat,

asal daerah, jumlah tanggungan, dan status perkawinan. Sedangkan latar belakang usaha meliputi tahun mulai berusaha, motivasi berusaha, jumlah tenaga kerja yang digunakan, status tempat usaha, hubungan dengan tenaga kerja, peranan usaha, sumber pendapatan, alasan menekuni usaha, dan pekerjaan yang dilakukan sebelumnya.

4.7.2 Analisis Faktor

Analisis faktor yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *confirmatory factor analysis (CFA)*. Solamun (2004) mengatakan bahwa di dalam analisis faktor konfirmatori, seseorang secara apriori berdasarkan landasan teori dan konsep yang dimiliki, dia sudah mengetahui berapa banyak faktor yang harus terbentuk serta variabel-variabel laten apa saja yang termasuk dalam faktor-faktor tersebut. Analisis faktor dengan menggunakan metode *confirmatory factor analysis (CFA)* lebih lanjut dilakukan untuk memeriksa validitas dan realibilitas instrumen. Variabel yang akan dilakukan analisis faktor sebanyak 6 (enam) variabel yaitu aspek keuangan, aspek lingkungan, aspek sumber daya manusia, aspek pemasaran, aspek kewirausahaan, dan aspek kinerja. Indikator dari masing-masing aspek tersebut yang akan di faktor dengan menggunakan metode *confirmatory factor analysis (CFA)*. Karena menggunakan metode *confirmatory factor analysis (CFA)*, maka hanya 1

faktor yang akan terbentuk yang dapat mewakili masing-masing variabel dalam penelitian ini. Selanjutnya dari masing-masing variabel dengan menggunakan CFA, di ekstrak indikatornya, dicari nilai faktor scorenya, dan faktor score (*loading factor*) tersebut yang menjadi nilai variabel dalam analisis regresi linier berganda (*Multiple Regression Linier Analysis*).

Determinan /kelompok karakteristik utama dalam penelitian ini adalah aspek keuangan (X_1), aspek lingkungan (X_2), aspek SDM (X_3), aspek pemasaran (X_4), dan aspek kewirausahaan (X_5). Dalam menentukan apakah variabel-variabel penelitian layak masuk ke dalam suatu faktor dapat dilihat dari eigen value lebih dari satu, sedangkan sumbangan masing-masing faktor tercermin dari total variabel masing-masing faktor. Besarnya sumbangan masing-masing variabel dalam suatu faktor dapat dilihat nilai loading masing-masing variabel menurut (Malhotra, 1999) variabel yang mempunyai nilai *loading* yang lebih besar atau sama dengan 0,70 dinyatakan sebagai variabel-variabel dominant menentukan.

Pada analisis faktor ada beberapa konsep statistik yang berhubungan dengan penelitian ini, sehingga akan dapat dibuktikan hipotesis (Malhotra, 1999):

1. Keiser – Meyer-Okin (KMO), *measure of sampling*; yang digunakan ketepatan analisis faktor, nilai yang tertinggi (0,5 -1,0) menunjukkan

bahwa analisis tersebut tepat, dan bila nilai di bawah 0,5 maka menandakan bahwa analisis tersebut tidak tepat. Suatu variabel yang MSA kurang dari syarat tersebut harus dikeluarkan. Untuk mengetahui yang layak dan yang tidak layak dapat dilihat pada output table *anti-image matrices* khusus pada *anti image correlation*.

2. *Barlett test of sphericity*, yaitu suatu uji yang digunakan untuk menguji hipotesis bahwa antara variabel tidak berkorelasi.
3. *Correlation matrix* adalah korelasi anatara semua variabel yang diteliti elemen diagonal 1 dihilangkan. Matrik ini berisi koefisien korelasi "zero-order" untuk semua korelasi antar variabel nyata.
4. *Communalities*, menggambarkan besarnya varians dari suatu variabel yang dapat dijelaskan oleh faktor yang terbentuk. Angka koefisien komunalitas yang lemah/rendah berarti variabel tersebut sebenarnya tidak kuat hubungannya dengan masing-masing faktor yang terbentuk. Koefisien komunalities adalah jumlah kuadrat masing-masing faktor loading sebuah variabel.
5. *Eigen Value*; nilai yang mewakili total varian yang dijelaskan oleh setiap faktor, semakin besar eigen suatu faktor semakin representative faktor tersebut untuk mewakili sekelompok variabel. Keputusan tentang berapa faktor yang akan dipakai tergantung peneliti, tetapi umumnya menggunakan criteria eigen value >1 untuk dapat diterima



suatu faktor yang layak untuk dipakai (M.Zaini,1994). Sedangkan J.C.

Davis juga menyarankan nilai eigen yang dipilih adalah nilai 1.

6. *Factor loading/lambda*, korelasi sederhana antara variabel dan faktor yang menggambarkan koefisien regresi berganda terstandar (beta) variabel nyata pada suatu faktor tertentu (M.Zaini, 1994).
7. *Factor structure matrix*. Matrik struktur faktor yang dihasilkan dari pilihan rotasi oblique memuat korelasi antara variabel nyata dengan faktor.
8. *Factor loading plot*. Titik potong /kapling dari variabel-variabel asli yang menggunakan faktor loading sebagai koordinat-koordinat.
9. *Initial factor matrix*, memuat faktor loading dari seluruh variabel pada faktor-faktor yang telah diasrikan/terpilih. Matrik faktor memuat daftar loading (koefisien lambda) variabel nyata pada faktor-faktor yang eigen valuenya 1,0 atau lebih.
10. *Factor pattern matrix*. Tahap rotasi menghasilkan matrik pola faktor yang merupakan terminal solution. Matriks ini memuat daftar faktor loading tiap variabel nyata pada tiap faktor yang mempunyai eigen value 1,0 atau lebih.
11. *Factor score*. Estimasi nilai skor bagi setiap responden dari suatu faktor (upaya membuat satu atau beberapa variabel yang lebih sedikit dan berfungsi untuk menggantikan variabel asli).

4.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda

4.7.3.1 Model Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda (*Multiple Regression Analysis*) digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh langsung variabel independen yang terdiri dari aspek keuangan, aspek lingkungan, aspek pemasaran, aspek sumber daya manusia, dan aspek kewirausahaan terhadap variabel dependen yaitu aspek kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan baik secara serentak maupun secara parsial.

Adapun Model Analisis Regresi Linear Berganda (*Multiple Regression Analysis*) yang dimaksud dapat diformulasikan sebagai berikut :

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e_i \quad \dots(4.2)$$

Dimana :

Y	= Aspek Kinerja
X_1	= Aspek Keuangan
X_2	= Aspek Lingkungan
X_3	= Aspek Pemasaran
X_4	= Aspek Sumber Daya Manusia
X_5	= Aspek Kewirausahaan
b_0	= Konstanta
$b_{1...5}$	= Koefisien regresi
e_i	= Faktor pengganggu diluar model

4.7.3.2 Pengujian Hipotesis

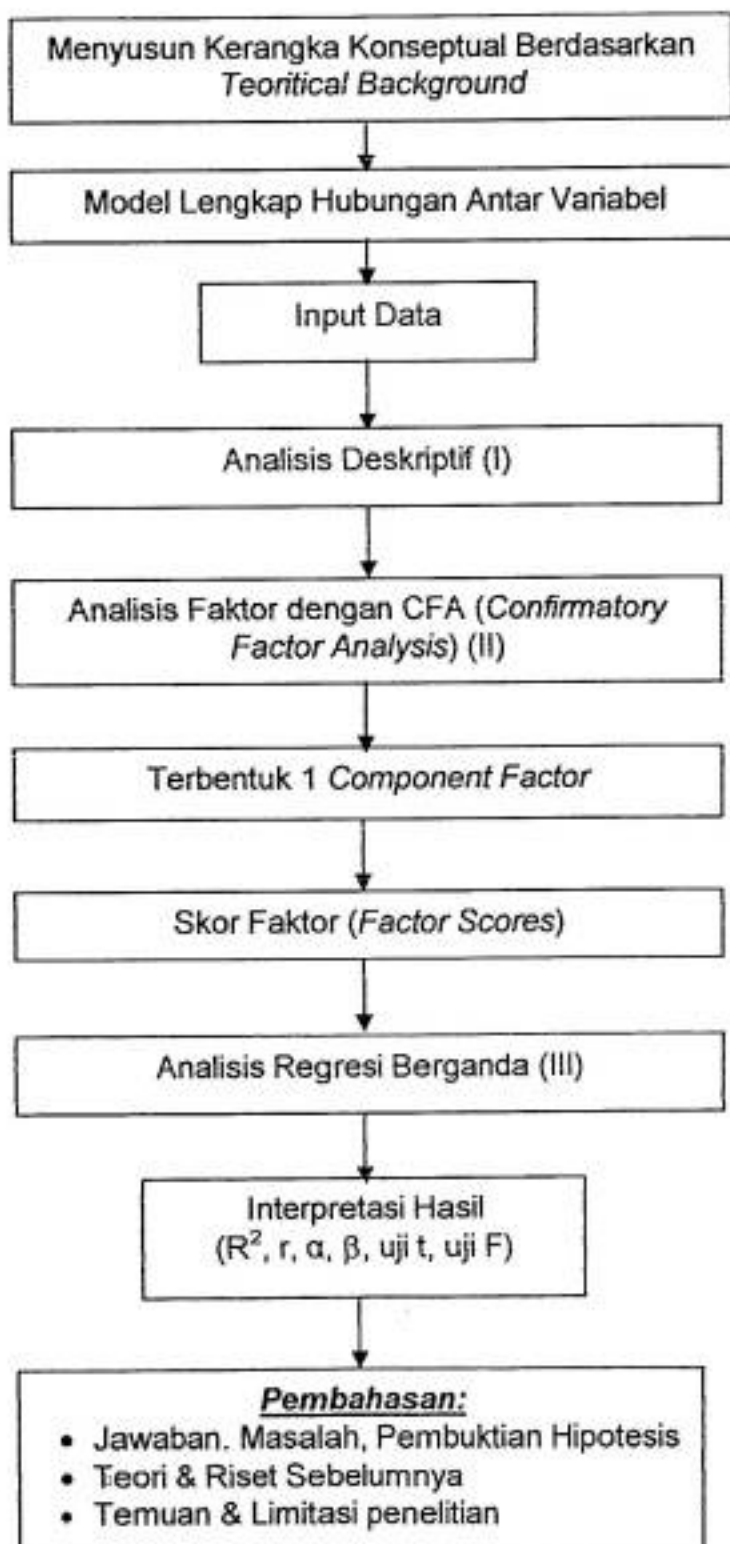
Pengujian hipotesis dalam penelitian ini mengikuti prosedur sebagai berikut:

1. Uji F (Fisher), digunakan untuk menguji apakah variabel independent/faktor yang berbentuk secara bersama berpengaruh terhadap variabel independent (Y). Uji simultan dilakukan dengan membandingkan antara nilai F_{ratio} dengan F_{tabel} . Jika $F_{ratio} > F_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel independent (X) secara bersama berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) dengan tingkat kepercayaan (*level of confidence*) sebesar 95% dan tingkat kesalahan (*level of significant*) atau $\alpha = 5\%$.
2. Uji-t (*Student*) digunakan untuk membuat kesimpulan (*inference*) mengenai pengaruh masing-masing variabel independent (X) terhadap variabel dependen (Y). Uji parsial dilakukan dengan membandingkan antara nilai T_{hitung} dengan T_{tabel} . Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$ berarti hipotesis (H_0) diterima. Berarti variabel tersebut tidak berpengaruh. dengan tingkat kepercayaan (*level of confidence*) sebesar 95% dan tingkat kesalahan (*level of significant*) atau $\alpha = 5\%$.
3. Uji hipotesis angka pengganda pada regresi linier berganda

Hipotesis: $H_0 : b_i = 0$

$H_0 : b_i \neq 0$

Selanjutnya prosedur analisis penelitian dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 4.1 Prosedur Analisis Penelitian

BAB V
HASIL PENELITIAN



BAB V

HASIL PENELITIAN

Data-data yang diperoleh melalui penelitian lapangan, selanjutnya akan dianalisis ke dalam tiga bagian yaitu: (1) analisis deskriptif tentang karakteristik responden; (2) analisis deskriptif variabel penelitian; (3) analisis faktor; dan (4) analisis regresi berganda yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian dan kemudian dilanjutkan dengan pembahasan hasil penelitian.

5.1 Analisis Deskriptif Tentang Karakteristik Responden

Pada bagian ini akan diuraikan deskripsi dari karakteristik responden yang diteliti dalam penelitian ini. Penelitian ini dilakukan di Sulawesi Selatan dengan mengambil 3 (tiga) lokasi penelitian yakni di Kota Makassar dengan jumlah responden sebanyak 242 usaha atau 48,02%, Kota Parepare dengan responden sebanyak 147 usaha atau 29,16% dan Watampone, Kabupaten Bone sebanyak 115 usaha atau 22,82 % sehingga jumlah sampel sebanyak 504 jenis usaha sektor informal, untuk lebih jelasnya daerah asal responden dapat dirinci pada tabel 5.1 sebagai berikut:

Tabel 5.1. Daerah Asal Responden Usaha Sektor Informal

No	Daerah Asal	Jumlah Responden (Usaha)	Prosentase (%)
1	Barru	2	0,39
2	Bone	68	13,49
3	Bulukumba	2	0,39
4	Maros	12	2,38
5	Palopo	8	1,58
6	Pangkep	10	1,98
7	Parepare	63	12,5
8	Pinrang	13	2,58
9	Sengkang	13	2,58
10	Sidrap	25	4,96
11	Sinjai	10	1,98
12	Soppeng	4	0,79
13	Bantaeng	2	0,39
14	Gowa	7	1,38
15	Jeneponto	13	2,58
16	Makassar	124	24,60
17	Takalar	21	4,16
18	Majene	3	0,59
19	Polmas	5	0,99
20	Tator	5	0,99
21	Enrekang	8	1,58
22	Jawa Timur	33	6,54
23	Jawa Barat	2	0,39
24	Jawa Tengah	39	7,73
25	Floras	1	0,19
26	Gotontalo	2	0,39
27	Kaltim	1	0,19
28	Kupang	1	0,19
29	Manado	4	0,79
30	Padang	1	0,19
31	Palu	1	0,19
32	Riau	1	0,19
	Total responden	504	100

Sumber : Data primer diolah, 2004

Dari Tabel 5.1 di atas dapat diketahui bahwa klasifikasi asal daerah yakni suku bugis yang paling mendominasi responden meliputi kabupaten/kota: Kabupaten Barru, Bone, Bulukumba, Maros, Palopo, Pangkep, Pinrang, Sengkang, Sidrap, Sinjai, Soppeng, dan Kota Parepare, dengan jumlah 230 responden atau 45,63% , disusul suku Makassar terdiri atas; Bantaeng, Gowa, Jeneponto, Takalar, dan Kota Makassar dengan jumlah 167 responden atau 33,13 %, Selanjutnya suku Mandar meliputi Kabupaten Majene dan , Polmas, dan Kabupaten Enrekang dan Tana Toraja dengan jumlah keseluruhan sebanyak 21 responden atau 4,16 %, selanjutnya berasal dari suku Jawa yang terdiri atas Jawa Timur, Jawa Barat, dan Jawa Tengah dengan jumlah 74 responden atau 14,68 %, sedangkan responden lainnya berasal dari diluar Sulawesi Selatan terdiri atas ; Flores, Gorontalo, Kaltim, Kupang, Manado, Padang, Palu, dan Riau dengan jumlah 12 responden 2,38 %.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan pada 504 responden dari berbagai jenis usaha dan asal daerah yang diambil dari usaha sektor informal meliputi usaha; penjual makanan, penjual barang campuran, meubel, dan kelompok jasa. Deskripsi karakteristik responden dapat disajikan sebagai berikut :

Tabel 5.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha

Jenis Usaha	Jumlah Responden (usaha)	Persentase (%)
Penjual Makanan:		
Mie Bakso/nasi goreng	40	7,94
Tempe	15	2,97
Pisang Epe	16	3,17
Martabak/trg bulan/	31	6,15
Buah-buahan	25	4,96
Es buah/es teller	28	5,55
Ikan	30	5,95
Penjual Barang bekas:		
Onderdil mobil bekas	19	3,76
Besi tua	5	0,99
Pakaian layak pakai/cakar	45	8,93
Jual/beli emas	13	2,58
Penjual campuran:		
Barang kelontong	43	8,53
Mainan anak-anak	9	1,79
Jual kaca mata	9	1,79
Meubel	66	13,09
Usaha Jasa:		
Bengkel	20	3,97
Tempel ban	10	1,98
Usaha transportasi	16	3,17
Salon	27	5,36
Penjahit sepatu	18	3,57
Pengrajin perak/emas	10	1,98
Sewa alat pesta	9	1,79
Jumlah	504	100

Sumber: Data primer diolah, 2004

5.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usaha Penjual Makanan

Berdasarkan Jenis Usaha Penjual makanan responden dapat dilihat pada tabel 5.2. Penelitian ini menemukan bahwa terdapat 40 responden atau 7,94 % berasal dari jenis usaha Mie bakso/nasi goreng, penjual martabak/terang bulan sebanyak 31 responden atau 6,15%, penjual ikan sebanyak 30 responden atau 5,95% disusul penjual es teler/buah-buahan sebanyak 28 responden atau 5,55% sedangkan yang terendah adalah jenis usaha penjual tempe yaitu 15 responden atau 2,97 %, dan umumnya berasal dari Jawa timur dan Jawa Tengah, sedangkan penjual ikan, pisang epe berasal dari kabupaten pangkep.

5.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usaha Penjualan Barang Bekas

Berdasarkan Jenis Usaha Penjual barang bekas responden dapat pada tabel yang sama. Penelitian ini menemukan bahwa terdapat 45 responden atau 8,93 % berasal dari jenis usaha pakaian bekas (cakar), sedangkan yang terendah adalah jenis usaha penjual besi bekas terdapat 5 responden atau 5,16 % .

Dari data di atas, Penjual pakaian layak pakai (cakar) yang terbesar sampel, karena selama ini, para penjual nampaknya sudah mulai diadakan proteksi oleh pemerintah karena dianggap barang selundupan/illegal dan rencananya akan dibuat peraturan pemerintah

(Perda) di Kota Makassar dan Kota Parepare, sebab usaha ini cukup menyerap tenaga kerja.

5.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usaha Penjualan Kelontong, Mainan dan Kaca mata

Berdasarkan jenis usaha penjual makanan responden Penelitian ini menemukan bahwa terdapat 66 responden atau 13,09 % berasal dari jenis usaha pembuatan meubel sekaligus sebagai penjualnya, sedangkan yang terendah adalah jenis usaha penjual kaca mata dan mainan anak-anak sebanyak masing-masing 9 responden atau 1,79 %.

Penjual mainan anak-anak dan penjual kaca mata yang dipilih karena tergolong jenis jualan disektor informal yang cukup berkembang sama dengan jenis usaha penjualan kaca mata walaupun respondennya kecil, tapi dapat diambil sampel dalam penelitian ini

Pada kelompok meubel ini, penelitian responden sangat beragam yang ada di 3 lokasi penelitian yang meliputi terbanyak di Kota Makassar yakni 43 responden termasuk didalamnya usaha meubel bekas, di Kota Parepare ada 23 responden dan di Kota Watampone Kabupaten Bone sebanyak 15 responden.

5.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usaha Jasa

Berdasarkan Jenis Usaha jasa, responden dapat dilihat pada pada tabel 5.2., penelitian mengambil sampel bahwa terdapat 27

responden atau 5,36 % bergerak di bidang usaha salon, sedangkan yang terendah adalah usaha sewa alat pesta yakni sebesar 9 responden atau 8,18 %.

Dari variasi jumlah responden sebagai sampel karena adanya kondisi daerah pengambilan sampel, dimana usaha yang dianggap cukup berkembang, terpilih menjadi sampel hal ini berkaitan dengan ukuran kinerja masing-masing jenis usaha.

5.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Pada tabel 5.3 berikut menggambarkan keadaan kelompok umur responden. Kelompok umur 31 – 40 tahun sebanyak 215 responden atau 42,66%, sedangkan yang terendah kelompok umur 10-20 tahun terdapat 4 responden atau 0,79 %.

Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Kelompok Umur (Tahun)	Jumlah Responden (Usaha)	Persentase (%)
10-20	4	0,79
21- 30	114	22,62
31- 40	215	42,66
41 – 50	115	22,82
51 – 60	50	9,92
61 – 70	6	1,19
Jumlah	504	100

Sumber : Data primer diolah, 2004

Dari tabel di atas dapat dikatakan bahwa mayoritas responden pada umur berada antara 31-50 tahun berarti umur dimana masa

produktif dalam berusaha khususnya pada usaha di sektor informal. Namun demikian masih terdapat 50 responden (9,92%) berada pada kelompok umur 51-60 tahun.

5.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pada tabel 5.4 berikut, nampak bahwa tingkat pendidikan responden bervariasi, dimulai tingkat pendidikan yang pernah dilalui responden ternyata yang paling banyak adalah tamatan SMA yakni sebesar 234 orang atau 46,40%, sedangkan yang terendah yakni tidak pernah sekolah hanya 1 (satu) orang atau 2,00%. Responden dengan tingkat pendidikan SMP masih cukup besar (28,80%) atau 145 orang.

Tabel 5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden (Usaha)	Persentase (%)
Tidak Pernah Sekolah	1	2,00
SD	97	19,20
SMP	145	28,80
SMA	234	46,40
Diploma Tiga (D3)	12	2,40
S1	15	3,00
Jumlah	504	100

Sumber: Data Primer di olah, 2004

Dari tabel di atas dapat dikatakan umumnya responden pernah mengecap pendidikan malah terdapat 15 responden atau 3% statusnya sarjana S₁ dan ini karena tingkat pendidikan erat hubungannya dengan tingkat keberhasilan dalam berusaha.

5.1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan

Pada tabel 5.5 berikut nampak bahwa status perkawinan responden terdiri atas 4 jenis, yang paling dominan responden yakni status kawin sebanyak 425 responden atau 84,30%, sedangkan yang terendah yakni duda sebesar 7 orang atau 1,40%.

Tabel 5.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Status Perkawinan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Kawin	425	84,30
Belum Kawin	61	12,10
Duda	7	1,40
Janda	11	2,20
Jumlah	504	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2004

Dari tabel tersebut dapat dikatakan bahwa umumnya sudah berkeluarga dan mempengaruhi daya juang mereka dalam kehidupan keluarganya.

5.1.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Motif Berusaha

Berdasarkan tabel 5.6 berikut, nampak bahwa dari 504 responden ternyata yang mendominasi motif berusaha adalah inisiatif sendiri yakni sebesar 398 responden atau 80,80%, sedangkan yang terendah yakni motif berusaha berdasarkan bakat yakni sebesar 19 responden atau 3,80%, disusul pekerjaan warisan orang tua sebanyak 57 responden atau 11,30%, dorongan teman sebanyak 30 responden atau 6,00%.



Tabel 5.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Motif Berusaha

Motif Berusaha	Jumlah Responden	Persentase (%)
Inisiatif sendiri	398	80,80
Dorongan teman	30	6,00
Warisan orang tua	57	11,30
Sesuai bakat	19	3,80
Jumlah	504	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2004

Dari tabel tersebut dapat dikatakan bahwa umumnya responden menjawab bahwa mereka berusaha atas inisiatif sendiri, sehingga mereka akan termotivasi dalam berkreasi menekuni usahanya, dan mayoritas tingkat jiwa kewirausahaannya cukup tinggi dan ini akan dapat meningkatkan kinerja usahanya.

5.1.9. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja yang Digunakan

Tabel 5.7 berikut menggambarkan bahwa jumlah tenaga kerja yang dipakai mayoritas yang menggunakan 2 (dua) orang yakni 165 responden yang digunakan untuk membantu dalam usahanya atau 32,74%, sedangkan yang paling sedikit yakni >10 orang yang digunakan 5 responden atau 0,99 %, atau dengan kata lain bahwa mayoritas responden mempekerjakan rata-rata 2 (dua) orang atau 28,04 %. Untuk jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja yang Digunakan

Jumlah Tenaga kerja (org)	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	149	29,56
2	165	32,74
3	110	21,83
4	30	5,96
5	16	3,17
6	10	1,98
7	7	1,39
8	6	1,19
9	6	1,19
>10	5	0,99
Jumlah	504	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2004

Dari tabel tersebut dapat dikatakan bahwa usaha sektor informal banyak menyerap lapangan kerja kalau dirata-ratakan bisa menyerap tenaga kerja 22 orang, umumnya usaha bengkel dan salon menyerap tenaga kerja rata-rata 5 orang, semakin berkembang usahanya akan semakin banyak tenaga kerja yang dipekerjakan, hal ini juga akan dapat meningkatkan keterampilan mereka dan jika mereka memperoleh pengalaman, maka lambat laun juga akan membuka usaha sendiri (mandiri).

5.1.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Tempat Usaha

Berdasarkan tabel 5.8 berikut nampak bahwa dari 504 responden ditemukan yang paling banyak adalah status sewa yakni sebesar 220 responden atau 43,70%. Sedangkan lainnya berupa suka berpindah-



pindah ada 3 responden atau 0,60%, hal menunjukkan bahwa responden umumnya mau menetap disuatu tempat dan bisa bertahan

Tabel 5.8. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Tempat Usaha

Status Tempat Usaha	Jumlah Responden	Persentase (%)
Menyewa	220	43,70
Beli	109	21,60
Rumah	172	34,10
Lainnya	3	0,60
Jumlah	540	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2004

Dari tabel ini juga dapat dikatakan bahwa umumnya responden lebih suka menyewa karena mereka dapat berpindah-pindah sesuai dengan perkembangan kota, hal ini sesuai karakteristik usaha sektor informal cukup mobil atau mudah berpindah-pindah.

5.1.11 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Tenaga Kerja yang Digunakan

Pada tabel 5.9 berikut nampaknya responden lebih banyak menyerap tenaga kerja yang bersumber dari anggota keluarga dibandingkan lainnya yakni sebesar 243 responden atau 48,22%, sedangkan yang terendah yakni pada anak kandung yakni sebesar 52 responden atau 10,32 % hal ini disebabkan karena anak kandungnya umumnya masih sementara sekolah. Namun demikian mempekerjakan orang lain juga masih sangat tinggi yaitu 123 responden atau 24,40%.

Tabel 5.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Tenaga Kerja yang Digunakan

Jenis Tenaga Kerja Digunakan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Keluarga	243	48,22
Anak	52	10,32
Orang Lain	123	24,40
Gabungan Keluarga & Org lain	86	17,06
Jumlah	504	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2004

Dari tabel tersebut dapat diaktakan bahwa rasa kekeluargaan diantara mereka sangat erat dalam berusaha, sebab jika ada anggota keluarganya berhasil berusaha di kota, maka mereka saling mempengaruhi keluarganya yang ada di desa untuk ke kota dalam berusaha.

5.1.12 Karakteristik Responden Berdasarkan Motivasi Pengembangan Usaha

Pada tabel 5.10 berikut menggambarkan bahwa ternyata responden lebih banyak berkeinginan untuk mengembangkan usahanya ke depan yakni terdapat 408 responden atau 81,00 %, sedangkan yang paling sedikit yakni cukup untuk keluarga sebanyak 34 responden atau 6,70%, ini berarti apa yang diusahakan sekarang selalu ingin lebih berkembang di masa akan datang.

Tabel 5.10. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengembangan Usaha

Motivasi Pengembangan Usaha	Jumlah Responden	Persentase (%)
Ingin Mengembangkan	408	81,00
Cukup Puas Sekarang	62	12,3
Cukup Untuk keluarga	34	6,70
Jumlah	504	100

Sumber : Data primer diolah, 2004

Dari tabel 5.10 di atas tersebut juga dapat dikatakan bahwa umumnya responden tidak mau berusaha jangka pendek mereka juga memikirkan kelangsungan usahanya dan lebih maju dibandingkan sekarang, atau dengan kata lain semangat juangnya untuk mengembangkan usahanya cukup tinggi. Namun demikian terdapat pula 62 responden atau 12,3% yang sudah puas dengan hasil yang dicapainya saat ini.

5.2. Deskripsi Variabel Penelitian

5.2.1 Faktor Kinerja Usaha Sektor Informal

Untuk mempertahankan usaha sektor informal, seperti halnya dengan usaha lainnya, tentunya tidak terlepas dengan sumber dan penggunaan modal untuk memulai dan mengoperasionalkan usahanya dan umumnya skala usahanya tergolong kecil, dan kurang disentuh oleh lembaga keuangan untuk lebih jelasnya penulis akan menggambarkan keadaan real yang ada dialami oleh usaha sektor informal.

5.2.1.1. Modal Awal Usaha

Pada tabel 5.11 berikut, nampak bahwa modal awal responden yang paling banyak yakni sebesar > Rp.2000.000 sebanyak 197 responden atau 39,10 %, sedangkan untuk modal awal < Rp.250.000 yang terendah sebesar 53 responden atau 10,50%.

Tabel 5.11 Modal Awal Usaha

Modal Awal Usaha (Rp)	Jumlah Responden (Usaha)	Persentase (%)
< 250.000	53	10,50
250.000 – 500.000	118	23,40
500.000 – 1.500.000	66	13,10
1.500.000 – 2.000.000	70	13,90
> 2.000.000	197	39,10
Jumlah	504	100

Sumber : Data primer diolah,2004

Dari tabel tersebut, nampak bahwa mayoritas responden, sebelum berusaha mereka lebih mengandalkan modal sendiri, dan sebelumnya mereka sudah mempunyai cukup modal untuk memulai berusaha, nampaknya juga bahwa mereka lebih banyak mengandalkan modal pinjaman dari keluarga. Mereka memiliki modal awal Rp.250 000 – Rp.500 000,-

5.2.1.2. Sumber modal

Dari tabel 5.12 berikut nampak bahwa usaha sektor informal umumnya sumber modal berasal dari modal sendiri yakni sebesar 333 responden atau 66,10% dan yang paling kecil jumlahnya adalah modal

berasal titipan/konsinyasi dan umumnya tidak mengetahui adanya modal titipan.

Tabel 5.12 Sumber modal

Sumber Modal	Jumlah Responden (Usaha)	Persentase (%)
Modal sendiri	333	66,10
Modal pinjaman	65	12,90
Modal titipan	10	2,00
Modal campuran	96	19,0
Jumlah	504	100

Sumber: Data primer diolah, 2004

Seperti pada tabel 5.13, nampaknya sumber modal lebih dominan dalam melakukan usahanya umumnya menggunakan modal sendiri, ini berarti bahwa mereka lebih mandiri, dan ada juga sulit memperoleh sumber pinjaman dari bank, hal ini karena mereka umumnya tidak memiliki jaminan seperti yang disyaratkan oleh pihak pemberi pinjaman. Namun ada 65 responden atau 12,90 persen yang memakai modal pinjaman.

5.2.1.3 Modal sekarang

Besarnya modal yang terakumulasi sejak dimulai usaha tersebut, ternyata umumnya sektor usaha yang diambil sampelnya mengalami perkembangan, untuk jelasnya dapat dilihat pada tabel 5.13 berikut.

Tabel 5.13 Jumlah modal sekarang.

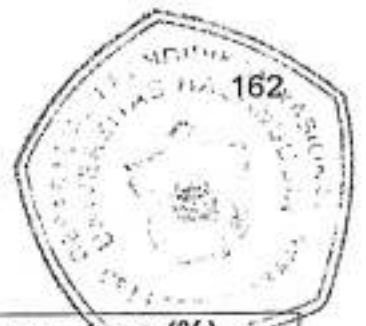
Modal Sekarang (Rp)	Jumlah Responden (Usaha)	Persentase (%)
< 2.500.000	232	46,00
2.500.000 – 5.000.000	112	22,22
5.000.000 – 7.500.000	49	9,70
7.500.000 – 10.000.000	42	8,30
> 10.000.000	69	13,70
Jumlah	504	100

Sumber : Data primer diolah, 2004

Dari tabel tersebut responden umumnya perkembangan modalnya lambat, karena lebih banyak mengandalkan modal sendiri dibandingkan modal pinjaman, sehingga akumulasi modal hanya mengalami sedikit peningkatan. Mayoritas sampel telah memiliki modal Rp.2,5 juta – Rp.5 juta.

5.2.1.4. Omzet penjualan

Berdasarkan tabel 5.14 berikut nampak bahwa omzet penjualan yang dicapai tiap hari umumnya < Rp.200.000 , atau dalam per buairnya rata-rata Rp. 6.000.000 dengan jumlah responden sebesar 301 atau 59,70% dan yang terendah berkisar Rp.1.100.000 – Rp.1.400.000 atau 15 responden atau 3,00 %.



Tabel 5.14 Omzet penjualan

Omzet penjualan/hari (Rp)	Jumlah Responden (Usaha)	Persentase (%)
< 100.000	301	59,72
100.000 – 200.000	96	19,0
500.000 – 800.000	36	7,14
800.000 – 1.100.000	36	7,14
1.100.000 – 1.400.000	15	3,00
> 1.400.000	20	4,00
Jumlah	504	100

Sumber: Data primer diolah, 2004

Omzet penjualan dari responden mayoritas < Rp.100.000,- atau sekitar Rp. 3.000.000 per bulannya, sehingga dalam per tahun rata-rata hanya mampu menjual sebesar Rp. 36.000.000,- hal cukup dapat menutup biaya mereka sehari-hari , dan diantara mereka pendidikan anaknya ada yang mengecap pendidikan di perguruan tinggi dan mereka bisa bertahan sampai sekarang.

5.2.1.5. Pengeluaran pengadaan barang

Pengadaan barang akan mempengaruhi tingkat persediaan barang yang dijual oleh usaha sektor informal, untuk itu diperlukan modal kerja untuk mengadakan barang, jumlah responden yang masuk kategori tinggi dalam biaya pengadaan barang sebesar 178 responden atau 35,30% dengan biaya dikeluarkan sebanyak, Rp.100.000,- sedangkan yang terendah yakni 84 rseponden atau 16,67% dengan biaya dikeluarkan untuk pengadaan barang berkisar Rp. 300.000 – Rp.500.000

Tabel 5.15 Jumlah pengeluaran biaya pengadaan barang

Biaya pengadaan /hari (Rp)	Jumlah Responden (Usaha)	Persentase (%)
< 100.000	178	35,31
100.000 – 300.000	144	28,60
300.000 – 500.000	84	16,67
> 500.000	98	19,40
Jumlah	504	100

Sumber : data primer diolah, 2004

Dari tabel di atas nampaknya, pengadaan barang tidak terlalu tinggi, sebab diantara mereka sudah ada mitra dengan pemasok, hal ini umumnya pemasok yang datang mensuplai ke penjual.

5.2.1.6. Jumlah biaya retribusi

Berdasarkan tabel 5.16 berikut, nampak bahwa biaya retribusi yang dikeluarkan para usaha ini, umumnya berkisar antara Rp.1000 – Rp.1.500 atau sekitar Rp.45.000 per bulan, dengan jumlah responden 158 usaha atau 31,35%, sedangkan yang responden yang paling rendah sebesar 99 usaha atau 19,64%, biaya retribusi ini beragam tergantung jenis dan volume usahanya.

Tabel 5.16 Jumlah biaya retribusi

Biaya retribusi /hari (Rp)	Jumlah Responden (Usaha)	Persentase (%)
< 1.000	137	27,18
1.000 – 1.500	158	31,35
1.500 – 2.000	99	19,64
2.000 – 5.000	110	21,83
Jumlah	504	100

Sumber : Data primer diolah, 2004

Diantara penjual, adanya petugas yang meminta yang tidak sesuai dengan peraturan pemerintah (Perda) yang sudah berlangsung lama, dan mereka terpaksa memberikan sebab kalau tidak mereka diancam untuk digusur.

5.2.1.7. Tingkat keuntungan per hari

Tingkat keuntungan yang dicapai per hari dapat dilihat pada tabel 5.20, ternyata yang paling tinggi sebesar < Rp.50.000 atau 43,70% dan yang paling rendah sebesar antara Rp.100.000 sampai dengan Rp.150.000 atau sekitar 12,90%. Dari pengamatan peneliti menunjukkan angka keuntungan yang dicapai tidak terlalu besar karena umumnya volume usaha relatif kecil.

Tabel 5.17 Tingkat keuntungan usaha per hari

Tingkat keuntungan /hari (Rp)	Jumlah Responden (Usaha)	Persentase (%)
< 50.000	220	43,70
50.000 – 100.000	145	28,80
100.000 – 150.000	65	12,90
> 150.000	74	14,70
Jumlah	504	100

Sumber: Data primer diolah, 2004

Pada tabel di atas umumnya responden memperoleh keuntungan rata-rata per bulannya Rp.1.500.000 disusul dengan tingkat keuntungan per bulannya rata-rata Rp.2.250.000, penghasilan ini sudah cukup lumayan dibandingkan dengan pegawai negeri golongan III.



5.2.1.8. Modal pinjaman

Pada tabel 5.18 berikut memperlihatkan bahwa umumnya responden menjawab pernah atau 345 responden menikmati pinjaman, sedangkan sisanya 159 responden atau 31,55% menyatakan tidak pernah menikmati modal pinjaman. adapun sumber pinjaman tersebut berasal dari pihak luar antara lain; keluarga, rentenair, perbankan dan lembaga pembiayaan lainnya, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 5.17.

Tabel 5.18 Modal Pinjaman

Pernyataan	Jumlah Responden (Usaha)	Persentase (%)
Pernah	345	68,45
Tidak pernah	159	31,55
Jumlah	504	100

Sumber: Data Primer diolah, 2004

Umumnya responden pernah memperoleh pinjaman, ini menunjukkan bahwa mereka itu selalu berkeinginan untuk menambah modalnya, karena dengan penambahan modal diharapkan dapat menambah omzet penjualannya dan juga dapat meningkatkan tingkat keuntungan diperoleh.

5.2.1.9 Sumber modal pinjaman

Berdasarkan tabel 5.19 berikut, sumber modal pinjaman dari luar berasal dari keluarga merupakan terbesar dari usaha sektor informal yakni sebesar 250 responden atau 49,60 % dan yang paling rendah berasal dari

lembaga keuangan lainnya seperti bantuan bergulir dari Pertamina sebanyak 38 responden atau 7,54 %, dan usaha sektor informal sudah ada yang pinjam dari perbankan sebesar 116 responden atau 23,02 %, dan masih ada responden meminjam ke rentenair sebanyak 100 responden atau 19,84 %.

Tabel 5.19 Sumber Modal Pinjaman

Sumber Pinjaman	Jumlah Responden (Usaha)	Persentase (%)
Keluarga	250	49,60
Rentenir	100	19,84
Bank	116	23,02
Lembaga keuangan lainnya	38	7,54
Jumlah	504	100

Sumber: Data primer diolah, 2004

Pada tabel 5.19 di atas, nampaknya sistem kekeluargaan yang mendominasi responden, hal ini diperlihatkan bahwa untuk memperluas usahanya mereka memperoleh pinjaman berdasarkan saling percaya antara keluarga, namun di antara mereka juga sudah mengenal sumber permodalan dari bank, dan sebagian lagi masih ada sumber pembiayaan dari rentenir karena sudah lama terikat alasannya memperoleh pinjaman karena tidak terlalu berbelit, mudah tapi konsekwensinya mereka terjerat dengan tingkat bunga diatas 100% dari pokok pinjaman, hal ini dilakukan karena terpaksa.

5.2.2 Faktor Aspek Keuangan

Dalam penelitian ini faktor aspek keuangan sebagaimana telah didefinisikan pada bab sebelumnya adalah aspek yang meliputi beberapa tujuan yaitu untuk memprediksi pertumbuhan laba, deviden yang akan diberikan, menguji tingkat operasi, efisiensi teknis dan efisiensi ekonomis, memprediksi kebangkrutan perusahaan, memprediksi risiko investasi, memprediksi perubahan kondisi keuangan, dan evaluasi kinerja keuangan untuk sistem peringatan dini (*early warning system*) atas kemunduran keuangan suatu perusahaan.

Faktor aspek keuangan diukur dengan menggunakan 15 item variabel laten yang berupa pernyataan. Pengukurannya menggunakan Skala Likert yang telah dimodifikasi yaitu dari nilai yang sangat negatif (1) sampai nilai yang sangat positif (7). Adapun tanggapan responden terhadap indikator faktor aspek keuangan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5.20 Distribusi Frekuensi Persepsi Responden Terhadap Indikator Faktor Aspek Keuangan

	1		2		3		4		5		6		7		Jumlah	
	STS	%	TS	%	KS	%	RR	%	CS	%	S	%	SS	%	Resp.	%
1	11	2.2	0	0.0	1	0.2	2	0.4	7	1.4	11	2.2	472	93.7	504	100.0
2	282	56.0	14	2.8	23	4.6	3	0.6	97	19.2	29	5.8	56	11.1	504	100.0
3	5	1.0	0	0.0	2	0.4	1	0.2	5	1.0	6	1.2	471	93.5	504	100.0
4	8	1.6	0	0.0	2	0.4	4	0.8	9	1.8	14	2.8	467	92.7	504	100.0
5	4	0.8	0	0.0	1	0.2	1	0.2	9	1.8	20	4.0	469	93.1	504	100.0
6	4	0.8	2	0.4	1	0.2	0	0.0	9	1.8	34	6.7	454	90.1	504	100.0
7	7	1.4	1	0.2	0	0.0	4	0.8	12	2.4	26	5.2	454	90.1	504	100.0
8	61	12.1	12	2.4	8	1.6	10	2.0	53	10.5	46	9.1	314	62.3	504	100.0
9	7	1.4	2	0.4	3	0.6	6	1.2	74	14.7	68	13.5	344	68.3	504	100.0
10	21	4.2	2	0.4	15	3.0	8	1.6	122	24.2	24	4.8	312	61.9	504	100.0
11	6	1.2	0	0.0	4	0.8	5	1.0	9	1.8	23	4.6	457	90.7	504	100.0
12	8	1.6	3	0.6	0	0.0	0	0.0	7	1.4	34	6.7	452	89.7	504	100.0
13	3	0.6	0	0.0	2	0.4	5	1.0	22	4.4	84	16.7	388	77.0	504	100.0
14	6	1.2	5	1.0	1	0.2	3	0.6	31	6.2	78	15.5	380	75.4	504	100.0
15	32	6.3	3	0.6	9	1.8	9	1.8	20	4.0	40	7.9	391	77.6	504	100.0

Sumber: Data primer diolah, 2004

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju terhadap indikator faktor aspek keuangan. Selanjutnya nilai tertinggi, mean, dan standar deviasi dari pendapat responden terhadap faktor aspek keuangan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5.21. Mean, Standar Deviasi, dan Nilai Tertinggi Persepsi Responden Terhadap Faktor Aspek Keuangan

Item/Indikator	Mean	Std. Deviasi	Nilai Tertinggi	%	Penilaian
D1	6.80	0.94	472	93.7	Sangat setuju
D2	2.86	2.31	282	56.0	Sangat tidak setuju
D3	6.86	0.71	471	93.5	Sangat setuju
D4	6.80	0.88	467	92.7	Sangat setuju
D5	6.86	0.65	469	93.1	Sangat setuju
D6	6.82	0.72	454	90.1	Sangat setuju
D7	6.78	0.85	454	90.1	Sangat setuju
D8	5.73	2.07	314	62.3	Sangat setuju
D9	6.41	1.08	344	68.3	Sangat setuju
D10	6.03	1.52	312	61.9	Sangat setuju
D11	6.79	0.72	457	90.7	Sangat setuju
D12	6.78	0.80	452	89.7	Sangat setuju
D13	6.66	0.60	388	77.0	Sangat setuju
D14	6.58	0.98	380	75.4	Sangat setuju
D15	6.31	2.64	391	77.6	Sangat setuju

Sumber: Data primer diolah, 2004

Berdasarkan tabel di atas, dari 504 responden yang memberikan pendapat, ternyata indikator 1 (D1) memiliki nilai tertinggi yaitu 472 atau 93,7% responden menyatakan sangat setuju bahwa modal sangat membantu dalam usaha mereka. Secara keseluruhan dari 15 indikator yang digunakan untuk mengukur faktor aspek keuangan, responden memilih sangat setuju terhadap pernyataan 14 indikator. Sedangkan 1 indikator lainnya yaitu modal pinjaman lebih baik dibanding modal sendiri (D2), responden menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini sangat rasional

karena mayoritas pengusaha sektor informal mengandalkan modal sendiri dalam memulai usahanya.

5.2.3 Faktor Aspek Lingkungan

Dalam penelitian ini faktor aspek lingkungan sebagaimana telah didefinisikan pada bab sebelumnya adalah segala atribut lingkungan fisik yang mempengaruhi kinerja usaha sektor informal.

Faktor aspek lingkungan diukur dengan menggunakan 18 item variabel laten yang berupa pernyataan. Pengukurannya menggunakan Skala Likert yang telah dimodifikasi yaitu dari nilai yang sangat negatif (1) sampai nilai yang sangat positif (7). Adapun tanggapan responden terhadap indikator faktor aspek lingkungan dapat dilihat pada tabel berikut.



Tabel 5.22 Distribusi Frekuensi Persepsi Responden Terhadap Indikator Faktor Aspek Lingkungan

Item	1		2		3		4		5		6		7		Jumlah	
	STS	%	TS	%	KS	%	RR	%	CS	%	S	%	SS	%	Resp.	%
E1	18	3.6	7	1.4	3	0.6	8	1.6	108	21.4	40	7.9	320	63.5	504	100.0
E2	0	0.0	0	0.0	1	0.2	1	0.2	7	1.4	23	4.6	472	93.7	504	100.0
E3	5	1.0	1	0.2	1	0.2	4	0.8	5	1.0	27	5.4	461	91.5	504	100.0
E4	6	1.2	5	1.0	2	0.4	4	0.8	72	14.3	47	9.3	368	73.0	504	100.0
E5	14	2.8	9	1.8	3	0.6	7	1.4	41	8.1	53	10.5	377	74.8	504	100.0
E6	2	0.4	0	0.0	0	0.0	3	0.6	10	2.0	9	1.8	480	95.2	504	100.0
E7	20	4.0	2	0.4	5	1.0	6	1.2	7	1.4	16	3.2	448	88.9	504	100.0
E8	6	1.2	2	0.4	2	0.4	2	0.4	6	1.2	18	3.6	468	92.9	504	100.0
E9	19	3.8	0	0.0	1	0.2	4	0.8	31	6.2	21	4.2	428	84.9	504	100.0
E10	16	3.2	4	0.8	2	0.4	3	0.6	7	1.4	7	1.4	465	92.3	504	100.0
E11	133	26.4	5	1.0	5	1.0	4	0.8	37	7.3	38	7.5	282	56.0	504	100.0
E12	149	29.6	4	0.8	10	2.0	10	2.0	27	5.4	41	8.1	263	52.2	504	100.0
E13	41	8.1	2	0.4	5	1.0	8	1.6	128	25.4	54	10.7	266	52.8	504	100.0
E14	33	6.5	7	1.4	2	0.4	6	1.2	49	9.7	44	8.7	363	72.0	504	100.0
E15	26	5.2	2	0.4	5	1.0	4	0.8	28	5.6	67	13.3	372	73.8	504	100.0
E16	92	18.3	10	2.0	6	1.2	6	1.2	106	21.0	76	15.1	208	41.3	504	100.0
E17	393	78.0	8	1.6	4	0.8	0	0.0	5	1.0	16	3.2	78	15.5	504	100.0
E18	19	3.8	1	0.2	5	1.0	1	0.2	11	2.2	48	9.5	419	83.1	504	100.0

Sumber: Data primer diolah, 2004

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju terhadap indikator faktor aspek lingkungan. Selanjutnya nilai tertinggi, mean, dan standar deviasi dari pendapat responden terhadap faktor aspek lingkungan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5.23 Mean, Standar Deviasi, dan Nilai Tertinggi Persepsi Responden Terhadap Faktor Aspek Lingkungan

Item/Indikator	Mean	Std. Deviasi	Nilai Tertinggi	%	Penilaian
E1	6.14	1.44	320	63.5	Sangat setuju
E2	6.91	0.38	472	93.7	Sangat setuju
E3	6.83	0.76	461	91.5	Sangat setuju
E4	6.46	1.09	368	73.0	Sangat setuju
E5	6.41	1.32	377	74.8	Sangat setuju
E6	6.90	0.53	480	95.2	Sangat setuju
E7	6.61	1.32	448	88.9	Sangat setuju
E8	6.82	0.82	468	92.9	Sangat setuju
E9	6.58	1.25	428	84.9	Sangat setuju
E10	6.69	1.20	465	92.3	Sangat setuju
E11	5.08	2.58	282	56.0	Sangat setuju
E12	4.86	2.66	263	52.2	Sangat setuju
E13	5.79	1.73	266	52.8	Sangat setuju
E14	6.20	1.65	363	72.0	Sangat setuju
E15	6.36	1.46	372	73.8	Sangat setuju
E16	5.15	2.22	208	41.3	Sangat setuju
E17	2.16	2.29	393	78.0	Sangat tidak setuju
E18	6.58	1.26	419	83.1	Sangat setuju

Sumber: Data primer diolah, 2004

Berdasarkan tabel di atas, dari 504 responden yang memberikan pendapat, ternyata indikator ke-6 (E6) memiliki nilai tertinggi yaitu 480 atau 95.2% responden menyatakan sangat setuju bahwa dalam menjual mereka akan selalu memperhatikan apa-apa yang sangat diperlukan oleh langganannya. Secara keseluruhan dari 18 indikator yang digunakan untuk mengukur faktor aspek lingkungan, responden memilih sangat setuju terhadap pernyataan ke-17 indikator faktor aspek lingkungan. Sedangkan 1 indikator lainnya yaitu saya setuju untuk memberikan upeti

illegal siapa saja yang meminta (E17), responden menyatakan sangat tidak setuju.

5.2.4 Faktor Aspek Pemasaran

Dalam penelitian ini faktor aspek pemasaran adalah segala variabel yang mempengaruhi kinerja usaha sector informal yang berasal dari aktivitas pemasaran seperti promosi, harga, distribusi, produk atau jasa, dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

Faktor aspek pemasaran diukur dengan menggunakan 16 item variabel laten yang berupa pernyataan. Pengukurannya menggunakan Skala Likert yang telah dimodifikasi yaitu dari nilai yang sangat negatif (1) sampai nilai yang sangat positif (7). Adapun tanggapan responden terhadap indikator faktor aspek pemasaran dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5.24 Distribusi Frekuensi Persepsi Responden Terhadap Indikator Faktor Aspek Pemasaran

tem	1		2		3		4		5		6		7		Jumlah	
	STS	%	TS	%	KS	%	RR	%	CS	%	S	%	SS	%	Resp.	%
F1	7	1.4	0	0.0	0	0.0	10	2.0	11	2.2	12	2.4	464	92.1	504	100.0
F2	6	1.2	4	0.8	7	1.4	4	0.8	18	3.6	33	6.5	432	85.7	504	100.0
F3	8	1.6	1	0.2	2	0.4	4	0.8	26	5.2	43	8.5	420	83.3	504	100.0
F4	3	0.6	3	0.6	4	0.8	4	0.8	11	2.2	23	4.6	456	90.5	504	100.0
F5	11	2.2	0	0.0	8	1.6	8	1.6	21	4.2	29	5.8	427	84.7	504	100.0
F6	145	28.8	16	3.2	8	1.6	0	0.0	75	14.9	27	5.4	233	46.2	504	100.0
F7	21	4.2	4	0.8	5	1.0	2	0.4	27	5.4	29	5.8	416	82.5	504	100.0
F8	6	1.2	2	0.4	2	0.4	4	0.8	9	1.8	16	3.2	465	92.3	504	100.0
F9	1	0.2	0	0.0	0	0.0	4	0.8	9	1.8	21	4.2	469	93.1	504	100.0
F10	3	0.6	0	0.0	0	0.0	4	0.8	7	1.4	19	3.8	471	93.5	504	100.0
F11	1	0.2	1	0.2	1	0.2	0	0.0	12	2.4	24	4.8	465	92.3	504	100.0
F12	11	2.2	6	1.2	7	1.4	4	0.8	90	17.9	30	6.0	356	70.6	504	100.0
F13	9	1.8	0	0.0	1	0.2	7	1.4	52	10.3	34	6.7	401	79.6	504	100.0
F14	14	2.8	1	0.2	0	0.0	6	1.2	14	2.8	25	5.0	444	88.1	504	100.0
F15	345	68.5	6	1.2	6	1.2	7	1.4	37	7.3	22	4.4	81	16.1	504	100.0
F16	13	2.6	2	0.4	1	0.2	3	0.6	13	2.6	24	4.8	448	88.9	504	100.0

Sumber: Data primer diolah, 2004

Dari tabel 5.24 di atas, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju terhadap indikator faktor aspek pemasaran. Selanjutnya nilai tertinggi, mean, dan standar deviasi dari pendapat responden terhadap faktor aspek lingkungan dapat dilihat pada tabel berikut.



Tabel 5.25 Mean, Standar Deviasi, dan Nilai Tertinggi Persepsi Responden Terhadap Faktor Aspek Pemasaran

Item/Indikator	Mean	Std. Deviasi	Nilai Tertinggi	%	Penilaian
F1	6.79	0.86	464	92.1	Sangat setuju
F2	6.67	1.01	432	85.7	Sangat setuju
F3	6.67	0.97	420	83.3	Sangat setuju
F4	6.79	0.81	456	90.5	Sangat setuju
F5	6.62	1.12	427	64.7	Sangat setuju
F6	4.70	2.60	233	46.2	Sangat setuju
F7	6.49	1.38	416	82.5	Sangat setuju
F8	6.80	0.85	465	92.3	Sangat setuju
F9	6.89	0.49	469	93.1	Sangat setuju
F10	6.88	0.60	471	93.5	Sangat setuju
F11	6.88	0.53	465	92.3	Sangat setuju
F12	6.31	1.30	356	70.6	Sangat setuju
F13	6.57	1.05	401	79.6	Sangat setuju
F14	6.68	1.10	444	88.1	Sangat setuju
F15	2.55	2.42	345	68.5	Sangat tidak setuju
F16	6.70	1.08	448	88.9	Sangat setuju

Sumber: Data primer diolah, 2004

Berdasarkan tabel di atas, dari 504 responden yang memberikan pendapat, ternyata indikator ke-10 (F10) memiliki nilai tertinggi yaitu 471 atau 93.5% responden menyatakan sangat setuju bahwa para pembeli seharusnya diberikan perlakuan khusus untuk memahami keinginannya. Kemudian secara keseluruhan dari 16 indikator yang digunakan untuk mengukur faktor aspek pemasaran, responden memilih sangat setuju terhadap pernyataan ke-15 indikator faktor aspek pemasaran. Sedangkan 1 indikator lainnya yaitu saya berusaha untuk memberikan kartu garansi

kepada konsumen atas barang-barang yang terjual (F15), responden menyatakan sangat tidak setuju.

5.2.5 Faktor Aspek Sumber Daya Manusia

Dalam penelitian ini faktor aspek sumber daya manusia sebagaimana telah didefinisikan pada bab sebelumnya adalah aspek yang berhubungan dengan pendidikan dan pelatihan, pengembangan karyawan, dan aspek sumberdaya lainnya yang mempengaruhi kinerja usaha sektor informal. Faktor aspek sumber daya manusia diukur dengan menggunakan 20 item variabel laten yang berupa pernyataan. Pengukurannya menggunakan Skala Likert yang telah dimodifikasi yaitu dari nilai yang sangat negatif (1) sampai nilai yang sangat positif (7). Adapun tanggapan responden terhadap indikator faktor aspek sumber daya manusia dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5.26 Distribusi Frekuensi Persepsi Responden Terhadap Indikator Faktor Aspek Sumber Daya Manusia

tem	1		2		3		4		5		6		7		Jumlah	
	STS	%	TS	%	KS	%	RR	%	CS	%	S	%	SS	%	Resp.	%
G1	17	3.4	0	0.0	0	0.0	1	0.2	4	0.8	19	3.8	463	91.9	504	100.0
G2	7	1.4	0	0.0	1	0.2	7	1.4	12	2.4	19	3.8	458	90.9	504	100.0
G3	0	0.0	6	1.2	0	0.0	4	0.8	8	1.6	11	2.2	475	94.2	504	100.0
G4	2	0.4	1	0.2	0	0.0	3	0.6	22	4.4	28	5.6	448	88.9	504	100.0
G5	8	1.6	2	0.4	3	0.6	9	1.8	42	8.3	38	7.5	402	79.8	504	100.0
G6	1	0.2	2	0.4	1	0.2	4	0.8	10	2.0	19	3.8	468	92.9	504	100.0
G7	4	0.8	0	0.0	0	0.0	4	0.8	5	1.0	10	2.0	481	95.4	504	100.0
G8	6	1.2	0	0.0	8	1.6	8	1.6	12	2.4	17	3.4	453	89.9	504	100.0
G9	1	0.2	4	0.8	8	1.6	4	0.8	6	1.2	24	4.8	457	90.7	504	100.0
G10	7	1.4	4	0.8	1	0.2	4	0.8	12	2.4	19	3.8	457	90.7	504	100.0
G11	17	3.4	1	0.2	3	0.6	7	1.4	13	2.6	23	4.6	440	87.3	504	100.0
G12	23	4.6	3	0.6	2	0.4	5	1.0	17	3.4	47	9.3	407	80.8	504	100.0
G13	23	4.6	0	0.0	1	0.2	4	0.8	19	3.8	50	9.9	407	80.8	504	100.0
G14	30	6.0	1	0.2	3	0.6	5	1.0	32	6.4	43	8.5	390	77.4	504	100.0
G15	33	6.5	5	1.0	3	0.6	5	1.0	38	7.5	28	5.6	392	77.8	504	100.0
G16	107	21.2	2	0.4	4	0.8	7	1.4	120	23.8	31	6.2	233	46.2	504	100.0
G17	36	7.1	14	2.8	4	0.8	3	0.6	31	6.2	46	9.1	370	73.4	504	100.0
G18	23	4.6	8	1.6	2	0.4	9	1.8	146	29.0	77	15.3	239	47.4	504	100.0
G19	6	1.2	1	0.2	2	0.4	7	1.4	38	7.5	65	12.9	385	76.4	504	100.0
G20	2	0.4	3	0.6	8	1.6	8	1.6	21	4.2	42	8.3	420	83.3	504	100.0

Sumber: Data primer diolah, 2004

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju terhadap indikator faktor aspek sumber daya manusia. Selanjutnya nilai tertinggi, mean, dan standar deviasi dari pendapat responden terhadap faktor aspek sumber daya manusia dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5.27. Mean, Standar Deviasi, dan Nilai Tertinggi Persepsi Responden Terhadap Faktor Aspek Sumber Daya Manusia

Item/Indikator	Mean	Std. Deviasi	Nilai Tertinggi	%	Penilaian
G1	6.74	1.11	463	91.9	Sangat setuju
G2	6.78	0.86	458	90.9	Sangat setuju
G3	6.86	0.70	475	94.2	Sangat setuju
G4	6.81	0.66	448	88.9	Sangat setuju
G5	6.57	1.07	402	79.8	Sangat setuju
G6	6.87	0.60	468	92.9	Sangat setuju
G7	6.89	0.64	481	95.4	Sangat setuju
G8	6.74	0.94	453	89.9	Sangat setuju
G9	6.79	0.80	457	90.7	Sangat setuju
G10	6.76	0.94	457	90.7	Sangat setuju
G11	6.63	1.22	440	87.3	Sangat setuju
G12	6.49	1.38	407	80.8	Sangat setuju
G13	6.52	1.33	407	80.8	Sangat setuju
G14	6.37	1.52	390	77.4	Sangat setuju
G15	6.30	1.63	392	77.8	Sangat setuju
G16	5.10	2.32	233	46.2	Sangat setuju
G17	6.17	1.76	370	73.4	Sangat setuju
G18	5.85	1.50	239	47.4	Sangat setuju
G19	6.58	0.96	385	76.4	Sangat setuju
G20	6.67	0.91	420	83.3	Sangat setuju

Sumber: Data primer diolah, 2004

Berdasarkan tabel di atas, dari 504 responden yang memberikan pendapat, ternyata indikator ke-7 (G7) memiliki nilai tertinggi yaitu 481 atau 95.4% responden menyatakan sangat setuju bahwa kejujuran bawahan sangat diperlukan dalam usaha ini. Dari 7 alternatif pilihan, secara keseluruhan responden menyatakan sangat setuju terhadap ke-20 indikator yang digunakan untuk mengukur faktor aspek sumber daya manusia.

5.2.6 Faktor Aspek Kewirausahaan

Dalam penelitian ini faktor aspek kewirausahaan sebagaimana telah didefinisikan pada bab sebelumnya adalah aspek yang berhubungan dengan kesatuan terpadu dari semangat, nilai-nilai dan prinsip serta sikap, kiat, seni dan tindakan nyata yang sangat perlu, tepat dan unggul dalam menangani dan mengembangkan perusahaan atau kegiatan lain yang mengarah pada pelayanan terbaik kepada pelanggan dan pihak-pihak lain yang berkepentingan termasuk masyarakat, bangsa dan negara.

Faktor aspek kewirausahaan diukur dengan menggunakan 15 item variabel laten yang berupa pernyataan. Pengukurannya menggunakan Skala Likert yang telah dimodifikasi yaitu dari nilai yang sangat negatif (1) sampai nilai yang sangat positif (7). Adapun tanggapan responden terhadap indikator faktor aspek kewirausahaan dapat dilihat pada tabel berikut.



Tabel 5.28 Distribusi Frekuensi Persepsi Responden Terhadap Indikator Faktor Aspek Kewirausahaan

Item	1		2		3		4		5		6		7		Jumlah	
	STS	%	TS	%	KS	%	RR	%	CS	%	S	%	SS	%	Resp.	%
H1	5	1.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	3	0.6	12	2.4	484	96.0	504	100.0
H2	0	0.0	2	0.4	2	0.4	2	0.4	11	2.2	14	2.8	473	93.8	504	100.0
H3	1	0.2	0	0.0	2	0.4	0	0.0	6	1.2	15	3.0	480	95.2	504	100.0
H4	6	1.2	0	0.0	3	0.6	6	1.2	13	2.6	20	4.0	456	90.5	504	100.0
H5	3	0.6	0	0.0	1	0.2	2	0.4	8	1.6	16	3.2	474	94.0	504	100.0
H6	3	0.6	4	0.8	3	0.6	5	1.0	9	1.8	13	2.6	467	92.7	504	100.0
H7	9	1.8	3	0.6	3	0.6	5	1.0	28	5.6	17	3.4	439	87.1	504	100.0
H8	9	1.8	3	0.6	1	0.2	2	0.4	12	2.4	21	4.2	456	90.5	504	100.0
H9	5	1.0	0	0.0	4	0.8	9	1.8	24	4.8	29	5.8	433	85.9	504	100.0
H10	6	1.2	1	0.2	0	0.0	3	0.6	18	3.6	29	5.8	447	88.7	504	100.0
H11	2	0.4	0	0.0	1	0.2	6	1.2	15	3.0	28	5.6	452	89.7	504	100.0
H12	25	5.0	4	0.8	5	1.0	12	2.4	27	5.4	28	5.6	403	80.0	504	100.0
H13	7	1.4	6	1.2	6	1.2	7	1.4	79	15.7	64	12.7	335	66.5	504	100.0
H14	10	2.0	4	0.8	3	0.6	3	0.6	88	17.5	80	15.9	316	62.7	504	100.0
H15	2	0.4	2	0.4	3	0.6	6	1.2	8	1.6	23	4.6	460	91.3	504	100.0

Sumber: Data primer diolah, 2004

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju terhadap indikator faktor aspek kewirausahaan. Selanjutnya nilai tertinggi, mean, dan standar deviasi dari pendapat responden terhadap faktor aspek kewirausahaan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5.29 Mean, Standar Deviasi, dan Nilai Tertinggi Persepsi Responden Terhadap Faktor Aspek Kewirausahaan

Item/Indikator	Mean	Std. Deviasi	Nilai Tertinggi	%	Penilaian
H1	6.90	0.63	484	96.0	Sangat setuju
H2	6.88	0.55	473	93.8	Sangat setuju
H3	6.92	0.45	480	95.2	Sangat setuju
H4	6.75	0.85	456	90.5	Sangat setuju
H5	6.88	0.60	474	94.0	Sangat setuju
H6	6.81	0.81	467	92.7	Sangat setuju
H7	6.66	1.06	439	87.1	Sangat setuju
H8	6.75	0.97	456	90.5	Sangat setuju
H9	6.70	0.90	433	85.9	Sangat setuju
H10	6.77	0.83	447	88.7	Sangat setuju
H11	6.82	0.65	452	89.7	Sangat setuju
H12	6.39	1.50	403	80.0	Sangat setuju
H13	6.33	1.19	335	66.5	Sangat setuju
H14	6.29	1.19	316	62.7	Sangat setuju
H15	6.82	0.72	460	91.3	Sangat setuju

Sumber: Data primer diolah, 2004

Berdasarkan tabel di atas, dari 504 responden yang memberikan pendapat, ternyata indikator ke-1 (H1) memiliki nilai tertinggi yaitu 484 atau 96.0% responden menyatakan sangat setuju bahwa dalam menekuni usaha ini diperlukan semangat, kesabaran, dan kerja keras. Dari 7 alternatif pilihan, secara keseluruhan responden menyatakan sangat setuju terhadap ke-15 indikator yang digunakan untuk mengukur faktor aspek kewirausahaan.

5.3 Analisis Faktor (*Factor Analysis*)

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Faktor, yang bersifat *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*. Pengujian dilakukan dengan menggunakan bantuan Program SPSS versi 11.00. Penggunaan metode ini bertujuan untuk menguji, menyaring atau mereduksi data pada setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini sehingga diperoleh sejumlah variabel menjadi lebih sedikit yang dapat mewakili variabel aspek keuangan, aspek lingkungan, aspek pemasaran, aspek sumber daya manusia, dan aspek kewirausahaan. Adapun pengujian dengan menggunakan analisis faktor yang dilakukan bertujuan untuk mereduksi sejumlah indikator/variabel untuk menjadi faktor yang jumlahnya lebih sedikit. Dalam penelitian ini analisis faktor dengan menggunakan metode *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* digunakan untuk mengetahui :

1. Faktor-faktor apa saja yang terbentuk dari sejumlah indikator pada aspek keuangan usaha sektor informal di Sulawesi Selatan
2. Faktor apa saja yang terbentuk dari sejumlah indikator pada aspek lingkungan
3. Faktor apa saja yang terbentuk dari sejumlah indikator pada aspek pemasaran usaha sektor informal di Sulawesi Selatan
4. Faktor apa saja yang terbentuk dari sejumlah indikator pada aspek sumber daya manusia usaha sektor informal di Sulawesi Selatan

5. Faktor apa saja yang terbentuk dari sejumlah indikator pada aspek kewirausahaan usaha sektor informal di Sulawesi Selatan
6. Faktor apa saja yang terbentuk dari sejumlah indikator pada aspek kinerja usaha kecil sektor informal di Sulawesi Selatan

Analisis faktor dengan menggunakan metode *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* mempunyai urutan proses sebagai berikut :

- a. Memilih variabel yang layak dimasukkan dalam analisis factor. Oleh karena analisis faktor berupaya mengelompokkan sejumlah variabel, maka seharusnya ada korelasi yang cukup kuat diantara variabel, sehingga akan terjadi pengelompokan. Jika sebuah variabel atau lebih berkorelasi lemah dengan variabel lainnya, maka variabel tersebut akan dikeluarkan dari analisis faktor.
- b. Setelah sejumlah variabel terpilih, maka dilakukan *ekstraksi* variabel tersebut hingga menjadi satu faktor yang terbentuk. Beberapa metode pencarian faktor yang populer adalah *Principal Component Analysis* dan *Maximum Likelihood*
- c. Faktor yang terbentuk, pada banyak kasus, kurang menggambarkan perbedaan diantara faktor-faktor yang ada. Hal ini akan mengganggu analisis, karena justru sebuah faktor harus berbeda secara nyata dengan faktor yang lain. Untuk itu, jika isi faktor masih diragukan, dapat dilakukan proses rotasi untuk memperjelas apakah faktor yang terbentuk sudah secara signifikan berbeda dengan faktor lain.

- d. Setelah benar-benar sudah 1 faktor, maka proses dilanjutkan dengan mengidentifikasi indikator-indikator yang mewakili masing-masing faktor. Kemudian dilanjutkan dengan mencari nilai *factor scoresnya*. Nilai skor faktor inilah yang akan menjadi dasar pada analisis selanjutnya.

5.3.1. Analisis Faktor Aspek Keuangan (X1)

Untuk mengetahui indikator apa saja yang membentuk faktor aspek keuangan dari 15 indikator yang digunakan untuk mengukur aspek keuangan maka digunakan analisis faktor dengan metode *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*. Berdasarkan hasil analisis faktor terhadap aspek keuangan dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS versi 11.00 (Lihat lampiran 2) dapat dilakukan analisis sebagai berikut :

- a. Nilai *K-M-O Measure of Sampling Adequacy (MSA)* adalah 0,876 oleh karena angka *MSA* diatas 0,5, maka ke 15 indikator tersebut dapat diproses lebih lanjut. Kesimpulan yang sama dapat dilihat pula pada angka *KMO* dan *Bartlett's Test* (yang ditampakkan dengan angka *Chi-Square* sebesar 1.309,38 dengan signifikansi 0,000. Secara lebih jelas nilai *K-M-O Measure of Sampling Adequacy (MSA)* dan *Bartlett's Test of Sphericity* dapat ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel 5.30. Nilai KMO dan Barlett's Test Faktor Aspek Keuangan

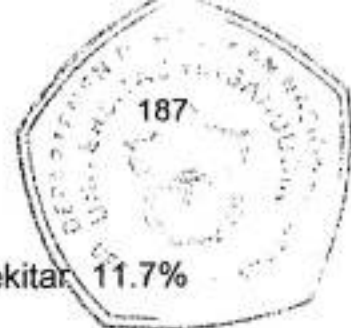
KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.876
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1309.385
	df	36
	Sig.	.000

Sumber : Lampiran 4

- b. Pada *Anti Image Correlation*, terlihat bahwa sejumlah angka yang membentuk diagonal yang bertanda "a" yang menandakan besaran MSA untuk ke 15 indikator berada pada kisaran di atas angka 0.5 yang berarti bahwa indikator aspek keuangan tersebut valid dan bisa dilanjutkan pada proses selanjutnya. Karena dalam penelitian ini menggunakan metode *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*, maka hanya ada 1 Faktor yang terbentuk. Sehingga untuk membentuk 1 faktor yang dapat mewakili variabel aspek keuangan, maka proses *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* dilakukan secara terus menerus dengan mengeluarkan nilai indikator yang memiliki MSA yang terkecil, sampai terbentuk 1 faktor yang mewakili variabel aspek keuangan. Adapun nilai MSA untuk masing-masing indikator dinyatakan valid dan mewakili variabel aspek keuangan secara terperinci dapat dilihat pada lampiran 2.
- c. Nilai *communalities* masing-masing indikator yang valid yang mewakili variabel aspek keuangan adalah sebagai berikut :

- indikator D3, nilainya adalah 0.255; hal ini berarti sekitar 25.5 % varians dari indikator D3 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.
- indikator D4, nilainya adalah 0.495; hal ini berarti sekitar 49.5% varians dari indikator D4 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk
- indikator D5, nilainya adalah 0.611; hal ini berarti sekitar 61.1% varians dari indikator D5 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.
- indikator D6, nilainya adalah 0.500; hal ini berarti sekitar 50% varians dari indikator D6 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.
- indikator D9, nilainya adalah 0.484; hal ini berarti sekitar 48.4% varians dari indikator D9 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.
- indikator D11, nilainya adalah 0.647; hal ini berarti sekitar 64.7% varians dari indikator D11 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.
- indikator D12, nilainya adalah 0.457; hal ini berarti sekitar 45.7% varians dari indikator D12 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.
- indikator D14, nilainya adalah 0.278; hal ini berarti sekitar 27.8% varians dari indikator D14 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.



- indikator D15, nilainya adalah 0.117; hal ini berarti sekitar 11.7% varians dari indikator D15 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.

Sedangkan indikator yang dikeluarkan setelah melalui proses *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* adalah indikator D1, D2, D7, D8, D10, dan D13. Adapun nilai *communalities* untuk masing-masing indikator yang mewakili aspek keuangan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5.31 Nilai Communalities Faktor Aspek Keuangan

Indikator	Initial	Extraction
D3	1.000	0.255
D4	1.000	0.495
D5	1.000	0.611
D6	1.000	0.500
D9	1.000	0.484
D11	1.000	0.647
D12	1.000	0.457
D14	1.000	0.278
D15	1.000	0.117

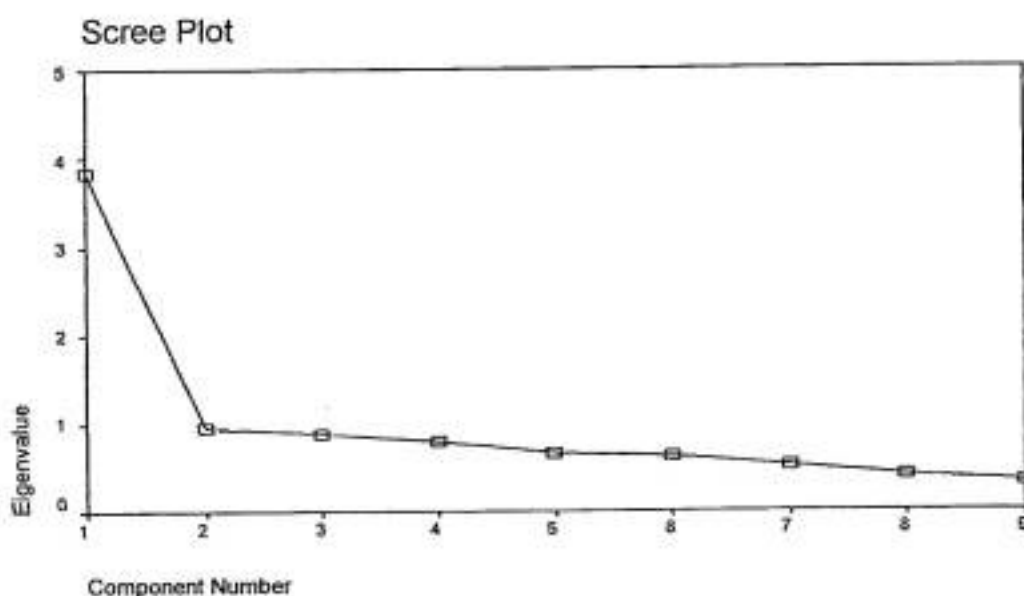
Sumber : Lampiran 4

d. Berdasarkan nilai *initial eigenvalue*, nampak bahwa terdapat 1 komponen yang memiliki nilai *initial eigenvalue* diatas 1, hal ini berarti bahwa dari 15 indikator yang digunakan, setelah dilakukan ekstraksi dengan menggunakan metode *Principal Component Analysis (CFA)*, maka terbentuk 1 faktor yang membentuk faktor aspek keuangan. Nilai *initial eigenvalue* untuk masing-masing komponen secara lengkapnya dapat dilihat pada lampiran 4.



e. Berdasarkan grafik *Scree Plot*, terlihat bahwa 1 komponen yang memiliki nilai *eigenvalues* yang lebih besar dari 1 yaitu 3,843 dengan persentase kumulatif sebesar 42,69%, sedangkan 8 komponen lainnya memiliki nilai *eigenvalues* yang kurang dari 1. Adapun Grafik *scree plot* nampak pada gambar berikut.

Gambar 5.1 Grafik Scree Plot Aspek Keuangan



Sumber : Lampiran 4

f. Nilai pada *Component Matrix*, menunjukkan *factor loading*, atau besar korelasi antara masing-masing indikator dengan faktor yang terbentuk. Berdasarkan nilai *Loading Factor*nya, maka dapat diketahui bahwa faktor yang terbentuk dari hasil metode *Principal Component Analysis (CFA)* yang digunakan terbentuk 1 faktor yang dapat mewakili faktor aspek

keuangan. Indikator-indikator tersebut adalah D3, D4, D5, D6, D9, D11, D12, D14, dan D15.

Secara lebih jelas, *factor loading*, atau besarnya korelasi antara suatu indikator dengan faktor yang terbentuk dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5.32 Nilai Loading Factor Indikator Faktor Aspek Keuangan

Indikator	Loading Factor
D3	0.505
D4	0.703
D5	0.781
D6	0.707
D9	0.695
D11	0.805
D12	0.676
D14	0.528

Sumber : Lampiran 4

Berdasarkan tabel di atas, maka terdapat 8 indikator yang valid digunakan untuk mengukur faktor aspek keuangan sebagai berikut :

D3 : Modal sendiri

D4 : Perjualan.

D5 : Tingkat keuntungan dan akumulasi modal.

D6 : Membedakan pengeluaran pribadi/keluarga dari pengeluaran usaha.

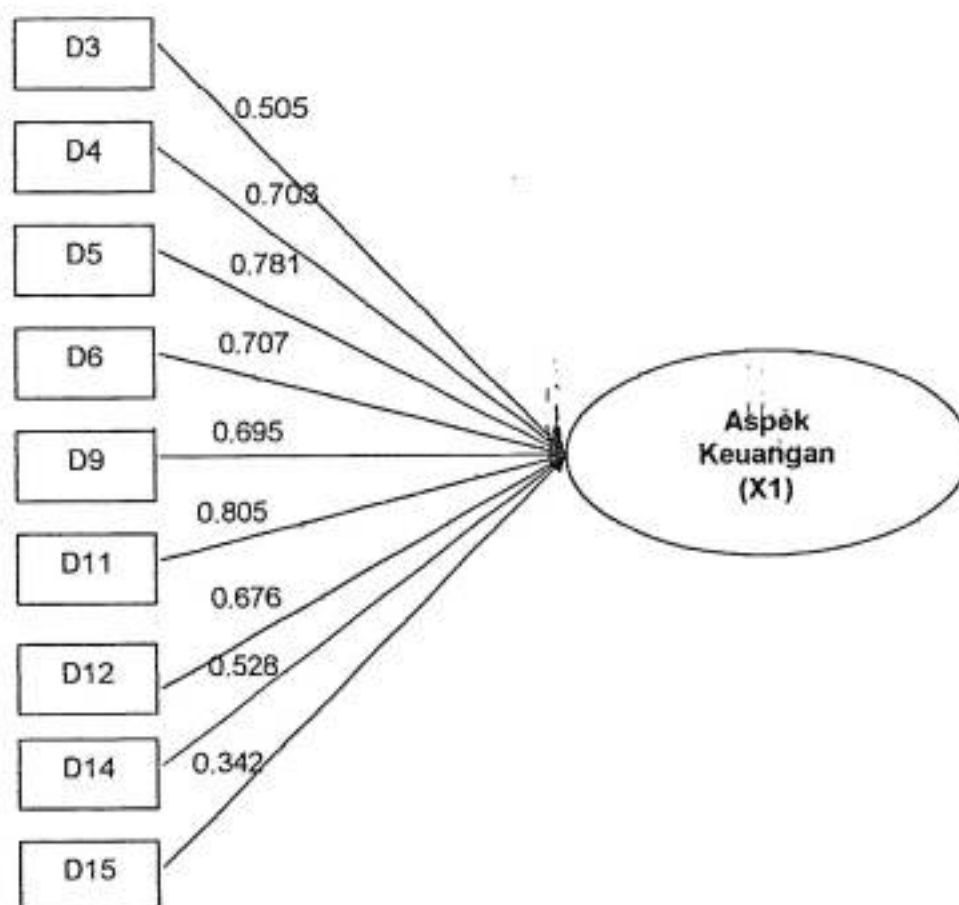
D9 : Akumulasi keuntungan yang besar digunakan untuk menambah asset/harta.

D11 : Membedakan besarnya uang yang dimiliki untuk keperluan modal kerja dan pembelian alat-alat.

D12 : Penghematan untuk menekan pengeluaran pribadi.

D14 : Ekspansi usaha

Berdasarkan hasil pengujian analisis faktor dengan menggunakan metode *Confirmatory Factor Analysis* akhirnya dapat diketahui bahwa di antara 15 indikator yang digunakan sebagai indikator faktor aspek keuangan, hanya 9 indikator yang valid membentuk faktor aspek keuangan. Model pengukuran yang dihasilkan dengan menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* ditunjukkan oleh gambar berikut.



Gambar 5.2. Pengujian Faktor Aspek Keuangan dengan *Confirmatory Factor Analysis*

Berdasarkan gambar di atas, dari 9 indikator yang membentuk variabel aspek keuangan, ternyata indikator D11 memiliki nilai *loading factor* yang paling tinggi yaitu sebesar 0,805 dibandingkan dengan nilai indikator yang lain. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa indikator D11 (Jika saya memperoleh akumulasi keuntungan yang besar, maka sebagian besar dari keuntungan tersebut akan saya gunakan untuk menambah asset/harta) sangat dominan mempengaruhi faktor aspek keuangan dibandingkan dengan indikator lainnya, karena nilai korelasinya lebih tinggi terhadap faktor yang terbentuk.

5.3.2. Analisis Faktor Aspek Lingkungan (X2)

Untuk mengetahui indikator apa saja yang membentuk faktor aspek lingkungan dari 18 indikator yang digunakan untuk mengukur aspek lingkungan maka digunakan analisis faktor dengan metode *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*. Berdasarkan hasil analisis faktor terhadap aspek lingkungan dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS versi 11.00 (Lihat lampiran 2) dapat dilakukan analisis sebagai berikut :

- a. Nilai *K-M-O Measure of Sampling Adequacy (MSA)* adalah 0,822 oleh karena angka MSA diatas 0,5, maka ke 18 indikator tersebut dapat diproses lebih lanjut. Kesimpulan yang sama dapat dilihat pula pada angka KMO dan Bartlett's Test (yang ditampilkan dengan angka *Chi-Square* sebesar 614.38 dengan signifikansi 0,000. Secara lebih jelas nilai

K-M-O *Measure of Sampling Adequacy* (MSA) dan Bartlett's Test of Sphericity dapat ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel .5.33 Nilai KMO dan Barlett's Test Faktor Aspek Lingkungan

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.822
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	614.385
	df	21
	Sig.	.000

Sumber : Lampiran 4

- b. Pada *Anti Image Correlation*, terlihat bahwa sejumlah angka yang membentuk diagonal yang bertanda "a" yang menandakan besaran MSA untuk ke 18 indikator berada pada kisaran di atas angka 0.5 yang berarti bahwa indikator aspek lingkungan tersebut valid dan bisa dilanjutkan pada proses selanjutnya. Karena dalam penelitian ini menggunakan metode *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*, maka hanya ada 1 Faktor yang terbentuk. Sehingga untuk membentuk 1 faktor yang dapat mewakili variabel aspek lingkungan, maka proses *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* dilakukan secara terus menerus dengan mengeluarkan nilai indikator yang memiliki MSA yang terkecil, sampai terbentuk 1 faktor yang mewakili variabel aspek lingkungan. Adapun nilai MSA untuk masing-masing indikator yang dinyatakan valid dan mewakili variabel aspek lingkungan secara terperinci dapat dilihat pada lampiran 2.



- c. Nilai *communalities* masing-masing indikator yang valid yang mewakili variabel aspek lingkungan adalah sebagai berikut :
- a. indikator E1, nilainya adalah 0.305; hal ini berarti sekitar 30.5 % varians dari indikator E1 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.
 - b. indikator E2, nilainya adalah 0.401; hal ini berarti sekitar 40.1% varians dari indikator E2 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk
 - c. indikator E3, nilainya adalah 0.591; hal ini berarti sekitar 59.1% varians dari indikator E3 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.
 - d. indikator E4, nilainya adalah 0.365; hal ini berarti sekitar 36.5% varians dari indikator E4 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.
 - e. indikator E5, nilainya adalah 0.423; hal ini berarti sekitar 42.3% varians dari indikator E5 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.
 - f. indikator E6, nilainya adalah 0.322; hal ini berarti sekitar 32.2% varians dari indikator E6 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.

- g. indikator E7, nilainya adalah 0.381; hal ini berarti sekitar 38.1% varians dari indikator E7 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.

Sedangkan indikator yang dikeluarkan setelah melalui proses *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* adalah indikator E8, E9, E10, E11, E12, E13, E14, E15, E16, E17, dan E18. Adapun nilai *communalities* untuk masing-masing indikator yang mewakili aspek lingkungan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel.5.34 Nilai Communalities Faktor Aspek Lingkungan

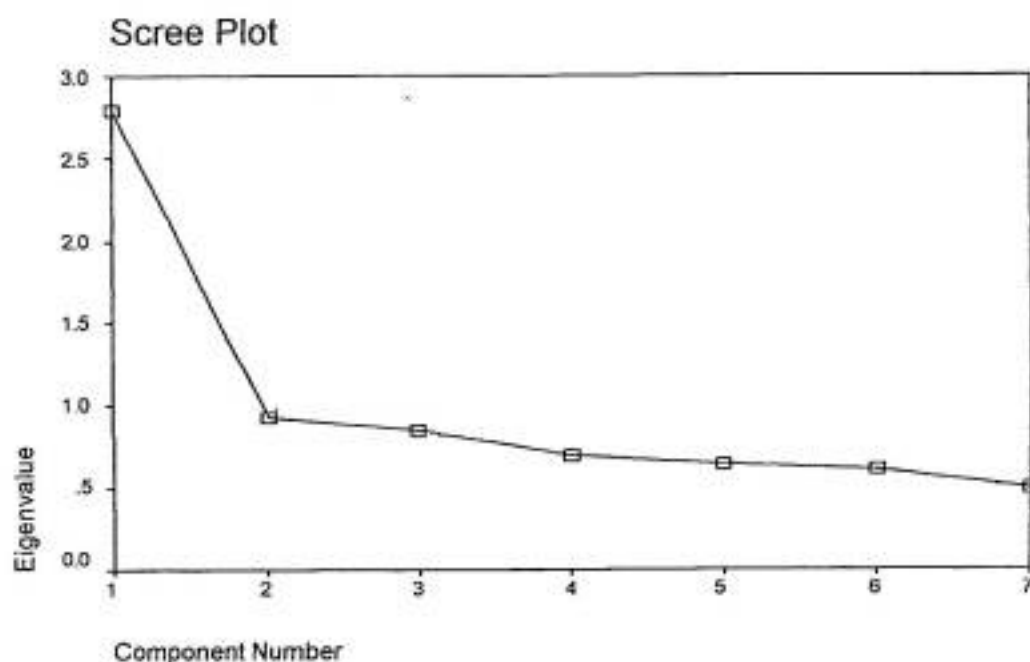
Indikator	Initial	Extraction
E1	1.000	0.305
E2	1.000	0.401
E3	1.000	0.591
E4	1.000	0.365
E5	1.000	0.423
E6	1.000	0.322
E7	1.000	0.381

Sumber : Lampiran 4

- d. Berdasarkan nilai *initial eigenvalue*, nampak bahwa terdapat 1 komponen yang memiliki nilai *initial eigenvalues* diatas 1, hal ini berarti bahwa dari 18 indikator yang digunakan, setelah dilakukan ekstraksi dengan menggunakan metode *Principal Component Analysis (CFA)*, maka terbentuk 1 faktor yang membentuk faktor aspek lingkungan. Nilai *initial eigenvalue* untuk masing-masing komponen secara lengkapnya dapat dilihat pada lampiran 4.

- e. Berdasarkan grafik *Scree Plot*, terlihat bahwa hanya 1 komponen yang memiliki nilai *eigenvalues* yang lebih besar dari 1 yaitu 2.788 dengan persentase kumulatif sebesar 39.83%, sedangkan 6 komponen lainnya memiliki nilai *eigenvalues* yang kurang dari 1. Adapun Grafik *scree plot* nampak pada gambar berikut.

Gambar 5.3. Grafik *Scree Plot* Aspek Lingkungan



Sumber : Lampiran 4

- f. Nilai pada *Component Matrix*, menunjukkan *factor loading*, atau besar korelasi antara masing-masing indikator dengan faktor yang terbentuk. Berdasarkan nilai *Loading Factor*nya, maka dapat diketahui bahwa faktor yang terbentuk dengan menggunakan metode *Principal Component Analysis (PCA)* terbentuk 1 faktor yang dapat mewakili faktor aspek

lingkungan. Indikator-indikator tersebut adalah E1, E2, E3, E4, E5, E6, dan E7.

Secara lebih jelas, *factor loading*, atau besarnya korelasi antara suatu indikator dengan faktor yang terbentuk dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel.5.35. Nilai Loading Factor Indikator Faktor Aspek Lingkungan

Indikator	Loading Factor
E1	0.553
E2	0.633
E3	0.768
E4	0.604
E5	0.651
E6	0.567
E7	0.617

Sumber : Lampiran 4

Berdasarkan tabel di atas, maka terdapat 7 indikator yang valid digunakan untuk mengukur faktor aspek lingkungan sebagai berikut :

E1 : Fasilitas transportasi yang dimiliki

E2 : Tempat berjualan yang permanen

E3 : Berusaha menjual pada tempat yang berada pada pusat-pusat keramaian.

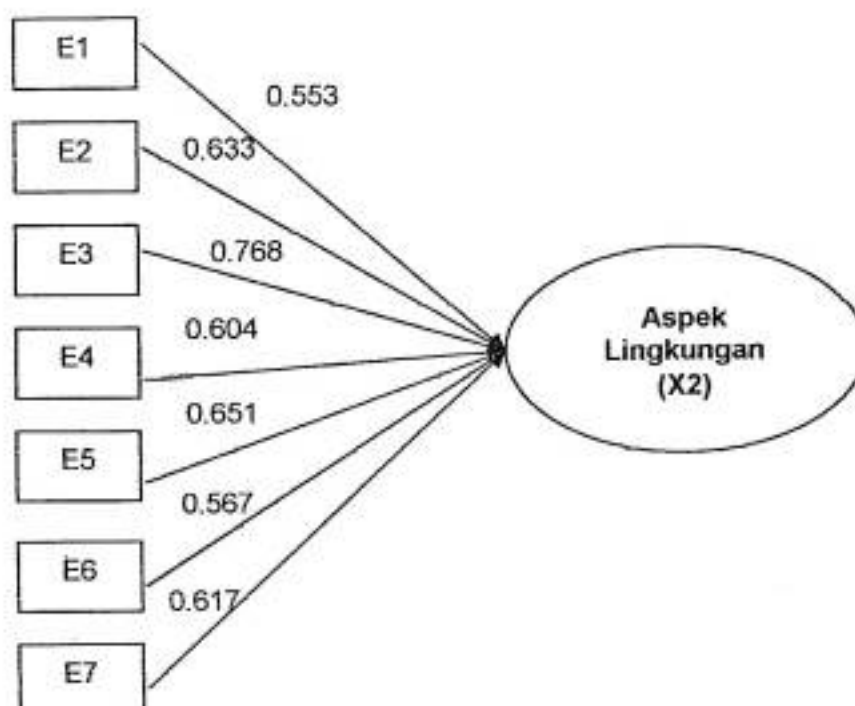
E4 : Ketepatan dalam menerima barang

E5 : Kemudahan dalam memperoleh barang

E6 : Selalu memperhatikan apa-apa yang sangat diperlukan oleh langganan

E7 : Cuaca/musim sangat mempengaruhi volume penjualan

Berdasarkan hasil pengujian analisis faktor dengan menggunakan metode *Confirmatory Factor Analysis* akhirnya dapat diketahui bahwa di antara 18 indikator yang digunakan sebagai indikator faktor aspek lingkungan, hanya 7 indikator yang valid membentuk faktor aspek lingkungan. Model pengukuran yang dihasilkan dengan menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* ditunjukkan oleh gambar berikut.



Gambar 5.4. Pengujian Faktor Aspek Lingkungan Dengan *Confirmatory Factor Analysis*

Berdasarkan gambar di atas, dari 7 indikator yang membentuk variabel aspek lingkungan, ternyata indikator E3 memiliki nilai *loading factor* yang paling tinggi yaitu sebesar 0.768 dibandingkan dengan nilai indikator yang lain. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa indikator E3 (Saya akan

selalu berusaha menjual pada tempat yang berada pada pusat-pusat keramaian) sangat mempengaruhi variabel aspek lingkungan dibandingkan dengan indikator lainnya, karena nilai korelasinya lebih tinggi terhadap faktor yang terbentuk.

5.3.3 Analisis Faktor Aspek Pemasaran (X3)

Untuk mengetahui indikator apa saja yang membentuk faktor aspek pemasaran dari 16 indikator yang digunakan untuk mengukur aspek pemasaran, maka digunakan analisis faktor dengan metode *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*. Berdasarkan hasil analisis faktor terhadap aspek lingkungan dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS versi 11.00 (Lihat lampiran 2) dapat dilakukan analisis sebagai berikut :

- a. Nilai *K-M-O Measure of Sampling Adequacy (MSA)* adalah 0,845. Oleh karena angka *MSA* diatas 0,5 maka ke 16 indikator tersebut dapat diproses lebih lanjut. Kesimpulan yang sama dapat dilihat pula pada angka *KMO* dan *Bartlett's Test* (yang ditampakkan dengan angka *Chi-Square* sebesar 946.76 dengan signifikansi 0,000. Secara lebih jelas nilai *K-M-O Measure of Sampling Adequacy (MSA)* dan *Bartlett's Test of Sphericity* dapat ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel 5.36. Nilai KMO dan Barlett's Test Faktor Aspek Pemasaran

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.845
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	946.760
	df	28
	Sig.	.000

Sumber : Lampiran 4

- b. Pada *Anti Image Correlation*, terlihat bahwa sejumlah angka yang membentuk diagonal yang bertanda "a" yang menandakan besaran MSA untuk ke 16 indikator berada pada kisaran di atas angka 0.5 yang berarti bahwa indikator aspek pemasaran tersebut valid dan bisa dilanjutkan pada proses selanjutnya. Karena dalam penelitian ini menggunakan metode *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*, maka hanya ada 1 Faktor yang terbentuk. Sehingga untuk membentuk 1 faktor yang dapat mewakili variabel aspek pemasaran, maka proses *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* dilakukan secara terus menerus dengan mengeluarkan nilai indikator yang memiliki MSA yang terkecil, sampai terbentuk 1 faktor yang mewakili variabel aspek pemasaran. Adapun nilai MSA untuk masing-masing indikator yang dinyatakan valid dan mewakili variabel aspek pemasaran secara terperinci dapat dilihat pada lampiran 2.
- c. Nilai *communalities* masing-masing indikator yang valid yang mewakili variabel aspek pemasaran adalah sebagai berikut :

- a. indikator F3, nilainya adalah 0.467; hal ini berarti sekitar 46.7 % varians dari indikator F3 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.
- b. indikator F4, nilainya adalah 0.519; hal ini berarti sekitar 51,9% varians dari indikator F4 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk
- c. indikator F7, nilainya adalah 0.308; hal ini berarti sekitar 30.8% varians dari indikator F7 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.
- d. indikator F8, nilainya adalah 0.365; hal ini berarti sekitar 36.5% varians dari indikator F8 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.
- e. indikator F10, nilainya adalah 0.452; hal ini berarti sekitar 45.2% varians dari indikator F10 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.
- f. indikator F12, nilainya adalah 0.378; hal ini berarti sekitar 37.8% varians dari indikator F12 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.
- g. indikator F14, nilainya adalah 0.478; hal ini berarti sekitar 47.8% varians dari indikator F14 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.



- h. indikator F16, nilainya adalah 0.391; hal ini berarti sekitar 39,1% varians dari indikator F16 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.

Sedangkan indikator yang dikeluarkan setelah melalui proses *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* adalah indikator F1, F2, F5, F6, F9, F11, F13, dan F15 . Adapun nilai *communalities* untuk masing-masing indikator yang mewakili aspek pemasaran dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel.5.37. Nilai Communalities Faktor Aspek Pemasaran

Indikator	Initial	Extraction
F3	1.000	0.467
F4	1.000	0.519
F7	1.000	0.308
F8	1.000	0.365
F10	1.000	0.452
F12	1.000	0.378
F14	1.000	0.478
F16	1.000	0,391

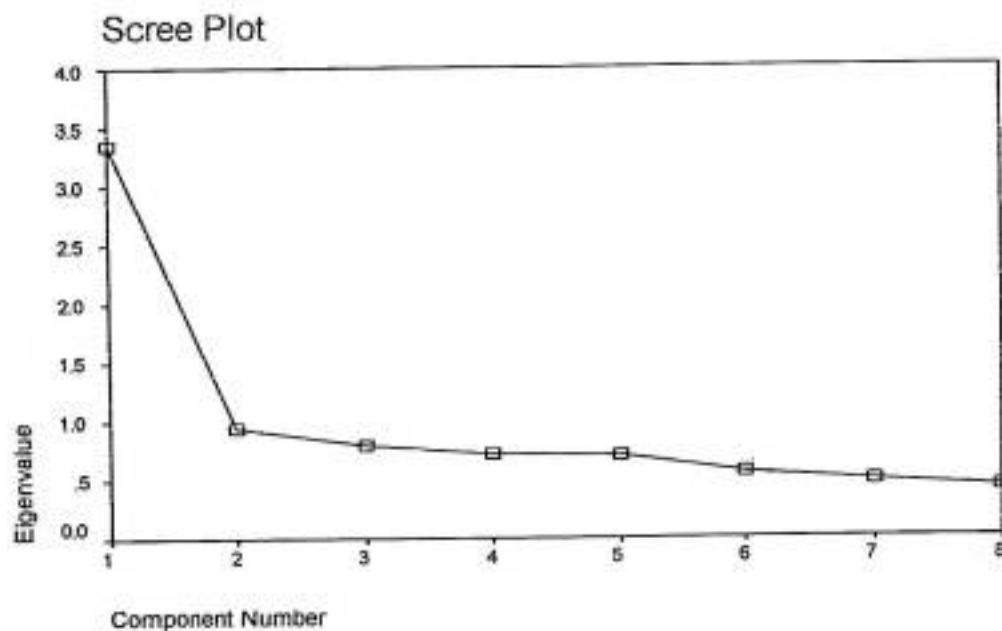
Sumber : Lampiran 4

- d. Berdasarkan nilai *initial eigenvalue*, nampak bahwa terdapat 1 komponen yang memiliki nilai initial eigenvalues diatas 1, hal ini berarti bahwa dari 16 indikator yang digunakan, setelah dilakukan ekstraksi dengan menggunakan metode *Principal Component Analysis (CFA)*, maka terbentuk 1 faktor yang membentuk faktor aspek pemasaran. Nilai *initial*

eigenvalue untuk masing-masing komponen secara lengkapnya dapat dilihat pada lampiran 4.

- e. Berdasarkan grafik *Scree Plot*, terlihat bahwa hanya 1 komponen yang memiliki nilai *eigenvalues* yang lebih besar dari 1 yaitu 3.358 dengan persentase kumulatif sebesar 41.96%, sedangkan 7 komponen lainnya memiliki nilai *eigenvalues* yang kurang dari 1. Adapun Grafik *scree plot* nampak pada gambar berikut

Gambar 5.5. Scree Plot Aspek Pemasaran



Sumber : Lampiran 4

- f. Nilai pada *Component Matrix*, menunjukkan *factor loading*, atau besar korelasi antara masing-masing indikator dengan faktor yang terbentuk. Berdasarkan nilai *Loading Factor*nya, maka dapat diketahui bahwa faktor yang terbentuk dengan menggunakan metode *Principal Component Analysis (CFA)* terbentuk 1 faktor yang dapat mewakili faktor aspek

pemasaran. Indikator-indikator tersebut adalah F3, F4, F7, F8, F10, F12, F14, dan F16.

Secara lebih jelas, *factor loading*, atau besarnya korelasi antara suatu indikator dengan faktor yang terbentuk dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5.38. Nilai Loading Factor Indikator Faktor Aspek Pemasaran

Indikator	Loading Factor
F3	0.683
F4	0.720
F7	0.555
F8	0.604
F10	0.673
F12	0.615
F14	0.691
F16	0.625

Sumber : Lampiran 4

Berdasarkan tabel di atas, maka terdapat 8 indikator yang valid digunakan untuk mengukur faktor aspek pemasaran sebagai berikut :

F3 : Penawaran barang dari pelanggan cukup selalu tersedia.

F4 : Harga sangat berpengaruh dalam kelancaran penjualan barang.

F7 : Barang yang dijual diperlukan pengenalan ke calon pembeli.

F8 : Dalam menjual biasanya diperhatikan saran dan keluhan pembeli.

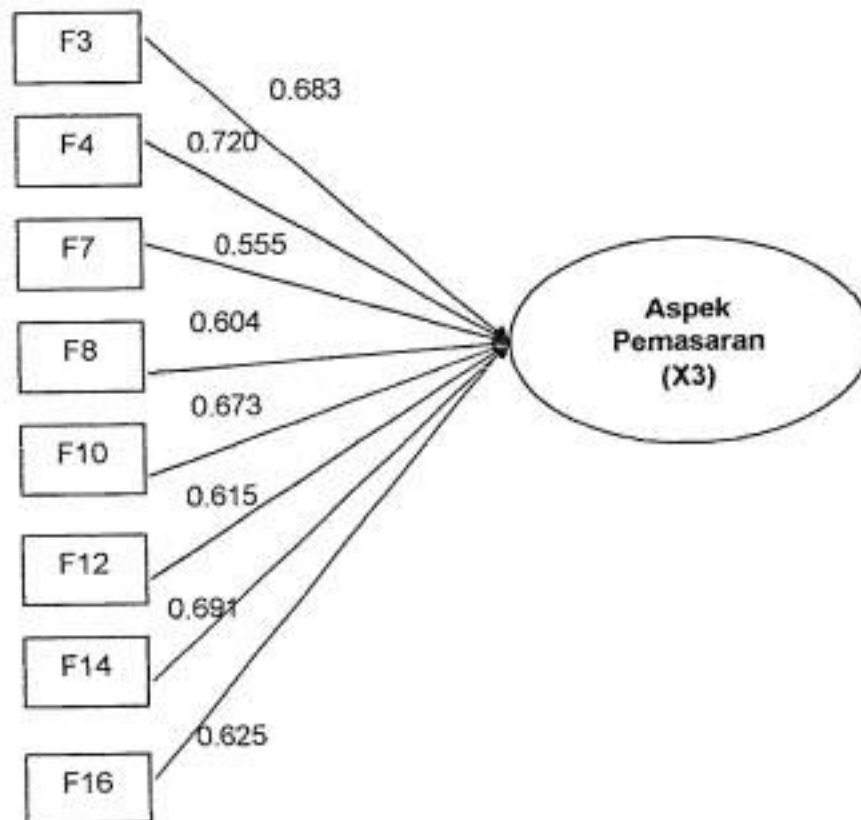
F10 : Para pembeli seharusnya diberikan perlakuan khusus untuk memahami keinginannya.

F12 : Tingkat persediaan barang

F14 : Kegiatan promosi kepada calon pembeli.

F16 : Kemungkinan untuk mencari pasar yang baru.

Berdasarkan hasil pengujian analisis faktor dengan menggunakan metode *Confirmatory Factor Analysis* akhirnya dapat diketahui bahwa dari 16 indikator yang digunakan sebagai indikator faktor aspek pemasaran, hanya 8 indikator yang valid membentuk faktor aspek pemasaran. Model pengukuran yang dihasilkan dengan menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* ditunjukkan oleh gambar berikut.



Gambar.5.6. Pengujian Faktor Aspek Pemasaran Dengan *Confirmatory Factor Analysis*

Berdasarkan gambar di atas, dari 8 indikator yang membentuk variabel aspek pemasaran, ternyata indikator F4 memiliki nilai *loading factor* yang paling tinggi yaitu sebesar 0.720 dibandingkan dengan nilai indikator

yang lain. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa indikator F4 (Harga sangat berpengaruh dalam kelancaran penjualan barang) sangat mempengaruhi variabel aspek pemasaran dibandingkan dengan indikator lainnya, karena nilai korelasinya lebih tinggi terhadap faktor yang terbentuk

5.3.4 Analisis Faktor Aspek Sumber Daya Manusia (X4)

Untuk mengetahui indikator apa saja yang membentuk faktor aspek sumber daya manusia dari 20 indikator yang digunakan untuk mengukur aspek sumber daya manusia, maka digunakan analisis faktor dengan metode *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*. Berdasarkan hasil analisis faktor terhadap aspek sumber daya manusia dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS versi 11.00 (Lihat lampiran 2) dapat dilakukan analisis sebagai berikut :

- a. Nilai K-M-O *Measure of Sampling Adequacy (MSA)* adalah 0.899. Oleh karena angka MSA diatas 0,5 maka ke 20 indikator tersebut dapat diproses lebih lanjut. Kesimpulan yang sama dapat dilihat pula pada angka KMO dan Bartlett's Test (yang ditampakkan dengan angka *Chi-Square* sebesar 2391.91 dengan signifikansi 0,000. Secara lebih jelas nilai K-M-O *Measure of Sampling Adequacy (MSA)* dan Bartlett's Test of Sphericity dapat ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel 5.39 Nilai KMO dan Barlett's Test Faktor Aspek Sumber Daya
KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.899
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2391.918
	df	55
	Sig.	.000

Sumber : Lampiran 4

- b. Pada *Anti Image Correlation*, terlihat bahwa sejumlah angka yang membentuk diagonal yang bertanda "a" yang menandakan besaran MSA untuk ke 20 indikator berada pada kisaran di atas angka 0.5 yang berarti bahwa indikator aspek sumber daya manusia tersebut valid dan bisa dilanjutkan pada proses selanjutnya. Karena dalam penelitian ini menggunakan metode *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*, maka hanya ada 1 Faktor yang terbentuk. Sehingga untuk membentuk 1 faktor yang dapat mewakili variabel aspek sumber daya manusia, maka proses *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* dilakukan secara terus menerus dengan mengeluarkan nilai indikator yang memiliki MSA yang terkecil, sampai terbentuk 1 faktor yang mewakili variabel aspek sumber daya manusia. Adapun nilai MSA untuk masing-masing indikator yang dinyatakan valid dan mewakili variabel aspek sumber daya manusia secara terperinci dapat dilihat pada lampiran 2.

- c. Nilai *communalities* masing-masing indikator yang valid yang mewakili variabel aspek sumber daya manusia adalah sebagai berikut :
- a. indikator G2, nilainya adalah 0.258; hal ini berarti sekitar 25.8 % varians dari indikator G2 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.
 - b. indikator G3, nilainya adalah 0.451; hal ini berarti sekitar 45.1% varians dari indikator G3 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk
 - c. indikator G4, nilainya adalah 0.485; hal ini berarti sekitar 48.5% varians dari indikator G4 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.
 - d. indikator G5, nilainya adalah 0.585; hal ini berarti sekitar 58.5% varians dari indikator G5 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.
 - e. indikator G8, nilainya adalah 0.684; hal ini berarti sekitar 68.4% varians dari indikator G8 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.
 - f. indikator G9, nilainya adalah 0.668; hal ini berarti sekitar 66.8% varians dari indikator G9 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.



- g. indikator G10, nilainya adalah 0.639; hal ini berarti sekitar 63.9% varians dari indikator G10 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.
- h. indikator G17, nilainya adalah 0.437; hal ini berarti sekitar 43.7% varians dari indikator G17 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.
- i. indikator G18, nilainya adalah 0.224; hal ini berarti sekitar 22.4% varians dari indikator G18 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.
- j. indikator G19, nilainya adalah 0.394; hal ini berarti sekitar 39.4% varians dari indikator G19 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.
- k. indikator G20, nilainya adalah 0.394; hal ini berarti sekitar 39.4% varians dari indikator G20 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.

Sedangkan indikator yang dikeluarkan setelah melalui proses *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* adalah indikator G1, G6, G7, G11, G12, G13, G14, G15, dan G16. Adapun nilai *communalities* untuk masing-masing indikator yang mewakili aspek sumber daya manusia dapat dilihat pada tabel berikut.

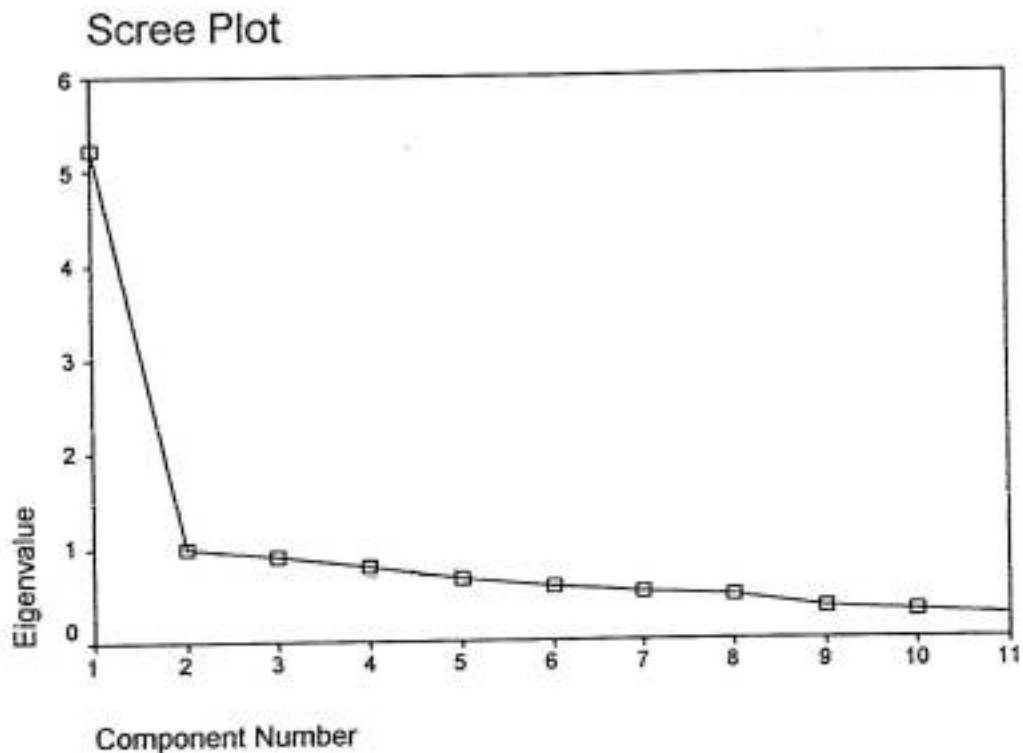
Tabel 5.40 Nilai Communalities Faktor Aspek Sumber Daya Manusia

Indikator	Initial	Extraction
G2	1.000	0.258
G3	1.000	0.451
G4	1.000	0.485
G5	1.000	0.585
G8	1.000	0.684
G9	1.000	0.668
G10	1.000	0.639
G17	1.000	0,437
G18	1.000	0,224
G19	1.000	0,394
G20	1.000	0,394

Sumber : Lampiran 4

- d. Berdasarkan nilai *initial eigenvalue*, nampak bahwa terdapat 1 komponen yang memiliki nilai initial eigenvalues diatas 1, hal ini berarti bahwa dari 20 indikator yang digunakan, setelah dilakukan ekstraksi dengan menggunakan metode *Principal Component Analysis (CFA)*, maka terbentuk 1 faktor yang membentuk faktor aspek sumber daya manusia. Nilai *initial eigenvalue* untuk masing-masing komponen secara lengkapnya dapat dilihat pada lampiran 4.
- f. Berdasarkan grafik *Scree Plot*, terlihat bahwa hanya 1 komponen yang memiliki nilai *eigenvalues* yang lebih besar dari 1 yaitu 5.219 dengan persentase kumulatif sebesar 47.44%, sedangkan 10 komponen lainnya memiliki nilai *eigenvalues* yang kurang dari 1. Adapun Grafik *scree plot* nampak pada gambar berikut.

Gambar 5.7. Grafik Scree Plot Aspek Sumber Daya Manusia



Sumber : Lampiran 4

- f. Nilai pada *Component Matrix*, menunjukkan *factor loading*, atau besar korelasi antara masing-masing indikator dengan faktor yang terbentuk. Berdasarkan nilai *Loading Factor*nya, maka dapat diketahui bahwa faktor yang terbentuk dengan menggunakan metode *Principal Component Analysis (CFA)* terbentuk 1 faktor yang dapat mewakili faktor aspek sumber daya manusia. Indikator-indikator tersebut adalah G2, G3, G4, G5, G8, G9, G10, G17, G18, G19, dan G20.

Secara lebih jelas, *factor loading*, atau besarnya korelasi antara suatu indikator dengan faktor yang terbentuk dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5.41 Nilai Loading Factor Indikator Faktor Aspek Sumber Daya Manusia

Indikator	Loading Factor
G2	0.508
G3	0.672
G4	0.696
G5	0.765
G8	0.827
G9	0.818
G10	0.799
F17	0.661
G19	0,628
G20	0,628

Sumber : Lampiran 4

Berdasarkan tabel di atas, maka terdapat 10 indikator yang valid digunakan untuk mengukur faktor aspek sumber daya manusia sebagai berikut :

G2 : Perlunya kepemimpinan untuk mengatur aktivitas.

G3 : Pengalaman sangat dibutuhkan dalam usaha ini.

G4 : Pengalaman berusaha dapat mengatasi situasi yang cepat berubah.

G5 : Pengalaman berusaha seseorang berbeda dan hanya berlaku buat dirinya sendiri sendiri sehingga sulit ditiru orang lain.

G8 : Keahlian dan keterampilan tenaga kerja

G9 : Perlunya ketekunan dan keahlian tenaga kerja

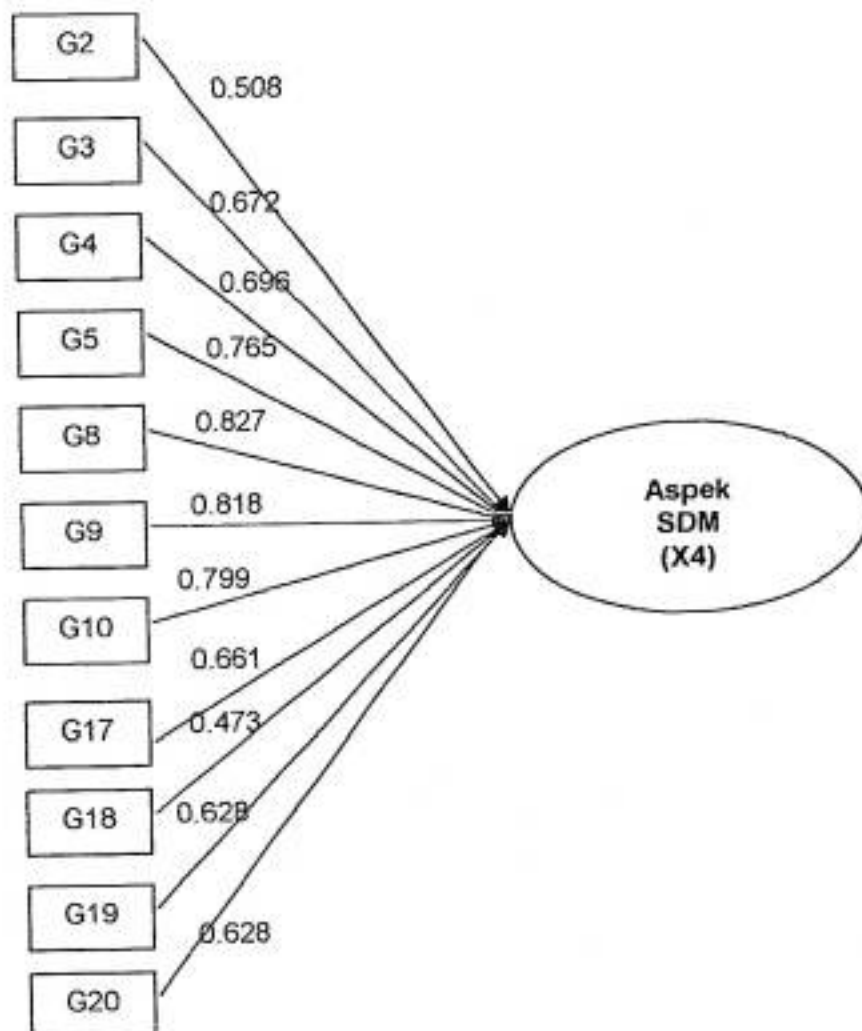
G10 : Perlunya peningkatan keterampilan

G17 : Saya menjalankan usaha ini karena malu apabila menganggur.

G19 : Lama berusaha dan kemampuan berusaha

G20 : Umur pekerja dan tingkat produktivitas.

Berdasarkan hasil pengujian analisis faktor dengan menggunakan metode *Confirmatory Factor Analysis* akhirnya dapat diketahui bahwa di antara 20 indikator yang digunakan sebagai indikator faktor aspek sumber daya manusia, hanya 10 indikator yang valid membentuk faktor aspek sumber daya manusia. Model pengukuran yang dihasilkan dengan menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* ditunjukkan oleh gambar berikut.



Gambar 5.8. Pengujian Faktor Aspek Sumber Daya Manusia Dengan *Confirmatory Factor Analysis*

Berdasarkan gambar di atas, Dari 11 indikator yang membentuk variabel aspek sumber daya manusia, ternyata indikator G8 memiliki nilai *loading factor* yang paling tinggi yaitu sebesar 0.827 dibandingkan dengan nilai indikator yang lain. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa indikator G8 (Pelayanan terhadap pembeli memerlukan keahlian dan keterampilan tertentu) sangat mempengaruhi variabel aspek sumber daya manusia dibandingkan dengan indikator lainnya, karena nilai korelasinya lebih tinggi terhadap faktor yang terbentuk.

5.3.5 Analisis Faktor Aspek Kewirausahaan (X5)

Untuk mengetahui indikator apa saja yang membentuk faktor aspek kewirausahaan dari 15 indikator yang digunakan untuk mengukur aspek kewirausahaan, maka digunakan analisis faktor dengan metode *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*. Berdasarkan hasil analisis faktor terhadap aspek kewirausahaan dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS versi 11.00 (Lihat lampiran 2) dapat dilakukan analisis sebagai berikut :

- a. Nilai K-M-O *Measure of Sampling Adequacy (MSA)* adalah 0.846. Oleh karena angka MSA diatas 0,5 maka ke 15 indikator tersebut dapat diproses lebih lanjut. Kesimpulan yang sama dapat dilihat pula pada angka KMO dan Bartlett's Test (yang ditampakkan dengan angka *Chi-Square* sebesar 1229.66 dengan signifikansi 0,000. Secara lebih jelas

nilai K-M-O *Measure of Sampling Adequacy* (MSA) dan Bartlett's Test of Sphericity dapat ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel 5.42 Nilai KMO dan Barlett's Test Faktor Aspek Kewirausahaan

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.846
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1229.660
	df	36
	Sig.	.000

Sumber : Lampiran 4

- b. Pada *Anti Image Correlation*, terlihat bahwa sejumlah angka yang membentuk diagonal yang bertanda "a" yang menandakan besaran MSA untuk ke 15 indikator berada pada kisaran di atas angka 0.5 yang berarti bahwa indikator aspek kewirausahaan tersebut valid dan bisa dilanjutkan pada proses selanjutnya. Karena dalam penelitian ini menggunakan metode *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*, maka hanya ada 1 Faktor yang terbentuk. Sehingga untuk membentuk 1 faktor yang dapat mewakili variabel aspek kewirausahaan, maka proses *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* dilakukan secara terus menerus dengan mengeluarkan nilai indikator yang memiliki MSA yang terkecil, sampai terbentuk 1 faktor yang mewakili variabel aspek kewirausahaan. Adapun nilai MSA untuk masing-masing indikator

nilai K-M-O *Measure of Sampling Adequacy* (MSA) dan Bartlett's Test of Sphericity dapat ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel 5.42 Nilai KMO dan Barlett's Test Faktor Aspek Kewirausahaan

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.846
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1229.660
	df	36
	Sig.	.000

Sumber : Lampiran 4

- b. Pada *Anti Image Correlation*, terlihat bahwa sejumlah angka yang membentuk diagonal yang bertanda "a" yang menandakan besaran MSA untuk ke 15 indikator berada pada kisaran di atas angka 0.5 yang berarti bahwa indikator aspek kewirausahaan tersebut valid dan bisa dilanjutkan pada proses selanjutnya. Karena dalam penelitian ini menggunakan metode *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*, maka hanya ada 1 Faktor yang terbentuk. Sehingga untuk membentuk 1 faktor yang dapat mewakili variabel aspek kewirausahaan, maka proses *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* dilakukan secara terus menerus dengan mengeluarkan nilai indikator yang memiliki MSA yang terkecil, sampai terbentuk 1 faktor yang mewakili variabel aspek kewirausahaan. Adapun nilai MSA untuk masing-masing indikator

yang dinyatakan valid dan mewakili variabel aspek kewirausahaan secara terperinci dapat dilihat pada lampiran 2.

- c. Nilai *communalities* masing-masing indikator yang valid yang mewakili variabel aspek kewirausahaan adalah sebagai berikut :
- a. indikator H2, nilainya adalah 0.437; hal ini berarti sekitar 43.7 % varians dari indikator H2 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.
 - b. indikator H4, nilainya adalah 0.433; hal ini berarti sekitar 43.3% varians dari indikator H4 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.
 - c. indikator H5, nilainya adalah 0.507; hal ini berarti sekitar 50.7% varians dari indikator H5 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.
 - d. indikator H7, nilainya adalah 0.497; hal ini berarti sekitar 49.7% varians dari indikator H7 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.
 - e. indikator H10, nilainya adalah 0.488; hal ini berarti sekitar 48.8% varians dari indikator H10 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.
 - f. indikator H11, nilainya adalah 0.268; hal ini berarti sekitar 26.8% varians dari indikator H11 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.

- g. indikator H12, nilainya adalah 0.469; hal ini berarti sekitar 46.9% varians dari indikator H12 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.
- h. indikator H14, nilainya adalah 0.336; hal ini berarti sekitar 33.6% varians dari indikator H14 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.
- i. indikator H15, nilainya adalah 0.318; hal ini berarti sekitar 31.8% varians dari indikator H15 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.

Sedangkan indikator yang dikeluarkan setelah melalui proses *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* adalah indikator H1, H3, H6, H8, H9, dan H13. Adapun nilai *communalities* untuk masing-masing indikator yang mewakili aspek kewirausahaan dapat dilihat pada tabel berikut.

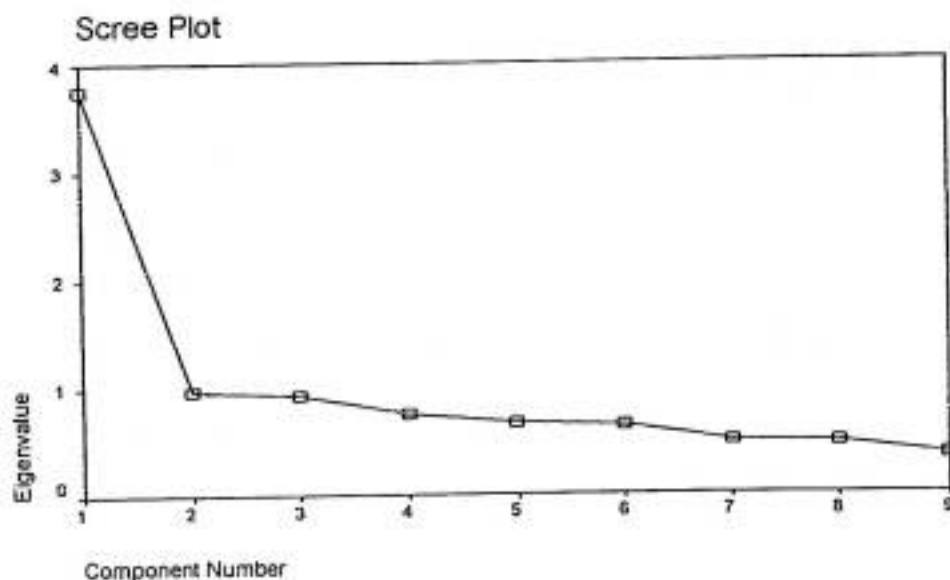
Tabel 5.43. Nilai Communalities Faktor Aspek Kewirausahaan

Indikator	Initial	Extraction
H2	1.000	0.437
H4	1.000	0.433
H5	1.000	0.507
H7	1.000	0.497
H10	1.000	0.488
H11	1.000	0.268
H12	1.000	0.469
H14	1.000	0,336
H15	1.000	0,318

Sumber : Lampiran 4

- d. Berdasarkan nilai *initial eigenvalue*, nampak bahwa terdapat 1 komponen yang memiliki nilai initial eigenvalues diatas 1, hal ini berarti bahwa dari 15 indikator yang digunakan, setelah dilakukan ekstraksi dengan menggunakan metode *Principal Component Analysis (CFA)*, maka terbentuk 1 faktor yang membentuk faktor aspek kewirausahaan. Nilai *initial eigenvalue* untuk masing-masing komponen secara lengkapnya dapat dilihat pada lampiran 4.
- e. Berdasarkan grafik *Scree Plot*, terlihat bahwa hanya 1 komponen yang memiliki nilai *eigenvalues* yang lebih besar dari 1 yaitu 3.753 dengan persentase kumulatif sebesar 41.70%, sedangkan 8 komponen lainnya memiliki nilai *eigenvalues* yang kurang dari 1. Adapun Grafik *scree plot* nampak pada gambar berikut.

Gambar 5.9 Scree Plot Aspek Kewirausahaan



Sumber : Lampiran 4

- f. Nilai pada *Component Matrix*, menunjukkan *factor loading*, atau besar korelasi antara masing-masing indikator dengan faktor yang terbentuk. Berdasarkan nilai *Loading Factor*nya, maka dapat diketahui bahwa faktor yang terbentuk dengan menggunakan metode *Principal Component Analysis (CFA)* terbentuk 1 faktor yang dapat mewakili faktor aspek kewirausahaan. Indikator-indikator tersebut adalah H2, H4, H5, H7, H10, H11, H12, H14, dan H15.

Secara lebih jelas, *factor loading*, atau besarnya korelasi antara suatu indikator dengan faktor yang terbentuk dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5.44. Nilai Loading Factor Indikator Faktor Aspek Kewirausahaan

Indikator	Loading Factor
H2	0,661
H4	0,658
H5	0,712
H7	0,705
H10	0,698
H11	0,517
H12	0,685
H14	0,579
H15	0,563

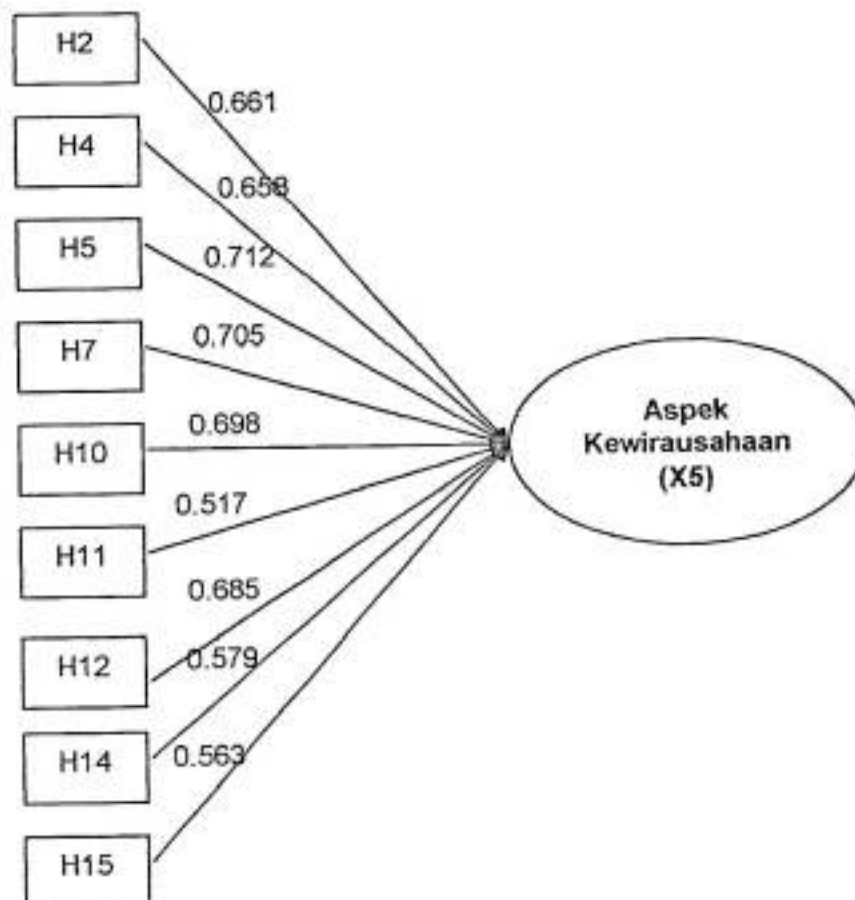
Sumber : Lampiran 4

Berdasarkan tabel di atas, maka terdapat 9 indikator yang valid digunakan untuk mengukur variabel aspek kewirausahaan sebagai berikut :

H2 : Diperlukan keberanian mengambil risiko.

- H4 : Keberhasilan usaha tergantung tempat usaha, bidang usaha dan dukungan dari keluarga.
- H5 : Motivasi untuk lebih maju.
- H7 : Dukungan keluarga dalam berusaha
- H10: Menciptakan kelebihan-kelebihan dari barang/jasa untuk memenangkan persaingan.
- H11 : Membuka usaha sampingan yang dapat mendukung pengembangan usaha
- H12 : Mitra usaha dengan kerabat
- H14 : Mempertimbangkan usul bawahan dalam pengambilan keputusan
- H15 : Berusaha membuka usaha yang lebih berprospek

Berdasarkan hasil pengujian analisis faktor dengan menggunakan metode *Confirmatory Factor Analysis* akhirnya dapat diketahui bahwa di antara 15 indikator yang digunakan sebagai indikator faktor aspek kewirausahaan, hanya 9 indikator yang valid membentuk faktor aspek kewirausahaan. Model pengukuran yang dihasilkan dengan menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* ditunjukkan oleh gambar berikut.



Gambar 5.10 Pengujian Faktor Aspek Kewirausahaan Dengan *Confirmatory Factor Analysis*

Berdasarkan gambar di atas, Dari 9 indikator yang membentuk variabel aspek kewirausahaan, ternyata indikator H5 memiliki nilai *loading factor* yang paling tinggi yaitu sebesar 0.507 dibandingkan dengan nilai indikator yang lain. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa indikator H5 (Dalam menekuni usaha ini diperlukan dorongan untuk lebih maju) sangat mempengaruhi variabel aspek kewirausahaan dibandingkan dengan indikator lainnya, karena nilai korelasinya lebih tinggi terhadap faktor yang terbentuk.

5.3.5 Analisis Faktor Aspek Kinerja (Y)

Untuk mengetahui indikator apa saja yang membentuk faktor aspek kinerja dari 10 indikator yang digunakan untuk mengukur aspek kinerja maka digunakan analisis faktor dengan metode *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Berdasarkan hasil analisis faktor terhadap aspek kinerja dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS versi 11.00 (Lihat lampiran 2) dapat dilakukan analisis sebagai berikut :

- a. Nilai K-M-O *Measure of Sampling Adequacy* (MSA) adalah 0.789. Oleh karena angka MSA diatas 0,5 maka ke 10 indikator tersebut dapat diproses lebih lanjut. Kesimpulan yang sama dapat dilihat pula pada angka KMO dan Bartlett's Test (yang ditampakkan dengan angka *Chi-Square* sebesar 540.127 dengan signifikansi 0,000. Secara lebih jelas nilai K-M-O *Measure of Sampling Adequacy* (MSA) dan Bartlett's Test of Sphericity dapat ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel . 5.45 Nilai KMO dan Barlett's Test Faktor Aspek Kinerja

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.789
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	540.127
	df	15
	Sig.	.000

Sumber : Lampiran 4

- b. Pada *Anti Image Correlation*, terlihat bahwa sejumlah angka yang membentuk diagonal yang bertanda "a" yang menandakan besaran MSA untuk ke 10 indikator berada pada kisaran di atas angka 0.5 yang berarti bahwa indikator aspek kinerja tersebut valid dan bisa dilanjutkan pada proses selanjutnya. Karena dalam penelitian ini menggunakan metode *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*, maka hanya ada 1 Faktor yang terbentuk. Sehingga untuk membentuk 1 faktor yang dapat mewakili variabel aspek kinerja, maka proses *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* dilakukan secara terus menerus dengan mengeluarkan nilai indikator yang memiliki MSA yang terkecil, sampai terbentuk 1 faktor yang mewakili variabel aspek kinerja. Adapun nilai MSA untuk masing-masing indikator yang dinyatakan valid dan mewakili variabel aspek kinerja secara terperinci dapat dilihat pada lampiran 2.
- c. Nilai *communalities* masing-masing indikator yang valid yang mewakili variabel aspek kinerja adalah sebagai berikut :
- a. indikator C1, nilainya adalah 0.554; hal ini berarti sekitar 55.4 % varians dari indikator C1 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.
 - b. indikator C3, nilainya adalah 0.698; hal ini berarti sekitar 69.8% varians dari indikator C3 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.



- c. indikator C4, nilainya adalah 0.608; hal ini berarti sekitar 60.8% varians dari indikator C4 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.
- d. indikator C5, nilainya adalah 0.652; hal ini berarti sekitar 65.2% varians dari indikator C5 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.
- e. indikator C6, nilainya adalah 0.232; hal ini berarti sekitar 23.2% varians dari indikator C6 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.
- f. indikator C10, nilainya adalah 0.086; hal ini berarti sekitar 8.6% varians dari indikator C10 dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.

Sedangkan indikator yang dikeluarkan setelah melalui proses *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* adalah indikator C2, C7, C8, dan C9. Adapun nilai *communalities* untuk masing-masing indikator yang mewakili aspek Kinerja dapat dilihat pada tabel berikut.

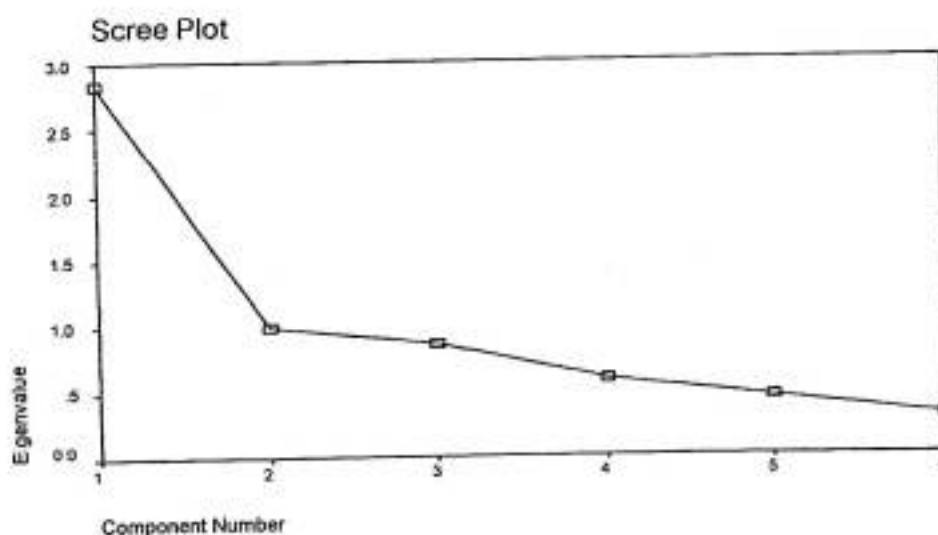
Tabel 5.46 Nilai Communalities Faktor Aspek Kinerja

Indikator	Initial	Extraction
C1	1.000	0.554
C3	1.000	0.698
C4	1.000	0.608
C5	1.000	0.652
C6	1.000	0.232
C10	1.000	8,656E-02

Sumber : Lampiran 4

1. Berdasarkan nilai *initial eigenvalue*, nampak bahwa terdapat 1 komponen yang memiliki nilai *initial eigenvalues* diatas 1, hal ini berarti bahwa dari 10 indikator yang digunakan, setelah dilakukan ekstraksi dengan menggunakan metode *Principal Component Analysis (CFA)*, maka terbentuk 1 faktor yang membentuk faktor aspek kinerja. Nilai *initial eigenvalue* untuk masing-masing komponen secara lengkapnya dapat dilihat pada lampiran 2.
- e. Berdasarkan grafik *Scree Plot*, terlihat bahwa hanya 1 komponen yang memiliki nilai *eigenvalues* yang lebih besar dari 1 yaitu 2.830 dengan persentase kumulatif sebesar 47.17%, sedangkan 5 komponen lainnya memiliki nilai *eigenvalues* yang kurang dari 1. Adapun Grafik *scree plot* nampak pada gambar berikut.

Gambar 5.11. Grafik Scree Plot Faktor Aspek Kinerja



Sumber : Lampiran 4

Nilai pada *Component Matrix*, menunjukkan *factor loading*, atau besar korelasi antara masing-masing indikator dengan faktor yang terbentuk. Berdasarkan nilai *Loading Factor*-nya, maka dapat diketahui bahwa faktor yang terbentuk dengan menggunakan metode *Principal Component Analysis (CFA)* terbentuk 1 faktor yang dapat mewakili faktor aspek kinerja. Indikator-indikator tersebut adalah C1, C3, C4, C5, C6, dan C10.

Secara lebih jelas, *factor loading*, atau besarnya korelasi antara suatu indikator dengan faktor yang terbentuk dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5.47 Nilai Loading Factor Indikator Faktor Aspek Kinerja

Indikator	Loading Factor
C1	0,744
C3	0.835
C4	0.780
C5	0.807
C6	0.481
C10	0.294

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan tabel di atas, maka terdapat 6 indikator yang valid digunakan untuk mengukur variabel aspek kinerja usaha sektor informal sebagai berikut :

C1 : Modal awal sewaktu memulai usaha

C3 : Jumlah modal sekarang

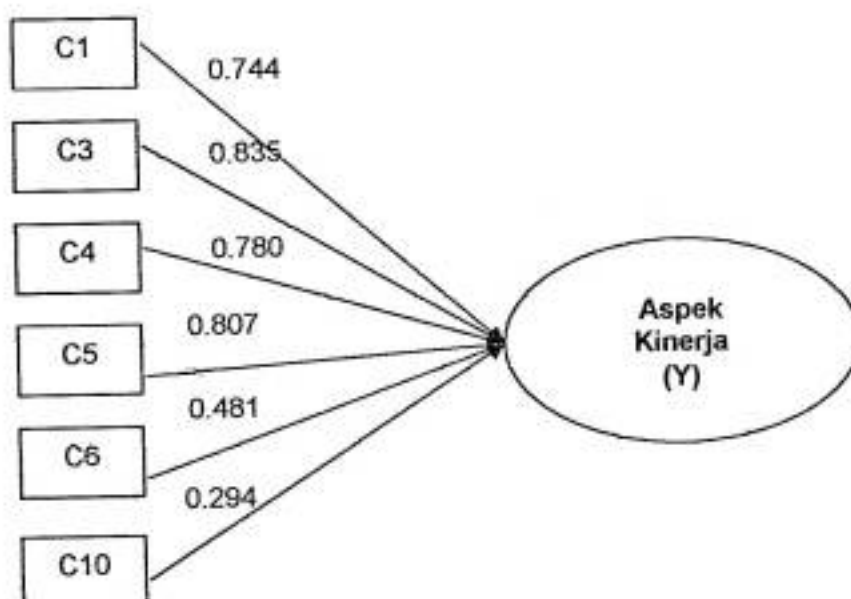
C4 : Rata-rata omzet perhari

C5 : Jumlah pengeluaran pengadaan barang.

C6 : Biaya retribusi

C10 : Sumber modal pinjaman

Berdasarkan hasil pengujian analisis faktor dengan menggunakan metode *Confirmatory Factor Analysis* akhirnya dapat diketahui bahwa di antara 10 indikator yang digunakan sebagai indikator faktor aspek kinerja, hanya 6 indikator yang valid membentuk faktor aspek kinerja. Model pengukuran yang dihasilkan dengan menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* ditunjukkan oleh gambar berikut.



Gambar 5.12. Pengujian Faktor Aspek Kinerja Dengan *Confirmatory Factor Analysis*

Berdasarkan gambar di atas, dari 6 indikator yang membentuk variabel aspek kinerja, ternyata indikator C3 dan C5 yang memiliki nilai *loading factor* yang paling tinggi yaitu masing-masing sebesar 0.835 dan 0.807 dibandingkan dengan nilai indikator yang lain. Dengan demikian dapat

dikatakan bahwa indikator C3 (Jumlah modal sekarang yang dimiliki) dan C5 (Jumlah pengeluaran untuk pengadaan barang) sangat mempengaruhi variabel aspek kinerja jika dibandingkan dengan indikator lainnya, karena nilai korelasinya lebih tinggi terhadap faktor yang terbentuk.

5.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini faktor aspek kinerja sebagai variabel dependen (Y), sedangkan variabel independennya terdiri dari aspek keuangan (X1), aspek lingkungan (X2), aspek pemasaran (X3), aspek sumber daya manusia (X4), dan aspek kewirausahaan (X5). Hasil perhitungan regresi berganda dengan menggunakan program SPSS versi 11.00 tampak pada tabel berikut.

Tabel 5.48 Ringkasan Hasil Analisis Regresi Berganda

Variabel	Koefisien Regresi (β)	t-hitung	Prob.	Peringkat
Constanta	2.96-07	0.000	1.000	-
Aspek Keuangan	0.270	8.200	0.009	III
Aspek Lingkungan	0.127	4.391	0.000	IV
Aspek pemasaran	0.312	8.400	0.000	II
Aspek SDM	0.119	2.746	0.006	V
Aspek Kewirausahaan	0.432	12.348	0.000	I
	F_{hitung} = 473.67 F_{tabel} = 3,0846 t_{tabel} = 1,9828 R Square = 0.826	Sig. = 0,000 Adjusted R Square = 0.825 n = 504		

Sumber : Lampiran 6

Berdasarkan ringkasan hasil analisis regresi seperti terlihat pada tabel di atas, maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 0,000000296 + 0.270 X1 + 0.127 X2 + 0.312 X3 + 0.119 X4 + 0.432 X5$$

Dari persamaan tersebut, dapat dijelaskan yaitu : (1) setiap kenaikan 1 unit aspek keuangan akan menaikkan kinerja sebesar 0,270 unit; (2) setiap kenaikan 1 unit aspek lingkungan akan menaikkan kinerja sebesar 0,127 unit; (3) setiap kenaikan 1 unit aspek pemasaran akan menaikkan kinerja sebesar 0,312 unit; (4) setiap kenaikan 1 unit aspek sumber daya manusia akan menaikkan kinerja sebesar 0,119 unit; (5) setiap kenaikan 1 unit aspek kewirausahaan akan menaikkan kinerja sebesar 0,432 unit.

Selanjutnya persamaan tersebut menunjukkan bahwa koefisien regresi (β) mempunyai nilai positif dan signifikan pada $p \leq 0,05$ untuk semua variabel bebasnya. Hal ini berarti bahwa semua variabel bebas dalam penelitian ini yang terdiri dari aspek keuangan (X1), aspek lingkungan (X2), aspek pemasaran (X3), aspek sumber daya manusia (X4), dan aspek kewirausahaan (X5) berpengaruh signifikan terhadap variabel aspek kinerja (Y) baik secara serentak maupun secara parsial.

Besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu aspek keuangan (X1), aspek lingkungan (X2), aspek pemasaran (X3), aspek

sumber daya manusia (X4), dan aspek kewirausahaan (X5) terhadap variabel terikat yaitu kinerja (Y), berdasarkan peringkat dari yang paling besar sampai yang paling kecil berturut-turut adalah aspek kewirausahaan, aspek pemasaran, aspek keuangan, aspek lingkungan, dan aspek sumber daya manusia.

Nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan angka 0.826 atau 82.6%. Hal ini berarti bahwa 82.6% variasi naik turunnya variabel aspek kinerja usaha sektor informal mampu dijelaskan oleh variasi variabel aspek keuangan (X1), aspek lingkungan (X2), aspek pemasaran (X3), aspek sumber daya manusia (X4), dan aspek kewirausahaan (X5). Sedangkan sisanya sebesar $100 - 82,6 = 17,4\%$ dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

5.4.1 Uji Serentak (Uji-F)

Uji-F digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh antara variabel bebas yang terdiri dari aspek keuangan (X1), aspek lingkungan (X2), aspek pemasaran (X3), aspek sumber daya manusia (X4), dan aspek kewirausahaan (X5) terhadap aspek kinerja (Y). Uji-F dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} pada taraf signifikansi 0,05. Berdasarkan hasil perhitungan regresi linear berganda pada tabel di atas, nampak bahwa nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} ($473.67 > 3,1001$)

dengan probabilitas terjadinya kesalahan F_{hitung} lebih kecil dari taraf kesalahan (α) yang ditetapkan yaitu $0,000 < 0,05$.

Hasil ini membuktikan bahwa variabel bebas dalam penelitian ini yang terdiri atas aspek keuangan (X1), aspek lingkungan (X2), aspek pemasaran (X3), aspek sumber daya manusia (X4), dan aspek kewirausahaan (X5) secara serentak atau simultan berpengaruh pada peningkatan kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan.

5.4.2 Uji Parsial (Uji-t)

Uji-t digunakan untuk menguji hipotesis 1, 2, 3, 4, dan 5 dalam penelitian ini, yakni melihat signifikansi pengaruh masing-masing variabel bebas yang terdiri dari aspek keuangan (X1), aspek lingkungan (X2), aspek pemasaran (X3), aspek sumber daya manusia (X4), dan aspek kewirausahaan (X5) terhadap variabel aspek kinerja (Y) secara parsial, kemudian menentukan variabel yang mempunyai pengaruh yang paling besar (dominan).

Uji-t dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} pada taraf signifikansi 0,05. Berdasarkan ringkasan hasil perhitungan regresi linear berganda pada tabel di atas, maka pengujian hipotesis secara parsial dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5.49. Pengujian Secara Parsial Variabel X1, X2, X3, X4, dan X5 Terhadap Y

Variabel	t- hitung	Kriteria Penerimaan Ha ($t_{hitung} > 1,9828$)	Prob.	Ket.
Aspek Keuangan	8.200	Tolak Ho, terima Ha	0.009	Signifikan
Aspek Lingkungan	4.391	Tolak Ho, terima Ha	0.000	Signifikan
Aspek pemasaran	8.400	Tolak Ho, terima Ha	0.000	Signifikan
Aspek SDM	2.746	Tolak Ho, terima Ha	0.006	Signifikan
Aspek Kewirausahaan	12.348	Tolak Ho, terima Ha	0.000	Signifikan

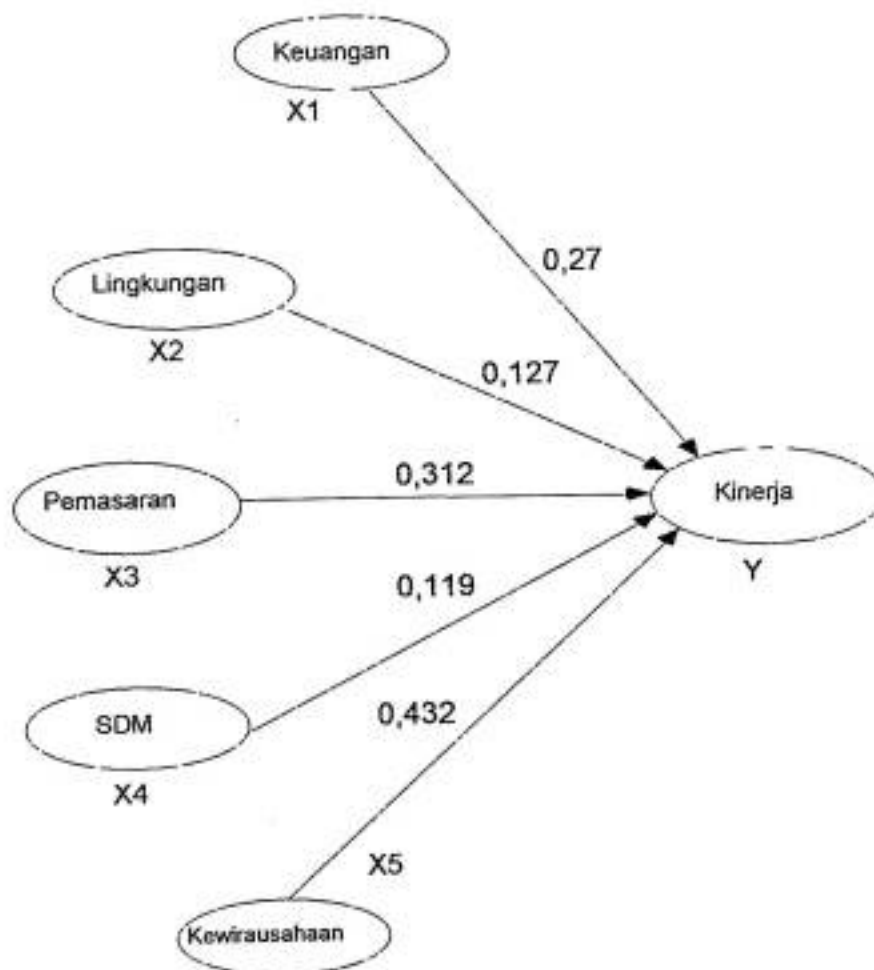
Sumber : Lampiran 6

Tabel 5.49 di atas menunjukkan bahwa secara parsial, semua variabel bebas yaitu variabel aspek keuangan (X1) aspek lingkungan (X2), aspek pemasaran (X3), aspek sumber daya manusia (X4), dan aspek kewirausahaan (X5) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel aspek kinerja (Y). Hal ini dapat dilihat pada nilai t_{hitung} yang lebih besar dari nilai t_{tabel} dari masing-masing variabel bebas.

Selanjutnya variabel bebas yang mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap variabel aspek kinerja (Y) adalah variabel yang memiliki nilai t_{hitung} yang paling besar atau nilai koefisien parsial yang paling besar jika dibandingkan dengan variabel bebas yang lain. Berdasarkan tabel di atas, nilai t_{hitung} yang paling besar dan koefisien yang paling besar ada pada variabel aspek kewirausahaan (X5), yaitu sebesar 12,348 dan 0,432.

Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa variabel aspek kewirausahaan (X5) mempunyai pengaruh yang sangat dominan terhadap variasi naik turunnya kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan.

Untuk lebih jelasnya, pengaruh variabel aspek keuangan, aspek lingkungan, aspek pemasaran, aspek sumber daya manusia, dan aspek kewirausahaan terhadap kinerja sektor informal di Sulawesi Selatan dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 5.13 Hubungan aspek keuangan, lingkungan, pemasaran, SDM, dan kewirausahaan terhadap kinerja

BAB VI
PEMBAHASAN

6.1 Pengaruh Aspek Keuangan, Aspek Lingkungan, Aspek Pemasaran, Aspek Sumber Daya Manusia, Aspek Kewirausahaan terhadap Kinerja

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang disajikan dalam tabel 5.48 dan 5.49 dapat dijelaskan sebagai berikut :

Hipotesis pertama, yang menyatakan bahwa variabel aspek keuangan mempunyai pengaruh langsung terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan telah terbukti.

Hipotesis kedua, yang menyatakan bahwa variabel aspek lingkungan mempunyai pengaruh langsung terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan telah terbukti.

Hipotesis ketiga, yang menyatakan bahwa variabel aspek pemasaran mempunyai pengaruh langsung terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan telah terbukti.

Hipotesis keempat, yang menyatakan bahwa variabel aspek sumber daya manusia mempunyai pengaruh langsung terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan telah terbukti.

Hipotesis kelima, yang menyatakan bahwa variabel aspek kewirausahaan mempunyai pengaruh langsung terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan telah terbukti.

a. Pengaruh Aspek Keuangan Terhadap Kinerja

Untuk menjawab rumusan masalah pertama, dapat diamati dari hasil analisis regresi linier berganda yang tampak pada tabel 5.48. Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa variabel aspek keuangan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai signifikansi (Sig. = 0.009) yang lebih besar daripada $\alpha = 0.05$ yang disyaratkan. Selain itu dapat pula dilihat dari nilai t_{hitung} yang lebih besar dari nilai t_{tabel} ($8.200 > 1.9828$).

Dari hasil tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa aspek keuangan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan. Berdasarkan hal tersebut, berarti bahwa hipotesis I yang diajukan bahwa aspek keuangan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan adalah terbukti atau didukung oleh fakta empiris.

Indikator variabel aspek keuangan yang berpengaruh terhadap kinerja dalam penelitian ini meliputi 8 indikator, berturut-turut yaitu: modal sendiri; penjualan; tingkat keuntungan dan akumulasi modal; membedakan pengeluaran pribadi/keluarga dari pengeluaran usaha; akumulasi keuntungan yang besar digunakan untuk menambah asset/harta; membedakan besarnya uang yang dimiliki untuk keperluan

modal kerja dan pembelian alat-alat; penghematan untuk menekan pengeluaran pribadi; dan ekspansi usaha.

Berdasarkan hasil analisis faktor, dari 15 indikator yang digunakan untuk mengukur variabel aspek keuangan, hanya 8 indikator yang valid digunakan. Kemudian indikator yang dikeluarkan dalam model berturut-turut adalah D1, D2, D7, D8, D10, D13 dan D15. Untuk indikator yang valid dengan melihat nilai *loading factor* pada matriks komponen faktor (*component matrix*), dapat diketahui pengaruh masing-masing indikator terhadap variabel aspek keuangan yaitu indikator D3 (50.5%), D4 (70.3%), D5 (78.1%), D6 (70.7%), D9 (69.5%), D11 (80.5%), D12 (67.6%) dan D14 (52.8%). Indikator yang sangat dominan mempengaruhi aspek keuangan adalah indikator yang mempunyai nilai *loading factor* tertinggi yaitu indikator (D11) sebesar 0,805 atau 80.5%. Dimana persepsi responden dalam membedakan besarnya uang yang dimiliki untuk keperluan modal kerja dan pembelian alat-alat (modal investasi) sangat dominan pengaruhnya terhadap aspek keuangan, jika dibandingkan dengan indikator lainnya yang valid.

Hasil analisis di atas membuktikan bahwa dalam berusaha perlu membedakan modal kerja dan modal investasi, karena hal ini sangat menentukan kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan. Satu pedoman yang dapat dijadikan patokan oleh usaha sektor informal dalam hal meminjam dana adalah profit margin harus lebih besar dari tingkat

bunga pinjaman, dan besarnya cicilan juga harus lebih kecil dari saldo minimum terakhir. Karena pengembangan usaha sektor informal akan sangat tergantung kemampuannya di dalam mengakumulasi modal (dana investasi) yang diperoleh dari keuntungan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian PAU-FE UGM (1997) bahwa modal merupakan kebutuhan pertama usaha sektor informal yang harus dipecahkan dalam pemberdayaan dirinya. Meskipun modal bukan merupakan satu-satunya faktor yang membuat usaha sektor informal sulit berkembang, kemudian ternyata 65% responden menyatakan prioritas pertama dalam berusaha adalah modal.

b. Pengaruh Aspek Lingkungan Terhadap Kinerja

Untuk menjawab rumusan masalah kedua, dapat diamati dari hasil analisis regresi linier berganda yang tampak pada tabel 5.48. Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa variabel aspek lingkungan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai signifikansi (Sig. = 0.000) yang lebih kecil daripada $\alpha = 0.05$ yang disyaratkan. Selain itu dapat pula dilihat dari nilai t_{hitung} yang lebih besar dari nilai t_{tabel} ($4.931 > 1.9828$).

Dari hasil tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa aspek lingkungan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha

sektor informal di Sulawesi Selatan. Berdasarkan hal tersebut, berarti bahwa hipotesis II yang diajukan bahwa aspek lingkungan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan adalah terbukti atau didukung oleh fakta empiris.

Indikator variabel aspek lingkungan yang valid dan berpengaruh terhadap kinerja dalam penelitian ini meliputi 7 indikator yaitu: fasilitas transportasi yang dimiliki; tempat berjualan yang permanen; berusaha menjual pada tempat yang berada pada pusat-pusat keramaian; ketepatan dalam menerima barang; kemudahan dalam memperoleh barang; selalu memperhatikan apa-apa yang sangat diperlukan oleh langganan; dan cuaca/musim sangat mempengaruhi volume penjualan.

Berdasarkan hasil analisis faktor, dari 18 indikator yang digunakan untuk mengukur variabel aspek lingkungan hanya 7 indikator yang valid digunakan. Selanjutnya indikator yang dikeluarkan adalah E8, E9, E10, E11, E12, E13, E14, E15, E16, E17, dan E18. Untuk indikator yang valid dengan melihat nilai *loading factor* pada matriks komponen faktor (*component matrix*), dapat diketahui pengaruh masing-masing indikator terhadap variabel aspek keuangan yaitu indikator E1 (55.3%), E2 (63.3%), E3 (76.8%), E4 (60.4%), E5 (65.1%), E6 (56,7%), dan E7 (61.7%). Indikator variabel yang sangat dominan mempengaruhi aspek lingkungan adalah indikator yang mempunyai nilai *loading factor* tertinggi yaitu indikator (E3) sebesar 0,768 atau 76,8 %. Dengan demikian dapat

diketahui bahwa responden mempresepsikan bahwa akan selalu berusaha menjual pada tempat yang berada pada pusat-pusat keramaian sangat dominan mempengaruhi variabel aspek lingkungan.

Hasil analisis di atas, membuktikan bahwa keberadaan usaha sektor informal pada umumnya menyebar di tempat keramaian jalan-jalan utama (strategis) yang seringkali menimbulkan kesemrawutan kota dan ketidaknyamanan pejalan kaki maupun pengemudi kendaraan. Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Vernoon (1999) bahwa lingkungan adalah jumlah dari keseluruhan faktor ekstern yang mempengaruhi individu atau masyarakat termasuk didalamnya usaha sektor informal hal mana faktor ekstern yang meliputi lingkungan mereka tempat berjualan yang selalu mencari tempat keramaian.

c. Pengaruh Aspek Pemasaran Terhadap Kinerja

Untuk menjawab rumusan masalah ketiga, dapat diamati dari hasil analisis regresi linier berganda yang tampak pada tabel 5.48. Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa variabel aspek pemasaran mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai signifikansi (Sig. = 0.000) yang lebih kecil daripada $\alpha = 0.05$ yang disyaratkan. Selain itu dapat pula dilihat dari nilai t_{hitung} yang lebih besar dari nilai t_{tabel} ($8,400 > 1.9828$).

Dari hasil tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa aspek pemasaran mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan. Berdasarkan hal tersebut, berarti bahwa hipotesis III yang diajukan bahwa aspek pemasaran mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan adalah terbukti atau didukung oleh fakta empiris.

Variabel aspek pemasaran yang valid dalam penelitian ini meliputi 8 indikator yang secara berturut-turut yaitu : penawaran barang dari pelanggan cukup selalu tersedia; harga sangat berpengaruh dalam kelancaran penjualan barang; barang yang dijual diperlukan pengenalan ke calon pembeli; dalam menjual biasanya diperhatikan saran dan keluhan pembeli; para pembeli seharusnya diberikan perlakuan khusus untuk memahami keinginannya; tingkat persediaan barang; kegiatan promosi kepada calon pembeli; dan kemungkinan untuk mencari pasar yang baru.

Berdasarkan hasil analisis faktor, dari 16 indikator yang digunakan untuk mengukur variabel aspek pemasaran, hanya 8 indikator yang valid digunakan, indikator yang dikeluarkan adalah F1, F2, F5, F6, F9, F11, F13, dan F15. Untuk indikator yang valid dengan melihat nilai *loading factor* pada matriks komponen faktor (*component matrix*), dapat diketahui pengaruh masing-masing indikator terhadap variabel aspek pemasaran yaitu indikator F3 (68,3%), F4 (72,0%), F7 (55,5%), F8

(60,4%), F10 (67,3%), F12 (61,5%), F14 (69,1%) dan F16 (62,5%).. Indikator yang sangat dominan mempengaruhi aspek pemasaran adalah indikator yang mempunyai nilai *loading factor* tertinggi yaitu indikator (F4) sebesar 0,720 atau 72,0 %. Dengan demikian bahwa responden mempresepsikan bahwa harga sangat berpengaruh dalam kelancaran penjualan barang sangat dominan mempengaruhi aspek pemasaran

Hasil analisis di atas, membuktikan penentuan harga ini merupakan salah satu keputusan yang penting bagi manajemen, dimana harga yang ditetapkan harus dapat menutup semua ongkos, atau bahkan lebih dari itu, yaitu untuk mendapatkan laba, tetapi jika harga ditentukan terlalu tinggi, maka akan berkurang menguntungkan dalam hal ini pembeli akan berkurang, volume penjualan berkurang semua biaya mungkin tidak dapat ditutup dan akhirnya perusahaan akan menderita kerugian Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Amstrong (1999) bahwa bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, distribusi dan promosi merupakan variabel yang dapat dipakai oleh perusahaan sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan perilaku konsumennya.

d. Pengaruh Aspek Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja

Untuk menjawab rumusan masalah keempat, dapat diamati dari hasil analisis regresi linier berganda yang tampak pada tabel 5.48. Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa variabel aspek sumberdaya manusia mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai signifikansi (Sig. = 0.006) yang lebih kecil daripada $\alpha = 0.05$ yang disyaratkan. Selain itu dapat pula dilihat dari nilai t_{hitung} yang lebih besar dari nilai t_{tabel} ($2,748 > 1.9828$).

Dari hasil tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa variabel aspek sumberdaya manusia mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan. Berdasarkan hal tersebut, berarti bahwa hipotesis IV yang diajukan bahwa aspek sumberdaya manusia mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan adalah terbukti atau didukung oleh fakta empiris.

Variabel aspek sumberdaya manusia yang valid dalam penelitian ini meliputi 11 indikator yaitu; perlunya kepemimpinan untuk mengatur aktivitas; pengalaman sangat dibutuhkan dalam usaha ini; pengalaman berusaha dapat mengatasi situasi yang cepat berubah; pengalaman berusaha seseorang berbeda dan hanya berlaku buat dirinya sendiri sendiri sehingga sulit ditiru orang lain; keahlian dan keterampilan tenaga

kerja; perlunya ketekunan dan keahlian tenaga kerja; perlunya peningkatan keterampilan; menjalankan usaha ini karena malu apabila menganggur; lama berusaha dan keamanan berusaha; dan umur pekerja dan tingkat produktivitas.

Berdasarkan hasil analisis faktor, dari 20 indikator yang digunakan untuk mengukur variabel aspek sumberdaya manusia, hanya 10 indikator yang valid digunakan, indikator yang dikeluarkan adalah G1, G6, G7, G11, G12, G13, G14, G15, G16 dan G18,. Untuk indikator yang valid dengan melihat nilai *loading factor* pada matriks komponen faktor (*component matrix*), dapat diketahui pengaruh masing-masing indikator terhadap variabel aspek pemasaran yaitu indikator G2 (50,8%), G3 (67,2%), G4 (69,6%), G5 (76,5%), G8 (82,7%), G9 (81,8%), G10 (79,9%) G17 (66,1%), G19 (62,8%) dan G20 (62,8%),. Indikator yang sangat dominan mempengaruhi variabel aspek sumberdaya manusia adalah indikator yang mempunyai nilai *loading factor* tertinggi yaitu indikator (G8) sebesar 0,827 atau 82,7 %. Dimana responden mempresepsikan pelayanan terhadap pembeli memerlukan keahlian dan keterampilan tertentu mempunyai pengaruh yang sangat dominan terhadap variabel aspek sumberdaya manusia

Hasil analisis di atas, membuktikan bahwa keberhasilan dalam melakukan usaha sangat ditentukan oleh baik tidaknya pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dalam memasarkan produknya.

Pelayanan yang diberikan mencakup pelayanan sewaktu penyerahan produk yang dijual, yang mencakup pelayanan dalam pengangkutan yang ditanggung oleh penjual, jaminan risiko rusaknya barang dalam pengangkutan yang ditanggung oleh penjual, jaminan risiko rusaknya barang dalam perjalanan atau pengangkutan pelayanan purna jual, yang mencakup jaminan atas kerusakan produk dalam jangka waktu tertentu (misalnya 6 bulan) setelah produk dibeli oleh konsumen, perbaikan dan pemeliharaan dari produk itu apabila rusak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Khatri dan Budhwar (2002) yang menyimpulkan bahwa komunikasi diantara pimpinan dan bawahan banyak ditentukan oleh tingkat komunikasi baik formal maupun informal antara pemberi kerja dan pelaksana kegiatan. Hal tersebut banyak ditemukan di negara sedang berkembang termasuk Indonesia, bahwa hubungan baik antara pemilik usaha sektor informal dan pekerjanya ikut menentukan keberhasilan usaha tersebut.

e. Pengaruh Aspek Kewirausahaan Terhadap Kinerja

Untuk menjawab rumusan masalah kelima, dapat diamati dari hasil analisis regresi linier berganda yang tampak pada tabel 5.48. Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa variabel aspek kewirausahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai



signifikansi (Sig. = 0.000) yang lebih kecil daripada $\alpha = 0.05$ yang disyaratkan. Selain itu dapat pula dilihat dari nilai t_{hitung} yang lebih besar dari nilai t_{tabel} ($12.348 > 1.9828$).

Dari hasil tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa aspek kewirausahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan. Berdasarkan hal tersebut, berarti bahwa hipotesis V yang diajukan bahwa aspek sumberdaya manusia mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan adalah terbukti atau didukung oleh fakta empiris.

Variabel aspek kewirausahaan yang valid dalam penelitian ini meliputi 9 indikator yaitu; diperlukan keberanian mengambil risiko; keberhasilan usaha tergantung tempat usaha; bidang usaha dan dukungan dari keluarga; motivasi untuk lebih maju; dukungan keluarga dalam berusaha; menciptakan kelebihan-kelebihan dari barang/jasa untuk memenangkan persaingan; membuka usaha sampingan yang dapat mendukung pengembangan usaha; mitra usaha dengan kerabat; mempertimbangkan usul bawahan dalam pengambilan keputusan; dan berusaha membuka usaha yang lebih berprospek.

Berdasarkan hasil analisis faktor, dari 15 indikator yang digunakan untuk mengukur variabel aspek kewirausahaan, hanya 9 indikator yang valid digunakan, indikator yang dikeluarkan adalah H1,

H3, H6, H8, H9, dan H13. Untuk indikator yang valid dengan melihat nilai *loading factor* pada matriks komponen faktor (*component matrix*), dapat diketahui pengaruh masing-masing indikator terhadap variabel aspek kewirausahaan yaitu indikator H2 (66.1%), H4 (65,8%), H5 (71,2%), H7 (70,5%), H10 (69,8%, H11 (51,7%), H12 (68,5%0, H14 (57,9%) dan H15 (56,3%). Indikator yang sangat dominan mempengaruhi aspek kewirausahaan adalah indikator yang mempunyai nilai *loading factor* tertinggi yaitu indikator (H5) sebesar 0,712 atau 71,2%. Dimana responden mempresepsikan bahwa dalam menekuni usaha diperlukan dorongan untuk lebih maju.

Hasil analisis di atas, membuktikan bahwa motivasi cukup kuat untuk keberhasilan suatu usaha termasuk sektor informal, dan hal ini sejalan yang dikemukakan oleh Abrahamson (1989), menyatakan ada 5 hal yang merupakan ciri-ciri kewirausahaan yang berhasil yaitu:

- (1) Motivasi untuk maju (*drive* yang kuat), yaitu orang yang memiliki sifat bertanggung jawab, giat, inisiatif, tekun dan ambisi untuk maju.
- (2) Kekuatan mental (*mental ability*) meliputi: IQ,berpikir kreatif dan analitis.

- (3) Kemampuan menjalin hubungan antar manusia (human relation ability) meliputi: pengendalian diri, kemampuan manjlain hubungan dan bergaul
- (4) Kemampuan berkomunikasi (communication ability)
- (5) Pengetahuan teknis (technical knowledge)

Demikian pula yang dikemukakan oleh Kotey (1997) bahwa ada hubungan antara nilai personal pemilik, strategi yang diterapkan terhadap kinerja perusahaan. Kemudian oleh Smith (2003) mengemukakan bahwa gaya kewirausahaan, perilaku manajerial berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

6.2 Temuan Penelitian

Terdapat beberapa temuan dalam penelitian ini yang bisa dijadikan acuan dalam penelitian selanjutnya yang relevan dengan penelitian ini, hal-hal tersebut adalah :

1. Untuk mengukur kinerja usaha sektor informal, ada 6 indikator yang valid digunakan yaitu : modal awal sewaktu memulai usaha, jumlah modal sekarang, rata-rata omzet perhari, jumlah pengeluaran pengadaan barang, biaya retribusi, dan sumber modal pinjaman.
2. Untuk mengukur aspek keuangan usaha sektor informal, ada 9 indikator yang valid digunakan yaitu : modal sendiri, penjualan, tingkat keuntungan dan akumulasi modal, membedakan pengeluaran

pribadi/keluarga dari pengeluaran usaha, akumulasi keuntungan yang besar digunakan untuk menambah asset/harta, membedakan besarnya uang yang dimiliki untuk keperluan modal kerja dan pembelian alat-alat, penghematan untuk menekan pengeluaran pribadi, dan ekspansi usaha.

3. Untuk mengukur aspek lingkungan usaha sektor informal, ada 7 indikator yang valid digunakan yaitu : fasilitas transportasi yang dimiliki, tempat berjualan yang permanen, berusaha menjual pada tempat yang berada pada pusat-pusat keramaian, ketepatan dalam menerima barang, kemudahan dalam memperoleh barang, selalu memperhatikan apa-apa yang sangat diperlukan oleh langganan, dan cuaca/musim sangat mempengaruhi volume penjualan.
4. Untuk mengukur aspek pemasaran usaha sektor informal, ada 8 indikator yang valid digunakan yaitu : penawaran barang dari pelanggan cukup selalu tersedia, harga sangat berpengaruh dalam kelancaran penjualan barang, barang yang dijual diperlukan perkenalan ke calon pembeli, dalam menjual biasanya diperhatikan saran dan keluhan pembeli, para pembeli seharusnya diberikan perlakuan khusus untuk memahami keinginannya, tingkat persediaan barang, kegiatan promosi kepada calon pembeli, dan kemungkinan untuk mencari pasar yang baru.

5. Untuk mengukur aspek sumber daya manusia usaha sektor informal, ada 11 indikator yang valid digunakan yaitu : perlunya kepemimpinan untuk mengatur aktivitas, pengalaman sangat dibutuhkan dalam usaha ini, pengalaman berusaha dapat mengatasi situasi yang cepat berubah, pengalaman berusaha seseorang berbeda dan hanya berlaku buat dirinya sendiri sendiri sehingga sulit ditiru orang lain, keahlian dan keterampilan tenaga kerja, perlunya ketekunan dan keahlian tenaga kerja, perlunya peningkatan keterampilan, saya menjalankan usaha ini karena malu apabila menganggur, lama berusaha dan keamanan berusaha, dan umur pekerja dan tingkat produktivitas.
6. Untuk mengukur aspek kewirausahaan usaha sektor informal, ada 9 indikator yang valid digunakan yaitu : diperlukan keberanian mengambil risiko, keberhasilan usaha tergantung tempat usaha, bidang usaha dan dukungan dari keluarga, motivasi untuk lebih maju, dukungan keluarga dalam berusaha, menciptakan kelebihan-kelebihan dari barang/jasa untuk memenangkan persaingan, membuka usaha sampingan yang dapat mendukung pengembangan usaha, mitra usaha dengan kerabat, mempertimbangkan usul bawahan dalam pengambilan keputusan, dan berusaha membuka usaha yang lebih berprospek

7. Aspek kewirausahaan berpengaruh dominan dan signifikan terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan --→ Sejalan dengan Abrahamson (1989), Kotey (1997), LPPM UGM (1999), Smith (2003)

6.3 Keterbatasan Penelitian

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini sebenarnya telah ada beberapa temuan yang dihasilkan belum mampu memberikan hasil yang benar-benar akurat dalam menjawab semua permasalahan yang berhubungan dengan faktor-faktor yang menentukan kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan. Hal ini disebabkan karena adanya beberapa keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti, juga hambatan-hambatan yang dialami selama melakukan penelitian sehingga dapat mengganggu keakuratan informasi yang dihasilkan. Beberapa di antara keterbatasan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Keterbatasan waktu bagi responden dalam mengisi kuisisioner, sehingga dikhawatirkan data yang diberikan tidak menunjukkan kondisi yang sebenarnya sedang dialami dan dirasakan oleh responden.
2. Walaupun telah dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap instrumen, kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini rentan terhadap bias. Hal ini disebabkan karena jawaban atas semua pertanyaan didasarkan atas penilaian terhadap diri sendiri (*self report*) dari responden, sehingga dikhawatirkan terjadi *over-estimate* dalam

menilai dirinya sendiri, sebaliknya *under-estimate* ketika menilai hal-hal di luar dirinya.

3. Data yang dibutuhkan berupa data perkembangan usaha sector informal di Sulawesi Selatan belum dilakukan pendataan secara mendetail oleh instansi terkait, baik pada Dinas Pendapatan Daerah (DISPENDA), PD. Pasar Kotamadya Makassar, maupun Dinas perindustrian dan Perdagangan Tingkat I Sulawesi Selatan sehingga penulis mengalami hambatan dalam mendeskripsikan secara detail kondisi usaha sector informal di Sulawesi Selatan.

BAB VII

KESIMPULAN DAN SARAN

BAB VII

KESIMPULAN DAN SARAN



7.1 Kesimpulan

Dari hasil pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka selanjutnya dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut:

- a. Besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu aspek keuangan (X1), aspek lingkungan (X2), aspek pemasaran (X3), aspek sumber daya manusia (X4), dan aspek kewirausahaan (X5) terhadap variabel terikat yaitu kinerja (Y), berdasarkan peringkat dari yang paling besar sampai yang paling kecil berturut-turut adalah aspek kewirausahaan, aspek pemasaran, aspek keuangan, aspek lingkungan, dan aspek sumber daya manusia.
- b. Aspek keuangan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan. Hal ini mengindikasikan bahwa para pelaku usaha sektor informal sangat tergantung pada ketersediaan modal dalam pengembangan usahanya.
- c. Aspek lingkungan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan. Hal ini berarti bahwa dukungan aspek lingkungan dapat mempengaruhi peningkatan kinerja usaha sektor informal. Dukungan tersebut antara lain dapat berupa

- tersedianya tempat yang permanen untuk berjualan, ketersediaan bahan baku, dan kondisi cuaca/iklim tempat berusaha.
- d. Aspek pemasaran mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan. Hal ini berarti bahwa dukungan aspek pemasaran mempengaruhi peningkatan kinerja usaha sektor informal. Dalam rangka meningkatkan kinerja usaha sektor informal dari aspek pemasaran, para pelaku usaha sektor informal seyogyanya memperhatikan penetapan harga, promosi, distribusi, dan kualitas produk yang dipasarkan.
 - e. Aspek sumber daya manusia mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan. Hal ini berarti bahwa dalam rangka meningkatkan kinerja usaha sektor informal para pelaku usaha sektor informal seyogyanya memperhatikan aspek sumber daya manusia, misalnya dengan pemberian pelatihan, motivasi dan kepemimpinan.
 - f. Aspek kewirausahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan. Hal ini berarti bahwa dalam rangka meningkatkan kinerja usaha sektor informal para pelaku usaha sektor informal harus memperhatikan aspek kewirausahaan.
 - g. Aspek kewirausahaan memberikan pengaruh yang paling dominan terhadap kinerja usaha sektor informal, jika dibandingkan dengan variabel lain dalam penelitian ini. Besarnya kontribusi aspek

- kewirausahaan terhadap kinerja dapat dipahami, karena mayoritas pelaku usaha sektor informal yang berada di Sulawesi Selatan berasal dari Suku Bugis yang terkenal dengan jiwa wirausahanya.
- h. Secara simultan variabel aspek keuangan, aspek lingkungan, aspek pemasaran, aspek sumberdaya manusia, dan aspek kewirausahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha sektor informal di Sulawesi Selatan. Hal ini dapat dilihat dari nilai F_{hitung} yang lebih besar dari F_{tabel} ($473,67 > 3,084$), dan dapat pula dilihat dari nilai p value yang lebih kecil dari nilai α yang disyaratkan ($0,000 < 0,05$)
- i. Nilai koefisien determinasi (R Square) menunjukkan angka 0.826 atau 82.6%. Hal ini berarti bahwa 82.6% variasi naik turunnya variabel aspek kinerja usaha sektor informal mampu dijelaskan oleh variasi variabel aspek keuangan (X1), aspek lingkungan (X2), aspek pemasaran (X3), aspek sumber daya manusia (X4), dan aspek kewirausahaan (X5). Sedangkan sisanya sebesar $100 - 82,6 = 17,4\%$ dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

7.2 Saran

Berdasarkan kajian sebelumnya, yang telah disarikan pada bagian kesimpulan, dapat dikemukakan beberapa saran baik untuk kepentingan praktis maupun untuk pengembangan penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan kinerja usahanya melalui aspek keuangan, para pelaku usaha sektor informal di Sulawesi Selatan harus memperhatikan pentingnya penggunaan modal sendiri dibandingkan modal pinjaman, peningkatan penjualan, membedakan pengeluaran pribadi/keluarga dari pengeluaran usaha. Demikian juga halnya pada saat mereka memperoleh akumulasi keuntungan yang besar, maka sebagian besar dari keuntungan tersebut sebaiknya digunakan untuk menambah asset/harta. Kemudian juga perlu mempertimbangkan dengan matang dalam hal penyertaan modal pihak lain dalam usaha, karena akan mempersulit pengembangan usaha.
2. Peningkatan kinerja melalui aspek lingkungan dapat dilakukan dengan memperhatikan sarana berupa kendaraan yang dapat menunjang kegiatan usaha, tempat berjualan yang permanen, tempat yang berada pada pusat-pusat keramaian tanpa mengabaikan faktor sanitasi lingkungan, kemudahan dalam memperoleh bahan baku. Kemudian dalam menjual harus selalu memperhatikan apa-apa yang sangat diperlukan oleh langganan. Selanjutnya cuaca/musim juga harus dipertimbangkan karena akan mempengaruhi volume penjualan usaha.
3. Pengusaha sektor informal di Sulawesi Selatan dapat meningkatkan kinerja usahanya dengan memperhatikan aspek pemasaran yang meliputi perhatian terhadap ketersediaan barang pasokan dari supplier,

penetapan harga yang pantas pada pelanggan demi kelancaran penjualan barang, dan memperhatikan saran dan keluhan pembeli. Kemudian para pembeli seharusnya diberikan perlakuan khusus untuk memahami keinginannya. Selanjutnya pengusaha sektor informal harus selalu menjajaki kemungkinan untuk mencari pasar yang baru.

4. Untuk meningkatkan kinerja usaha melalui aspek sumber daya manusia, para pengusaha sektor informal sebaiknya memperhatikan pentingnya kepemimpinan untuk mengatur aktivitas usaha, pengalaman yang khas dalam berusaha, kemampuan dalam mengatasi situasi yang cepat berubah, keterampilan dan keahlian dalam melayani pembeli. Kemudian tingkat pendidikan dan umur dari tenaga kerja juga diperlukan dalam usaha ini, karena akan menentukan tingkat produktivitas.
5. Kinerja usaha sektor informal dapat pula ditingkatkan melalui perhatian pada aspek kewirausahaan. Hal-hal yang perlu diperhatikan adalah keberanian mengambil risiko dalam usaha, bidang usaha yang ditekuni dan dukungan dari keluarga, dan motivasi untuk lebih maju dalam berusaha. Kemudian para pengusaha sektor informal juga berusaha untuk menawarkan atau menciptakan kelebihan-kelebihan dari barang/jasa yang dijual untuk memenangkan persaingan. Kegiatan dalam hal membuka usaha sampingan juga



harus diperhatikan, karena dapat dapat mendukung pengembangan usaha. Selanjutnya dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan kemajuan usaha perlu mempertimbangkan usul bawahan.

6. Usaha sektor informal di Sulawesi Selatan sebaiknya memanfaatkan secara maksimal sumber dana internal perusahaan, akan tetapi dalam upaya perluasan usaha perusahaan disarankan untuk mencari sumber dana eksternal yang lebih murah biaya modalnya, misalnya bantuan kredit modal kerja dan investasi dari lembaga perbankan, bantuan modal kerja dari pemerintah, dan dukungan dari mitra usaha.
7. Bagi pemerintah perlu melakukan pembinaan yang berkelanjutan (*sustainability*) terhadap usaha sektor informal khususnya di Sulawesi Selatan dan umumnya di Indonesia, misalnya dalam bidang manajerial, pemasaran dan keuangan.
8. Usaha sektor informal mempunyai karakteristik masing-masing, sehingga masalah yang dihadapi beragam pula. Dalam rangka pembinaan sektor informal diperlukan keterlibatan dan keterkaitan berbagai instansi/lembaga yang terkait. Diperlukan adanya perencanaan secara konseptual, sehingga dengan demikian akan tercipta perencanaan pembinaan yang terpadu jangan ada lembaga atau organisasi tertentu yang mengatasnamakan pemerintah tetapi hanya untuk merugikan usaha sektor informal.

9. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya variabel penelitian, daerah pengambilan sampel, jumlah sampel ditambah agar analisis bisa lebih tajam untuk pengembangan usaha sektor informal yang berada di Sulawesi Selatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi M, 1995. *Aspek Pengembangan dan Permasalahan Usaha Kecil*, Cetakan Pertama, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Alma, Buchari. 2001. *Kewirausahaan*. Edisi Revisi, Alfabeta, Bandung
- Arief, M. Idris. 1996 " Studi Sektor Informal Analisis Tingkat Pemanfaatan Angkatan Kerja Sektor Informal di Kotamadya Ujung Pandang" Disertasi S3 Pasca Sarjana Universitas Hasanuddin, Makassar.
- Berger, M., dan M. Buvinic, eds. 1989. *Women's venture assistance to the informal sector in Latin America*, West Hartford Connecticut; Kumarin Press
- Bienefield, M. 1975 " The informal sector and peripheral capitalism the case of Tanzania" *Bulletin of the institute of Development studies*, 6(3): 53-75
- Booth, Ane dan Peter McCawley. 1982. *Ekonomi Orde Baru*. Lembaga Penelitian Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial, Jakarta
- Bottmore, Tom dan Robert Nisbet. 1978. *A History of sociological analysis*. New York: Basic Book
- Breman, Jan. 1980. *The informal sector in research: theory and practice*. Rotterdam: The Comparative Asian Studies Programme (CASP), University of Rotterdam.
- Bromley, Ray dan Chris Gerry, ed. 1979. *Casual work and poverty in third world cities*. Chicester: John Willey and Sons
- Clapham, Ronald. 1991. *Pengusaha kecil dan menengah dan menengah di Asia Tenggara*, LP3ES Jakarta.
- Cuff, EC., dan G.C.F. Payne. 1979. *Perspective in sociology*. London: George Allen & Ulwin
- Davidsson. Per , Bruce Kirchhoff, Abdunasser Hatemi-J, and Helena Gustavsson. 2002. *Emperical analysis of business growth factors*

- using Swedish data, *Journal of small business management* 40(4) 332-349
- Effendi, Tadjuddin Noer. 1993. *Sumber daya manusia, peluang kerja dan kemiskinan*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- El Shaks, 1984 "On city size and the contribution of the informal sector: some hypotheses and research question", *Regional Development Dialogue*, 5 (2):67-81
- Evers, Hans dieter dan Tadjuddin Noer Effendi. 1972. *Trade and informal sector policy in Central Java*, Yogyakarta: Population Studies Center, Gadjah Mada University.
- Fahrudin, Salim, 1995. *Potensi pengembangan industri kecil*, Gema, Juni Volume 11, hal 7-8
- Giddens, Anthony. 1985. *Kapitalisme dan teori social modern*. Terjemahan. Suheba Kramadibrata, UI Jakarta.
- Hair J.R., J.E., R.E. Anderson, R.L. Tatham, dan W.C. Black. 1995. *Multivariate data analysis*. (5 Th edition) with reading. Prentice Hall, Inc. USA.
- Handoko T. Hani. 1999. *Manajemen*, Edisi Kedua, Yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada.
- Hart, Keith. 1973 "Informal income opportunities and urban employment in Ghana", *Journal of Modern African Studies*, 11(1):61-69
- Hero Priyanto Sony. 2001. Pengembangan kapasitas manajemen dan kewirausahaan pada UKM pertanian, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. VIII No. III. hal. 401-427
- Helfert, Eric. 1997, *Technique of Financial Analysis; A Practical Guide to Managing and Measuring Business Performance*, 8th Edition, Richard D. Irwin, Inc, USA
- Hidayat. 1978. *Pengembangan sektor informal dalam pembangunan nasional: masalah dan prospek*. Bandung: PPESM. Fakultas Ekonomi Padjadjaran.
- Hisrich, R.D. and Michael P. Peters. 1992. *Entrepreneurship, Starting, Developing, and Managing a New Enterprise* 2nd edition. Irwin. USA.

- Hosier, R.1987." The Informal sector in Kenya:spatial variation and development alternative",*Journal of Developing Areas*, Vol.24:338-402
- Husein Umar. 2002. *Riset Pemasaran dan prilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ikatan Akuntan Indonesia, 1995, *Standar Akuntansi Indonesia Keuangan*, Penerbit Alemba Empat, Jakarta
- International Labour Organization. 1972. *Employment, income and equality:a strategy for increasing productive employment in Kenya*. Geneva.
- Islam, Riswanul (ed).1997. *Rural Industrialization and Employment in Asia*. New Delhi. International Labour Organization. Asian Employment.
- Joko Pitojo Agus, 1999. Pedagang kaki lima pada masa krisis, *Populasi Buletin Penelitian Kebijakan Kependudukan, UGM . Volume 10:2* .Yogyakarta
- Khatri, Naresh. and Budhwar, Pawan S. 2002 "A Study of Strategic Human Resource Issues in an Asian Context" *Personnel Review*, Volume 31,(2) pp.166 – 188.
- Kerner, D.O. 1988" hard work and informal sector trade in Tanzania", dalam Garcia Clark,ed *trader versus the state: anthropological approaches to unofficial economic*. Westview Press.
- Keown, J.Arthur, dkk (terjemahan: Chaerul D.Djakman), Salemba Empat, Pearson Education Asia Pte.Ltd, Jakarta
- Kok, Jan De. 2002 'The Impact of Firm Provided Training and Production Testing for Firm Size Effect" *International Small Business Journal*, Vol 20 (3), pp.271-295
- Kotter, John P. 1997. *Faktor Kepemimpinan*. PT. Prenhallindo dan , Jakarta
- Kotler Philip.1999. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implentation, and Control*,Nineth Edition, Prentice Hall, Inc. New Jersey

- Kotler Philip and Armstrong Gary. 1999. *Principles of Marketing*. Eighth Edition. Prentice Hall, Inc New Jersey.
- Kotey Bernice and G.G. Meredith. 1997. Relationships among owner/manager personal value, business strategies, and enterprise performance. *Journal of small business management* .PP.37-64
- Lussier N Robert and Sanja Pfeifer. 2001. A crossnational prediction model for business success. *Journal of small business management*. 39(3).pp.228-239
- Malhotra, Naresh K. 1999. *Marketing Research An Applied Orientation*, Third Edition, New Jersey: Prentice-Hall International Inc.
- Manning, Chris; Tadjuddin Noer Effendi dan Tukiran. 1996. *Struktur pekerjaan sektor informal dan kemiskinan di Kota*. Yogyakarta: Pusat Penelitian Kependudukan , Universitas Gadjah Mada.
- Manning, Chris dan Effendi, Tadjuddin N. 1996 *Urbanisasi, Pengangguran, dan Sektor Informal di Kota* Yogyakarta: Pusat Penelitian dan Studi Kependudukan Universitas Gadjah Mada.
- Mazumdar, dipak. 1984. "The urban informal sector". *World Development*, 4(8):655-679.
- Mellor. John W. 1985. *Modernisasi pertanian dan kemiskinan pedesaan dalam dinamika pembangunan pedesaan* .PT.Gramedia, Jakarta.
- Meredith, Geoffery G. et al. 1984. *Kewirausahaan, Teori dan Praktek* .Terjemahan dari *The Practice of Entrepreneurship*. LPPM dan PT.Pustaka Binaman Pressindo, Jakarta.
- Mittelstaedt. D John, N. Harben, George, and Ward A. William, *How Small is Too Small ? Firm Size as a Barrier to Ex[por]ting from the United States* *Journal of small business management* 41(1) p.68-84
- Moir, Hazel dan Soetjipto Wirosardjono. 1977. "Sektor Informal di Jakarta". *Widyapura* 1 (9-10):49-70.
- Munawir, S. 1986. *Analisa Laporan Keuangan*, Cetakan kedua, Liberty , Yogyakarta.

- M.Zani. Hasan, 1995. *Analisis Faktor*, Lembaga Penelitian Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Malang Jawa Timur.
- Paige, C. Rosalind and Littrell, A. Mary. (2002) *Craft retailers' Criteria for Success and Associated Business Strategies*. *Journal of Small Business Management*, 40(4) pp.314-331
- Portes, A., dan J. Walton. 1981. *Labor, class and the international system*. New York: Academic Press.
- Portes, A., dan Manuel Castells. 1989. "World underneath: origins, dynamics and effects of the informal economy.", dalam Alejandro Portes; Manuel Castells and Lauren A. Benton, eds. *The Informal economy: studies in advanced and less developed countries*. Baltimore: The John Hopkins University Press.
- Portes, A; Manuel Castells and Lauren A. Benton. 1989. *The informal economy: studies in advanced and less developed countries*. Baltimore: The John Hopkins University Press.
- Pride. M. William and Ferrell. O.C. 1995. *Pemasaran, Teori dan Praktek sehari-hari*, Binarupa Aksara, Jakarta
- Riyanto, Bambang,. 1995. *Dasar-dasar pembelanjaan perusahaan*, Edisi Keempat. BPFE Yogyakarta.
- Rustinsyah. 2002. *Dinamika Pengusaha kecil di masa krisis ekonomi (studi kasus di Desa Kesambi, Kecamatan Porong, Kabupaten Sidoarjo, Provinsi Jawa Timur)*. *Jurnal Ilmu Sosial*, Universitas Brawijaya, Malang Vol.14 No.12, 220-231
- Robins Stephen.P.et.al. 2000. *Management*, Sydney: Prentice-Hall Australian Pty Ltd.
- Roberts, Bryan R. 1989. "Employment structure, life cycle, and life chances : formal and informal sectors in Guadalajara", dalam Alejandro Portes; Manuel Castells and Lauren A. Benton, eds. *The informal economy: studies in advanced and less developed countries*. Baltimore: The John Hopkins University Press.
- Rougoor, Carin W., Ger Trip, Ruud BM Huirne dan JA Renhema. How to Define and Study Farmers' manajemen capacity: Theory and Use in Agriculture economic. *Agriculture economic* 18 (1998) 261-272

- Sadler Eugene –Smith. Yve Hampson, Ian Chaston and Beryl Badger. 2003 Managerial Behavior, Entrepreneurial Style, and Small Firm Performance,. *Journal of small business management* 41 (1)pp.47-67
- Sagir, Soeharso. 1986" Sumbangan sektor informal dalam penyebaran tenaga kerja" makalah *Seminar Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia*, Yogyakarta.
- Sethuraman, S.V. 1981. *The urban informal sector in developing countries, employment, poverty and environment*, Geneva: International Labour Organization.
- Sinclair, W. 1978. *Urbanization and labor market in developing countries*. New York: St Marthin's.
- Souza, P.R. dan V.E. Tokman. 1976. "The urban informal sector in Latin America". *International Labour Review*, (114):138-148.
- Stanton, William.J. 1984. *Fundamentals of Marketing*, seventh edition. Mcgraw-Hill, Inc, USA
- Swastha Basu & Sukotjo Ibnu.W , 1995. *Pengantar Bisnis Moderen*, edisi ke-3. Liberty, Yogyakarta
- Swasono, Sri>Edi. 1986. Studi kebijakan pengembangan sektor informal, Jakarta; LSP dan IDS
- Tambunan Tulus.T.H. 2002. *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia*, Salemba Empat, Jakarta.
- _____, 1998. *Masalah-masalah di seputar usaha kecil di Indonesia*, Prosiding komperensi Nasional Usaha Kecil. Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia, Kamar Dagang dan Industri, The Asia Doundation.
- Tabbachtich. Barbara and Fidell, S Linda (2001), *Using Multivariate Statistics (4th edition)*, Allyn and Bacon, Boston.
- Van Horen, James C., 1998, *Financial Management and Policy*, Eleventh Edition, International edition, Prentice Hall Inc. A.Simon Schuster Company, New Jersey.

- Varsin, Recep. 2000 "Competition in the Informal Sector of the Economy: The Case of Market Traders in Turkey" *International Journal of Sociology and Social Policy* Volume 20 (3-4), pp.5 – 33.
- Vecchio, Robert P. 1992 *Organisational Behaviour Life at Work in Australia*, Sydney: Harcourt Brace Javanovich Publisher.
- Weston J.Fred and Thomas E.Copeland, 1986.*Managerial Finance*, Eighth Edition, CBS College Publishing, Amerika Serikat.
- Weston J.Fred and Thomas E.Copeland, 1989.*Manajemen Keunagan*,(terjemahan), edisi Kedelapan, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Wood, Jack et.al. 1998 *Organisational Behaviour An Asia-Pacific Perspective*, Brisbane: John Wiley & Sons Australia.
- Winardi. 1991. *Marketing dan Perilaku Konsumen*. Mandar Maju, Bandung
- Zikmund, William G. 2000, *Business Research Methods*, Sixth Edition, Orlando, USA: The Dryden Press.

LAMPIRAN

Lampiran 1.

**FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA
SEKTOR INFORMAL DI SULAWESI SELATAN :
Persepsi Pengusaha Sektor Informal Di Kota Makassar, Pare-Pare
dan Watanpone**

DAFTAR PERTANYAAN

Jenis Usaha :

No:				
-----	--	--	--	--

A. Identitas Responden

Nama : _____

Tempat/tgl lahir : _____

Pekerjaan : _____

Pendidikan terakhir : SD/SMP/SMA/D3/S1

Alamat

Kecamatan : _____

Kelurahan : _____

Asal daerah : _____

Jumlah tanggungan : Orang

Satatus perkawinan : Kawin/belum kawin/duda/janda

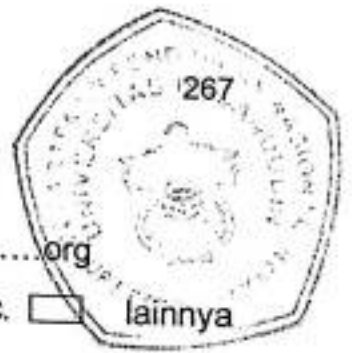
B. Latar Belakang Usaha

Pada pertanyaan berikut diharapkan untuk memberi tanda tik (√)

1. Sejak kapan saudara memulai usaha ini :
2. Pada awal bekerja/menekuni usaha ini disebabkan:

a	b	c	d	e
---	---	---	---	---

- a. Inisiatif sendiri
- b. Doronga teman
- c. Pekerjaan warisan
- d. Sesuai bakat



3. Berapa banyak tenaga kerja dipergunakan saat ini ?
4. Tempat lokasi usaha : a Menyewa b. beli c. org
(sebutkan) d. lainnya
5. Tenaga kerja digunakan hubungan a. keluarga, b. anak
c. org lain d. Gabungan keluarga & orang lain
6. Usaha digeluti sekarang sebagai a pendapatan utama
b. pendapatan sampingan c. Sebagai tenaga kerja
7. Jika usaha ini hanya sampingan sebutkan sumber pendapatan utama saudara.....
8. Saudara menekuni saha ini
a. Berkeinginan mengembangkan b. Cukup puas sekarang
c. cukup untuk keluarga
9. Sebelum menekuni usaha ini, apakah pekerjaan sebelumnya (sebutkan)

Petunjuk : Lingkari (O) pilihan anda untuk menjawab pertanyaan bagian C dari No.1 s/d 10

C. Prestasi dan Kinerja

1. Berapa modal awal sewaktu memulai usaha ini ?
a. < Rp.250.000 b. Rp.250.000-Rp.500.000
c. Rp.500.000-Rp.1.500.000 d. Rp.1.500.000 -Rp.2.000.000,-
e. > Rp.2.000.000
2. Modal yang digunakan sekarang sumbernya
a. Modal sendiri b. Modal pinjaman c. Modal titipan
d. Campuran
3. Modal sekarang
a. < Rp.2.5juta b. Rp.2,5 juta-Rp.5 juta
c. Rp.5 juta-Rp.2,5 juta d. Rp.7,5 juta -Rp.10 juta
e. > Rp.10 juta

Lampiran 1.

**FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA
SEKTOR INFORMAL DI SULAWESI SELATAN :
Persepsi Pengusaha Sektor Informal Di Kota Makassar, Pare-Pare
dan Watanpone**

DAFTAR PERTANYAAN

Jenis Usaha :

No.					
-----	--	--	--	--	--

A. Identitas Responden

Nama : _____

Tempat/tgl lahir : _____

Pekerjaan : _____

Pendidikan terakhir : SD/SMP/SMA/D3/S1

Alamat

Kecamatan : _____

Kelurahan : _____

Asal daerah : _____

Jumlah tanggungan : Orang

Satatus perkawinan : Kawin/belum kawin/duda/janda

B. Latar Belakang Usaha

Pada pertanyaan berikut diharapkan untuk memberi tanda tik (√)

1. Sejak kapan saudara memulai usaha ini :
2. Pada awal bekerja/menekuni usaha ini disebabkan:

a	h	c	d	e
---	---	---	---	---

- a. Inisiatif sendiri
- b. Doronga teman
- c. Pekerjaan warisan
- d. Sesuai bakat

Petunjuk: Jawablah semua pertanyaan berikut dengan melingkari (O) angka yang tersedia disebelah kanan

		Sangat Tidak Setuju							Sangat Setuju						
1	Modal merupakan sangat membantu dalam usaha saya	1	2	3	4	5	6	7							
2	Modal pinjaman lebih baik dibanding modal sendiri	1	2	3	4	5	6	7							
3	Modal sendiri lebih baik dibanding modal pinjaman	1	2	3	4	5	6	7							
4	Modal sangat penting dalam menunjang kelancaran penjualan	1	2	3	4	5	6	7							
5	Peningkatan penjualan dapat menambah keuntungan dan akumulasi modal	1	2	3	4	5	6	7							
6	Dalam menjalankan usaha saya, saya membedakan pengeluaran pribadi/keluarga dari pengeluaran usaha	1	2	3	4	5	6	7							
7	Usaha ini sangat menopang keluarga dalam meningkatkan kesejahteraan	1	2	3	4	5	6	7							
8	Didalam pengelolaan modal saya mendapatkan bimbingan dari pemberi modal atau ahli	1	2	3	4	5	6	7							
9	Jika saya memperoleh akumulasi keuntungan yang besar, maka sebagian besar dari keuntungan tersebut akan saya gunakan untuk menambah asset/harta	1	2	3	4	5	6	7							
10	Modal pinjaman dari Bank sangat susah diperoleh	1	2	3	4	5	6	7							
11	Saya membedakan besarnya uang yang saya miliki untuk keperluan modal kerja dan pembelian alat-alat	1	2	3	4	5	6	7							
12	Saya harus berhemat untuk menekan pengeluaran pribadi saya	1	2	3	4	5	6	7							
13	Porsi pengeluaran uang akan lebih besar saya gunakan untuk kelangsungan usaha saya	1	2	3	4	5	6	7							
14	Apabila usaha ini besar akan saya														

	gunakan membuka usaha yang lain	1	2	3	4	5	6	7
15	Memasukkan modal dari orang lain ke dalam usaha saya akan mempersulit pengembangan usaha saya	1	2	3	4	5	6	7
16	Lainnya.....							

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

E.Aspek Lingkungan

Pada bagian ini responden diminta untuk memberikan penilaian aspek-aspek lingkungan yang relevan mempengaruhi usaha anda

Petunjuk: Jawablah semua pertanyaan berikut dengan melingkari (O) angka yang tersedia disebelah kanan

		Sangat Tidak setuju					Sangat Setuju	
1	Kendaraan roda dua sangat penting dalam menunjang usaha saya	1	2	3	4	5	6	7
2	Tempat berjualan yang permanen sangat mendukung usaha saya	1	2	3	4	5	6	7
3	Saya akan selalu berusaha menjual pada tempat yang berada pada pusat-pusat keramaian	1	2	3	4	5	6	7
4	Setiap saat saya dapat menerima barang yang saya pesan	1	2	3	4	5	6	7
5	Barang-barang yang saya jual sebagian besar mudah diperoleh di sekitar tempat saya	1	2	3	4	5	6	7
6	Dalam menjual saya akan selalu memperhatikan apa-apa yang sangat diperlukan oleh langganannya	1	2	3	4	5	6	7
7	Cuaca/musim sangat mempengaruhi volume penjualan usaha saya	1	2	3	4	5	6	7

8	Saya selalu berusaha untuk menempati lokasi yang memperoleh izin dari pemerintah	1	2	3	4	5	6	7
9	Saya selalu membayar retribusi setiap hari	1	2	3	4	5	6	7
10	Pengurusan tempat usaha setiap saat mengganggu kelancaran usaha saya	1	2	3	4	5	6	7
11	Saya mendapatkan penyuluhan berusaha dari dinas terkait untuk mengembangkan usaha saya	1	2	3	4	5	6	7
12	Penyuluhan dari dinas terkait sangat menunjang usaha saya	1	2	3	4	5	6	7
13	Saya setuju pihak keamanan untuk memberikan pengarahan ketertiban setiap saat	1	2	3	4	5	6	7
14	Bila diperlukan saya bersedia mengeluarkan biaya untuk kepentingan keamanan usaha saya	1	2	3	4	5	6	7
15	Jenis usaha saya selalu memperhatikan teknologi yang terkait pengembangan usaha saya	1	2	3	4	5	6	7
16	Usaha saya memerlukan bimbingan teknologi dari dinas yang terkait	1	2	3	4	5	6	7
17	Saya setuju untuk memberikan upeti ilegal siapa saja yang meminta	1	2	3	4	5	6	7
18	Dalam usaha ini selalu memperhatikan perkembangan teknologi	1	2	3	4	5	6	7
19	Lainnya	1	2	3	4	5	6	7

Sangat
Tidak setujuSangat
Setuju

F. Aspek Pemasaran

Pada bagian ini responden diminta untuk memberikan penilaian aspek-aspek pemasaran yang mempengaruhi pengelolaan usaha anda.

Petunjuk: Jawablah semua pertanyaan berikut dengan melingkari (O) angka yang tersedia disebelah kanan

		Sangat Tidak setuju					Sangat Setuju	
1	Dalam menjual barang ini, tingkat persaingan sangat ketat	1	2	3	4	5	6	7
2	Semua produk yang dijual tidak selalu cepat habis	1	2	3	4	5	6	7
3	Penawaran barang dari pelanggan cukup selalu tersedia	1	2	3	4	5	6	7
4	Harga sangat berpengaruh dalam kelancaran penjualan barang	1	2	3	4	5	6	7
5	Harga ditentukan berdasarkan prosentase tambahan dari harga perolehan	1	2	3	4	5	6	7
6	Barang yang dijual umumnya barang titipan	1	2	3	4	5	6	7
7	Barang yang dijual diperlukan perkenalan ke calon pembeli	1	2	3	4	5	6	7
8	Dalam menjual biasanya diperhatikan saran dan keluhan pembeli	1	2	3	4	5	6	7
9	Para pembeli seharusnya diberikan pelayanan sesuai dengan keinginan mereka	1	2	3	4	5	6	7
10	Para pembeli seharusnya diberikan perlakuan khusus untuk memahami keinginannya	1	2	3	4	5	6	7
11	Produk yang ditawarkan sebaiknya berkualitas	1	2	3	4	5	6	7
12	Persediaan barang/jasa dapat saya sediakan setiap saat.	1	2	3	4	5	6	7
13	Pembeli dalam jumlah yang besar sebaiknya diberikan potongan harga tertentu	1	2	3	4	5	6	7
14	Saya telah ikut mempromosikan barang-barang yang saya jual kepada calon pembeli	1	2	3	4	5	6	7
15	Saya berusaha memberikan kartu untuk garansi	1	2	3	4	5	6	7

	diperlukan dalam usaha ini	1	2	3	4	5	6	7
8	Pelayanan terhadap pembeli memerlukan keahlian dan keterampilan tertentu	1	2	3	4	5	6	7
9	Usaha ini diperlukan ketekunan sesuai dengan keahlian yang dimiliki	1	2	3	4	5	6	7
10	Saya bersedia untuk meningkatkan keterampilan yang diperlukan dalam usaha ini	1	2	3	4	5	6	7
11	Para karyawan/bawahan bersedia mencurahkan perhatian untuk memajukan usaha ini	1	2	3	4	5	6	7
12	Para pekerja diberikan gaji tepat waktu	1	2	3	4	5	6	7
13	Besarnya balas jasa diberikan tergantung tingkat keuntungan diperoleh usaha ini	1	2	3	4	5	6	7
14	Pekerja ditempatkan dengan layak dan diberikan balas jasa sesuai upah minimum	1	2	3	4	5	6	7
15	Para pekerja melakukan tugasnya sesuai dengan keahliannya	1	2	3	4	5	6	7
16	Pekerja biasanya dilatih atau kerja sambil magang	1	2	3	4	5	6	7
17	Saya menjalankan usaha ini karena malu apabila menganggur	1	2	3	4	5	6	7
18	Pendidikan sangat diperlukan dalam menekuni usaha ini	1	2	3	4	5	6	7
19	Semakin lama menekuni usaha ini, akan semakin mafan	1	2	3	4	5	6	7
20	Umur seseorang pekerja menentukan tingkat produktivitas	1	2	3	4	5	6	7
21	Lainnya.....	1	2	3	4	5	6	7

Sangat
Tidak
setujuSangat
Setuju

H. Aspek kewirausahaan

Pada bagian ini responden diminta untuk memberikan penilaian aspek-aspek kewirausahaan yang mempengaruhi pengelolaan usaha anda.

Petunjuk: Jawablah semua pertanyaan berikut dengan melingkari (O) angka yang yang tersedia disebelah kanan

		Sangat Tidak Setuju							Sangat Setuju						
1	Dalam menekuni usaha ini diperlukan semangat, kesabaran, dan kerja keras	1	2	3	4	5	6	7							
2	Dalam menekuni usaha ini diperlukan keberanian mengambil risiko	1	2	3	4	5	6	7							
3	Dalam menekuni usaha ini diperlukan hubungan yang baik antara pelanggan, pekerja, dan Pemasok	1	2	3	4	5	6	7							
4	Keberhasilan usaha tergantung tempat usaha, bidang usaha dan dukungan dari keluarga	1	2	3	4	5	6	7							
5	Dalam menekuni usaha ini diperlukan dorongan untuk lebih maju	1	2	3	4	5	6	7							
6	Dalam menekuni usaha ini diperlukan daya juang dan kemampuan diri yang tinggi	1	2	3	4	5	6	7							
7	Dalam menunjang usaha ini, faktor pendorong untuk maju berasal dari keluarga terdekat	1	2	3	4	5	6	7							
8	Dalam menekuni usaha ini dieprlukan kreativitas	1	2	3	4	5	6	7							
9	Apabila terbuka kesempatan untuk membuka usaha baru, maka saya akan berpindah ke usaha baru yang lebih berprospek	1	2	3	4	5	6	7							
10	Saya akan berusaha menawarkan atau menciptakan kelebihan-kelebihan dari barang/jasa yang saya jual untuk memenangkan persaingan	1	2	3	4	5	6	7							
11	Saya akan berusaha untuk														

	membuka usaha sampingan yang dapat mendukung pengembangan usaha yang saya tekuni ini	1	2	3	4	5	6	7
12	Saya akan berusaha untuk mengajak keluarga terdekat untuk bermitra dalam usaha ini	1	2	3	4	5	6	7
13	Saya akan berusaha untuk mementingkan hubungan kekeluargaan didalam menyelesaikan perselisihan pendapat dengan mitra saya	1	2	3	4	5	6	7
14	Didalam pengambilan keputusan yang berkaitan usaha ini saya perlu mempertimbangkan usul bawahan	1	2	3	4	5	6	7
15	Saya akan berusaha membuka usaha yang lebih berprospek sebelum usaha ini ditutup	1	2	3	4	5	6	7
16	Lainnya.....	1	2	3	4	5	6	7

Sangat
Tidak
Setuju

Sangat
Setuju

Terima kasih atas kesediaan Bapak/Ibu/Sdr(i) untuk menjawab semua pertanyaan ini.....

Enumerator,

(.....)

Lampiran 2. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Reliability Of Aspek Kinerja

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	C1	3.6997	1.3942	323.0
2.	C2	2.0155	1.2816	323.0
3.	C3	2.4149	1.4770	323.0
4.	C4	2.0217	1.4195	323.0
5.	C5	2.4272	1.1809	323.0
6.	C6	2.4396	1.1028	323.0
7.	C7	2.1827	1.1176	323.0
8.	C8	1.2632	.4410	323.0
9.	C9	1.1486	.5011	323.0
10.	C10	2.2663	1.4923	323.0

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
C1	18.1796	31.9180	.5766	.6889
C2	19.8638	39.0994	.1374	.7604
C3	19.4644	29.8023	.6797	.6670
C4	19.4644	29.8023	.5868	.6867
C5	19.8576	31.5697	.6220	.6858
C6	19.4520	33.0994	.3858	.7222
C7	19.4396	36.5825	.7002	.6760
C8	19.6966	32.7400	-.0423	.7555
C9	20.6161	42.9950	-.0266	.7559
C10	20.7307	42.8682	.1932	.7594
	19.6130	37.2007		

Reliability Coefficients

N of Cases = 323.0

Alpha = .7407

N of Items = 10

Reliability of Aspek Keuangan

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	DA	6.7996	.9445	504.0
2.	DB	2.8611	2.3084	504.0
3.	DC	6.8591	.7064	504.0
4.	DD	6.8016	.8762	504.0
5.	DE	6.8631	.6546	504.0
6.	DF	6.8214	.7244	504.0
7.	DG	6.7837	.8500	504.0
8.	DH	5.7302	2.0719	504.0
9.	DI	6.4087	1.0847	504.0
10.	DJ	6.0317	1.5170	504.0
11.	DK	6.7857	.8470	504.0
12.	DL	6.7798	.8924	504.0
13.	DM	6.6647	.7727	504.0
14.	DN	6.5754	.9922	504.0
15.	DO	6.3056	1.6254	504.0

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
			-.0588	.6863
	88.2718	60.0433	-.0761	.7516
	92.2103	57.4070	.3315	.6511
	88.2123	56.0682	.5770	.6234
	88.2698	52.0145	.5966	.6326
	88.2083	53.9108	.5346	.6342
	88.2500	53.8658	.6096	.6214
	88.2877	51.8872	.2879	.6607
	89.3413	47.5533	.4523	.6303
	88.6627	51.8343	.1445	.6747
	89.0397	54.5352	.6332	.6192
	88.2857	51.6478	.4911	.6316
	88.2917	52.9028	.3732	.6462
	88.4067	55.1921	.4034	.6383
	88.4960	53.2485	.2530	.6583
	88.7659	51.5276		

10
9
8
7
6
5
4
3
2
1

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)



Reliability Coefficients

N of Cases = 504.0

N of Items = 15

Alpha = .6671

Reliability of Aspek Lingkungan

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	EA	6.1369	1.4376	504.0
2.	EB	6.9127	.3788	504.0
3.	EC	6.8254	.7575	504.0
4.	ED	6.4603	1.0896	504.0
5.	EE	6.4107	1.3242	504.0
6.	EF	6.9008	.5333	504.0
7.	EG	6.6071	1.3153	504.0
8.	EH	6.8214	.8245	504.0
9.	EI	6.5774	1.2540	504.0
10.	EJ	6.6944	1.1989	504.0
11.	EK	5.0813	2.5844	504.0
12.	EL	4.8591	2.6577	504.0
13.	EM	5.7897	1.7302	504.0
14.	EN	6.2044	1.6503	504.0
15.	EO	6.3631	1.4630	504.0
16.	EP	5.1508	2.2243	504.0
17.	EQU	2.1587	2.2889	504.0
18.	ER	6.5794	1.2618	504.0

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
EA	102.3968	128.3591	.1985	.7087
EB	101.6210	134.0132	.3121	.7084
EC	101.7083	128.9824	.4264	.6981
ED	102.0734	129.1377	.2652	.7036
EE	102.1230	122.7920	.4208	.6900
EF	101.6329	133.2666	.2715	.7075
EG	101.9266	124.0602	.3789	.6936
EH	101.7123	128.7540	.3987	.6984
EI	101.9563	126.7540	.3497	.6965
EJ	101.8393	125.4971	.2936	.7011
EK	101.8393	127.5069	.2936	.6943
EL	103.4524	110.0375	.3721	.6795
EM	103.6746	104.7011	.4620	.6891
EN	102.7440	118.9741	.3955	.6750
EO	102.7440	118.9741	.5292	.6864
EP	102.3294	115.4062	.4429	.6774
EQU	102.1706	120.5275	.4709	.7769
ER	103.3829	109.9783	-.2803	.6978
	106.3750	147.2249	.3326	
	101.9544	125.8846		

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Reliability Coefficients

N of Cases = 504.0

N of Items = 18

Alpha = .7123

Reliability of Aspek Pemasaran

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	FA	6.7897	.8643	504.0
2.	FB	6.6726	1.0118	504.0
3.	FC	6.6667	.9687	504.0
4.	FD	6.7897	.8072	504.0
5.	FE	6.6171	1.1237	504.0
6.	FF	4.7004	2.6036	504.0
7.	FG	6.4940	1.3829	504.0
8.	FH	6.8016	.8532	504.0
9.	FI	6.8869	.4936	504.0
10.	FJ	6.8750	.6034	504.0
11.	FK	6.8750	.5297	504.0
12.	FL	6.3135	1.2972	504.0
13.	FM	6.5694	1.0472	504.0
14.	FN	6.6825	1.1041	504.0
15.	FO	2.5536	2.4154	504.0
16.	FP	6.7004	1.0846	504.0

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
FA	94.1984	69.9327	.5826	.6855
FB	94.3155	71.6279	.3766	.6987
FC	94.3214	69.7335	.5210	.6873
FD	94.1984	70.6285	.5765	.6878
FE	94.3710	69.7328	.4319	.6923
FF	96.2877	61.2391	.2720	.7362
FG	94.4940	67.4870	.4270	.6900
FH	94.1865	72.0208	.4387	.6964
FI	94.1012	75.8804	.3462	.7086
FJ	94.1131	73.9574	.4606	.7009
FK	94.1131	75.0945	.4059	.7053
FL	94.6746	69.1702	.3822	.6957
FM	94.4187	69.8940	.4632	.6906
FN	94.3056	68.8846	.4909	.6869
FO	98.4345	77.9241	-.1092	.7950
FP	94.2877	70.1497	.4279	.6932

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Reliability Coefficients

N of Cases = 504.0

N of Items = 16

Alpha = .7169

Reliability of Aspek SDM

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	GA	6.7381	1.1115	504.0
2.	GB	6.7817	.8623	504.0
3.	GC	6.8552	.6999	504.0
4.	GD	6.8056	.6628	504.0
5.	GEE	6.5655	1.0718	504.0
6.	GF	6.8651	.5963	504.0
7.	GG	6.8889	.6365	504.0
8.	GH	6.7361	.9415	504.0
9.	GI	6.7897	.8047	504.0
10.	GJ	6.7599	.9374	504.0
11.	GK	6.6250	1.2228	504.0
12.	GL	6.4901	1.3843	504.0
13.	GM	6.5198	1.3300	504.0
14.	GN	6.3671	1.5232	504.0
15.	GO	6.2976	1.6306	504.0
16.	GP	5.0952	2.3217	504.0
17.	GQ	6.1687	1.7603	504.0
18.	GR	5.8452	1.4988	504.0
19.	GS	6.5813	.9611	504.0
20.	GTE	6.6687	.9112	504.0

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
GA	123.7063	147.6949	.4558	.8508
GB	123.6627	149.0033	.5462	.8492
GC	123.5893	152.5248	.4761	.8522
GD	123.6389	152.6765	.4964	.8520
GEE	123.8790	145.8084	.5520	.8476
GF	123.5794	154.9718	.3987	.8545
GG	123.5556	156.0685	.3001	.8562
GH	123.7083	146.5331	.6065	.8467
GI	123.6548	148.6917	.6067	.8480
GJ	123.6845	146.2959	.6205	.8463
GK	123.8194	141.8500	.6145	.8443
GL	123.9544	139.4194	.6090	.8438
GM	123.9246	142.3959	.5381	.8472
GN	124.0774	136.1630	.6403	.8419
GO	124.1468	140.8015	.4596	.8515
GP	125.3492	143.8659	.2153	.8759
GQ	124.2758	139.8423	.4397	.8534
GR	124.5992	147.0955	.3274	.8573
GS	123.8631	149.3828	.4656	.8510
GTE	123.7758	151.2121	.4107	.8528

Reliability Coefficients

N of Cases = 504.0

N of Items = 20

Alpha = .8576

Reliability of Aspek Kewirausahaan

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	HA	6.9048	.6297	504.0
2.	HB	6.8810	.5476	504.0
3.	HC	6.9187	.4540	504.0
4.	HD	6.7778	.8520	504.0
5.	HE	6.8810	.6029	504.0
6.	HF	6.8095	.8121	504.0
7.	HG	6.6647	1.0592	504.0
8.	HH	6.7540	.9682	504.0
9.	HI	6.7024	.8977	504.0
10.	IJJ	6.7718	.8255	504.0
11.	HK	6.8175	.6511	504.0
12.	HL	6.3889	1.5027	504.0
13.	HM	6.3274	1.1906	504.0
14.	HN	6.2917	1.1915	504.0
15.	HO	6.8194	.7225	504.0

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
HA			.5815	.8589
HB	93.8056	58.5029	.5866	.8599
HC	93.8294	59.2551	.5223	.8631
HD	93.7917	60.6026	.5918	.8564
HE	93.9325	56.2141	.6135	.8582
HF	93.8294	58.4798	.5962	.8564
HG	93.9008	56.5587	.5975	.8555
HH	94.0456	54.0715	.6422	.8532
HI	93.9563	54.3917	.4934	.8609
IJJ	94.0079	57.0059	.5939	.8564
HK	93.9385	56.4515	.4479	.8633
HL	93.8929	59.5750	.5471	.8643
HM	94.3214	50.5525	.3759	.8702
HN	94.3829	56.3640	.4930	.8628
HO	94.4187	54.4148	.5143	.8605
	93.8909	58.3042		

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)



Reliability Coefficients

of Cases = 504.0

N of Items = 15

Alpha = .8681

Lampiran 3. Deskriptif Responden dan Variabel Penelitian

Statistics

		NORESP	RESCODE	NAME	BUSINESS	AGE
N	Valid	504	504	504	504	504
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		252,50				37,89
Std. Deviation		145,64				9,17
Variance		21210,00				84,17
Minimum		1				17
Maximum		504				64

Statistics

		EDU	ADDRESS	REGSOURC	REGRES	MEMFAM
N	Valid	504	504	504	504	504
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		2,40				3,49
Std. Deviation		,93				1,98
Variance		,87				3,92
Minimum		0				0
Maximum		5				13

Statistics

		MSTATUS	B1	B2	B3	B4
N	Valid	504	503	503	502	504
	Missing	0	1	1	2	0
Mean		1,21	1993,06	1,40	2,24	1,92
Std. Deviation		,57	7,57	,83	2,96	,89
Variance		,33	57,37	,69	8,77	,80
Minimum		1	1960	1	0	1
Maximum		4	2003	4	35	4

		B5	B6	B7	B8	B9
N	Valid	479	496	504	502	504
	Missing	25	8	0	2	0
Mean		2,00	1,11		1,25	
Std. Deviation		1,14	,36		,56	
Variance		1,29	,13		,32	
Minimum		0	1		1	
Maximum		4	3		3	

Statistics

		C1	C2	C3	C4	C5
N	Valid	504	504	504	502	503
	Missing	0	0	0	2	1
Mean		3,48	1,75	2,21	1,86	2,21
Std. Deviation		1,46	1,19	1,44	1,36	1,14
Variance		2,13	1,42	2,08	1,85	1,30
Minimum		1	1	1	1	1
Maximum		5	5	5	6	5

Statistics

		C6	C7	C8	C9	C10
N	Valid	504	504	504	503	327
	Missing	0	0	0	1	177
Mean		2,37	1,99	1,32	1,46	2,28
Std. Deviation		1,11	1,07	,48	,60	1,51
Variance		1,22	1,15	,23	,36	2,27
Minimum		1	1	1	1	1
Maximum		5	4	4	7	7

Statistics

		DA	DB	DC	DD	DE
N	Valid	504	504	504	504	504
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		6,80	2,86	6,86	6,80	6,86
Std. Deviation		,94	2,31	,71	,88	,65
Variance		,89	5,33	,50	,77	,43
Minimum		1	1	1	1	1
Maximum		7	7	7	7	7

Statistics

		DF	DG	DH	DI	DJ
N	Valid	504	504	504	504	504
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		6,82	6,78	5,73	6,41	6,03
Std. Deviation		,72	,85	2,07	1,08	1,52
Variance		,52	,72	4,29	1,18	2,30
Minimum		1	1	1	1	1
Maximum		7	7	7	7	7

Statistics

		DK	DL	DM	DN	DO
N	Valid	504	504	504	504	504
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		6,79	6,78	6,66	6,58	6,31
Std. Deviation		,85	,89	,77	,99	1,63
Variance		,72	,80	,60	,98	2,64
Minimum		1	1	1	1	1
Maximum		7	7	7	7	7

Statistics

		EA	EB	EC	ED	EE
N	Valid	504	504	504	504	504
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		6,14	6,91	6,83	6,46	6,41
Std. Deviation		1,44	,38	,76	1,09	1,32
Variance		2,07	,14	,57	1,19	1,75
Minimum		1	3	1	1	1
Maximum		7	7	7	7	7

Statistics

		EF	EG	EH	EI	EJ
N	Valid	504	504	504	504	504
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		6,90	6,61	6,82	6,58	6,69
Std. Deviation		,53	1,32	,82	1,25	1,20
Variance		,28	1,73	,68	1,57	1,44
Minimum		1	1	1	1	1
Maximum		7	7	7	7	7

Statistics

		EK	EL	EM	EN	EO
N	Valid	504	504	504	504	504
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		5,08	4,86	5,79	6,20	6,36
Std. Deviation		2,58	2,66	1,73	1,65	1,46
Variance		6,68	7,06	2,99	2,72	2,14
Minimum		1	1	1	1	1
Maximum		7	7	7	7	7

Statistics

		EP	EQU	ER	FA	FB
N	Valid	504	504	504	504	504
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		5,15	2,16	6,58	6,79	6,67
Std. Deviation		2,22	2,29	1,26	,86	1,01
Variance		4,95	5,24	1,59	,75	1,02
Minimum		1	1	1	1	1
Maximum		7	7	7	7	7

Statistics

		FC	FD	FE	FF	FG
N	Valid	504	504	504	504	504
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		6,67	6,79	6,62	4,70	6,49
Std. Deviation		,97	,81	1,12	2,60	1,38
Variance		,94	,65	1,26	6,78	1,91
Minimum		1	1	1	1	1
Maximum		7	7	7	7	7

Statistics

		FH	FI	FJ	FK	FL
N	Valid	504	504	504	504	504
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		6,80	6,89	6,88	6,88	6,31
Std. Deviation		,85	,49	,60	,53	1,30
Variance		,73	,24	,36	,28	1,68
Minimum		1	1	1	1	1
Maximum		7	7	7	7	7

Statistics

		FM	FN	FO	FP	GA
N	Valid	504	504	504	504	504
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		6,57	6,68	2,55	6,70	6,74
Std. Deviation		1,05	1,10	2,42	1,08	1,11
Variance		1,10	1,22	5,83	1,18	1,24
Minimum		1	1	1	1	1
Maximum		7	7	7	7	7

Statistics

		GB	GC	GD	GEE	GF
N	Valid	504	504	504	504	504
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		6,78	6,86	6,81	6,57	6,87
Std. Deviation		,86	,70	,66	1,07	,60
Variance		,74	,49	,44	1,15	,36
Minimum		1	2	1	1	1
Maximum		7	7	7	7	7

Statistics

		GG	GH	GI	GJ	GK
N	Valid	504	504	504	504	504
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		6,89	6,74	6,79	6,76	6,63
Std. Deviation		,64	,94	,80	,94	1,22
Variance		,41	,89	,65	,88	1,50
Minimum		1	1	1	1	1
Maximum		7	7	7	7	7

Statistics

		GL	GM	GN	GO	GP
N	Valid	504	504	504	504	504
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		6,49	6,52	6,37	6,30	5,10
Std. Deviation		1,38	1,33	1,52	1,63	2,32
Variance		1,92	1,77	2,32	2,66	5,39
Minimum		1	1	1	1	1
Maximum		7	7	7	7	7

Statistics

		GQ	GR	GS	GTE	HA
N	Valid	504	504	504	504	504
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		6,17	5,85	6,58	6,67	6,90
Std. Deviation		1,76	1,50	,96	,91	,63
Variance		3,10	2,25	,92	,83	,40
Minimum		1	1	1	1	1
Maximum		7	7	7	7	7

Statistics

		HB	HC	HD	HE	HF
N	Valid	504	504	504	504	504
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		6,88	6,92	6,78	6,88	6,81
Std. Deviation		,55	,45	,85	,60	,81
Variance		,30	,21	,73	,36	,66
Minimum		2	1	1	1	1
Maximum		7	7	7	7	7

Statistics

		HG	HH	HI	HJ	HK
N	Valid	504	504	504	504	504
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		6,66	6,75	6,70	6,77	6,82
Std. Deviation		1,06	,97	,90	,83	,65
Variance		1,12	,94	,81	,68	,42
Minimum		1	1	1	1	1
Maximum		7	7	7	7	7

Statistics

		HL	HM	HN	HO
N	Valid	504	504	504	504
	Missing	0	0	0	0
Mean		6,39	6,33	6,29	6,82
Std. Deviation		1,50	1,19	1,19	,72
Variance		2,26	1,42	1,42	,52
Minimum		1	1	1	1
Maximum		7	7	7	7

Frequency Table

NORESP

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	,2	,2	,2
2	1	,2	,2	,4
3	1	,2	,2	,6
4	1	,2	,2	,8
5	1	,2	,2	1,0
6	1	,2	,2	1,2
7	1	,2	,2	1,4
8	1	,2	,2	1,6
9	1	,2	,2	1,8
10	1	,2	,2	2,0
11	1	,2	,2	2,2
12	1	,2	,2	2,4
13	1	,2	,2	2,6
14	1	,2	,2	2,8
15	1	,2	,2	3,0
16	1	,2	,2	3,2
17	1	,2	,2	3,4
18	1	,2	,2	3,6
19	1	,2	,2	3,8

NORESP

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 20	1	.2	.2	4,0
21	1	.2	.2	4,2
22	1	.2	.2	4,4
23	1	.2	.2	4,6
24	1	.2	.2	4,8
25	1	.2	.2	5,0
26	1	.2	.2	5,2
27	1	.2	.2	5,4
28	1	.2	.2	5,6
29	1	.2	.2	5,8
30	1	.2	.2	6,0
31	1	.2	.2	6,2
32	1	.2	.2	6,3
33	1	.2	.2	6,5
34	1	.2	.2	6,7
35	1	.2	.2	6,9
36	1	.2	.2	7,1
37	1	.2	.2	7,3
38	1	.2	.2	7,5
39	1	.2	.2	7,7
40	1	.2	.2	7,9
41	1	.2	.2	8,1
42	1	.2	.2	8,3
43	1	.2	.2	8,5
44	1	.2	.2	8,7
45	1	.2	.2	8,9
46	1	.2	.2	9,1
47	1	.2	.2	9,3
48	1	.2	.2	9,5
49	1	.2	.2	9,7
50	1	.2	.2	9,9
51	1	.2	.2	10,1
52	1	.2	.2	10,3
53	1	.2	.2	10,5
54	1	.2	.2	10,7
55	1	.2	.2	10,9
56	1	.2	.2	11,1
57	1	.2	.2	11,3
58	1	.2	.2	11,5
59	1	.2	.2	11,7
60	1	.2	.2	11,9
61	1	.2	.2	12,1
62	1	.2	.2	12,3
63	1	.2	.2	12,5
64	1	.2	.2	12,7
65	1	.2	.2	12,9
66	1	.2	.2	13,1

NORESP

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 67	1	,2	,2	13,3
68	1	,2	,2	13,5
69	1	,2	,2	13,7
70	1	,2	,2	13,9
71	1	,2	,2	14,1
72	1	,2	,2	14,3
73	1	,2	,2	14,5
74	1	,2	,2	14,7
75	1	,2	,2	14,9
76	1	,2	,2	15,1
77	1	,2	,2	15,3
78	1	,2	,2	15,5
79	1	,2	,2	15,7
80	1	,2	,2	15,9
81	1	,2	,2	16,1
82	1	,2	,2	16,3
83	1	,2	,2	16,5
84	1	,2	,2	16,7
85	1	,2	,2	16,9
86	1	,2	,2	17,1
87	1	,2	,2	17,3
88	1	,2	,2	17,5
89	1	,2	,2	17,7
90	1	,2	,2	17,9
91	1	,2	,2	18,1
92	1	,2	,2	18,3
93	1	,2	,2	18,5
94	1	,2	,2	18,7
95	1	,2	,2	18,8
96	1	,2	,2	19,0
97	1	,2	,2	19,2
98	1	,2	,2	19,4
99	1	,2	,2	19,6
100	1	,2	,2	19,8
101	1	,2	,2	20,0
102	1	,2	,2	20,2
103	1	,2	,2	20,4
104	1	,2	,2	20,6
105	1	,2	,2	20,8
106	1	,2	,2	21,0
107	1	,2	,2	21,2
108	1	,2	,2	21,4
109	1	,2	,2	21,6
110	1	,2	,2	21,8
111	1	,2	,2	22,0
112	1	,2	,2	22,2
113	1	,2	,2	22,4

NORESP

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 114	1	,2	,2	22,6
115	1	,2	,2	22,8
116	1	,2	,2	23,0
117	1	,2	,2	23,2
118	1	,2	,2	23,4
119	1	,2	,2	23,6
120	1	,2	,2	23,8
121	1	,2	,2	24,0
122	1	,2	,2	24,2
123	1	,2	,2	24,4
124	1	,2	,2	24,6
125	1	,2	,2	24,8
126	1	,2	,2	25,0
127	1	,2	,2	25,2
128	1	,2	,2	25,4
129	1	,2	,2	25,6
130	1	,2	,2	25,8
131	1	,2	,2	26,0
132	1	,2	,2	26,2
133	1	,2	,2	26,4
134	1	,2	,2	26,6
135	1	,2	,2	26,8
136	1	,2	,2	27,0
137	1	,2	,2	27,2
138	1	,2	,2	27,4
139	1	,2	,2	27,6
140	1	,2	,2	27,8
141	1	,2	,2	28,0
142	1	,2	,2	28,2
143	1	,2	,2	28,4
144	1	,2	,2	28,6
145	1	,2	,2	28,8
146	1	,2	,2	29,0
147	1	,2	,2	29,2
148	1	,2	,2	29,4
149	1	,2	,2	29,6
150	1	,2	,2	29,8
151	1	,2	,2	30,0
152	1	,2	,2	30,2
153	1	,2	,2	30,4
154	1	,2	,2	30,6
155	1	,2	,2	30,8
156	1	,2	,2	31,0
157	1	,2	,2	31,2
158	1	,2	,2	31,3
159	1	,2	,2	31,5
160	1	,2	,2	31,7

NORESP

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 161	1	.2	.2	31,9
162	1	.2	.2	32,1
163	1	.2	.2	32,3
164	1	.2	.2	32,5
165	1	.2	.2	32,7
166	1	.2	.2	32,9
167	1	.2	.2	33,1
168	1	.2	.2	33,3
169	1	.2	.2	33,5
170	1	.2	.2	33,7
171	1	.2	.2	33,9
172	1	.2	.2	34,1
173	1	.2	.2	34,3
174	1	.2	.2	34,5
175	1	.2	.2	34,7
176	1	.2	.2	34,9
177	1	.2	.2	35,1
178	1	.2	.2	35,3
179	1	.2	.2	35,5
180	1	.2	.2	35,7
181	1	.2	.2	35,9
182	1	.2	.2	36,1
183	1	.2	.2	36,3
184	1	.2	.2	36,5
185	1	.2	.2	36,7
186	1	.2	.2	36,9
187	1	.2	.2	37,1
188	1	.2	.2	37,3
189	1	.2	.2	37,5
190	1	.2	.2	37,7
191	1	.2	.2	37,9
192	1	.2	.2	38,1
193	1	.2	.2	38,3
194	1	.2	.2	38,5
195	1	.2	.2	38,7
196	1	.2	.2	38,9
197	1	.2	.2	39,1
198	1	.2	.2	39,3
199	1	.2	.2	39,5
200	1	.2	.2	39,7
201	1	.2	.2	39,9
202	1	.2	.2	40,1
203	1	.2	.2	40,3
204	1	.2	.2	40,5
205	1	.2	.2	40,7
206	1	.2	.2	40,9
207	1	.2	.2	41,1

NORESP

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 208	1	,2	,2	41,3
209	1	,2	,2	41,5
210	1	,2	,2	41,7
211	1	,2	,2	41,9
212	1	,2	,2	42,1
213	1	,2	,2	42,3
214	1	,2	,2	42,5
215	1	,2	,2	42,7
216	1	,2	,2	42,9
217	1	,2	,2	43,1
218	1	,2	,2	43,3
219	1	,2	,2	43,5
220	1	,2	,2	43,7
221	1	,2	,2	43,8
222	1	,2	,2	44,0
223	1	,2	,2	44,2
224	1	,2	,2	44,4
225	1	,2	,2	44,6
226	1	,2	,2	44,8
227	1	,2	,2	45,0
228	1	,2	,2	45,2
229	1	,2	,2	45,4
230	1	,2	,2	45,6
231	1	,2	,2	45,8
232	1	,2	,2	46,0
233	1	,2	,2	46,2
234	1	,2	,2	46,4
235	1	,2	,2	46,6
236	1	,2	,2	46,8
237	1	,2	,2	47,0
238	1	,2	,2	47,2
239	1	,2	,2	47,4
240	1	,2	,2	47,6
241	1	,2	,2	47,8
242	1	,2	,2	48,0
243	1	,2	,2	48,2
244	1	,2	,2	48,4
245	1	,2	,2	48,6
246	1	,2	,2	48,8
247	1	,2	,2	49,0
248	1	,2	,2	49,2
249	1	,2	,2	49,4
250	1	,2	,2	49,6
251	1	,2	,2	49,8
252	1	,2	,2	50,0
253	1	,2	,2	50,2
254	1	,2	,2	50,4

NORESP



	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 255	1	,2	,2	50,6
256	1	,2	,2	50,8
257	1	,2	,2	51,0
258	1	,2	,2	51,2
259	1	,2	,2	51,4
260	1	,2	,2	51,6
261	1	,2	,2	51,8
262	1	,2	,2	52,0
263	1	,2	,2	52,2
264	1	,2	,2	52,4
265	1	,2	,2	52,6
266	1	,2	,2	52,8
267	1	,2	,2	53,0
268	1	,2	,2	53,2
269	1	,2	,2	53,4
270	1	,2	,2	53,6
271	1	,2	,2	53,8
272	1	,2	,2	54,0
273	1	,2	,2	54,2
274	1	,2	,2	54,4
275	1	,2	,2	54,6
276	1	,2	,2	54,8
277	1	,2	,2	55,0
278	1	,2	,2	55,2
279	1	,2	,2	55,4
280	1	,2	,2	55,6
281	1	,2	,2	55,8
282	1	,2	,2	56,0
283	1	,2	,2	56,2
284	1	,2	,2	56,3
285	1	,2	,2	56,5
286	1	,2	,2	56,7
287	1	,2	,2	56,9
288	1	,2	,2	57,1
289	1	,2	,2	57,3
290	1	,2	,2	57,5
291	1	,2	,2	57,7
292	1	,2	,2	57,9
293	1	,2	,2	58,1
294	1	,2	,2	58,3
295	1	,2	,2	58,5
296	1	,2	,2	58,7
297	1	,2	,2	58,9
298	1	,2	,2	59,1
299	1	,2	,2	59,3
300	1	,2	,2	59,5
301	1	,2	,2	59,7

NORESP

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 302	1	,2	,2	59,9
303	1	,2	,2	60,1
304	1	,2	,2	60,3
305	1	,2	,2	60,5
306	1	,2	,2	60,7
307	1	,2	,2	60,9
308	1	,2	,2	61,1
309	1	,2	,2	61,3
310	1	,2	,2	61,5
311	1	,2	,2	61,7
312	1	,2	,2	61,9
313	1	,2	,2	62,1
314	1	,2	,2	62,3
315	1	,2	,2	62,5
316	1	,2	,2	62,7
317	1	,2	,2	62,9
318	1	,2	,2	63,1
319	1	,2	,2	63,3
320	1	,2	,2	63,5
321	1	,2	,2	63,7
322	1	,2	,2	63,9
323	1	,2	,2	64,1
324	1	,2	,2	64,3
325	1	,2	,2	64,5
326	1	,2	,2	64,7
327	1	,2	,2	64,9
328	1	,2	,2	65,1
329	1	,2	,2	65,3
330	1	,2	,2	65,5
331	1	,2	,2	65,7
332	1	,2	,2	65,9
333	1	,2	,2	66,1
334	1	,2	,2	66,3
335	1	,2	,2	66,5
336	1	,2	,2	66,7
337	1	,2	,2	66,9
338	1	,2	,2	67,1
339	1	,2	,2	67,3
340	1	,2	,2	67,5
341	1	,2	,2	67,7
342	1	,2	,2	67,9
343	1	,2	,2	68,1
344	1	,2	,2	68,3
345	1	,2	,2	68,5
346	1	,2	,2	68,7
347	1	,2	,2	68,8
348	1	,2	,2	69,0

NORESP

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 349	1	.2	.2	
350	1	.2	.2	69,2
351	1	.2	.2	69,4
352	1	.2	.2	69,6
353	1	.2	.2	69,8
354	1	.2	.2	70,0
355	1	.2	.2	70,2
356	1	.2	.2	70,4
357	1	.2	.2	70,6
358	1	.2	.2	70,8
359	1	.2	.2	71,0
360	1	.2	.2	71,2
361	1	.2	.2	71,4
362	1	.2	.2	71,6
363	1	.2	.2	71,8
364	1	.2	.2	72,0
365	1	.2	.2	72,2
366	1	.2	.2	72,4
367	1	.2	.2	72,6
368	1	.2	.2	72,8
369	1	.2	.2	73,0
370	1	.2	.2	73,2
371	1	.2	.2	73,4
372	1	.2	.2	73,6
373	1	.2	.2	73,8
374	1	.2	.2	74,0
375	1	.2	.2	74,2
376	1	.2	.2	74,4
377	1	.2	.2	74,6
378	1	.2	.2	74,8
379	1	.2	.2	75,0
380	1	.2	.2	75,2
381	1	.2	.2	75,4
382	1	.2	.2	75,6
383	1	.2	.2	75,8
384	1	.2	.2	76,0
385	1	.2	.2	76,2
386	1	.2	.2	76,4
387	1	.2	.2	76,6
388	1	.2	.2	76,8
389	1	.2	.2	77,0
390	1	.2	.2	77,2
391	1	.2	.2	77,4
392	1	.2	.2	77,6
393	1	.2	.2	77,8
394	1	.2	.2	78,0
395	1	.2	.2	78,2
				78,4

NORESP

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 396	1	,2	,2	78,6
397	1	,2	,2	78,8
398	1	,2	,2	79,0
399	1	,2	,2	79,2
400	1	,2	,2	79,4
401	1	,2	,2	79,6
402	1	,2	,2	79,8
403	1	,2	,2	80,0
404	1	,2	,2	80,2
405	1	,2	,2	80,4
406	1	,2	,2	80,6
407	1	,2	,2	80,8
408	1	,2	,2	81,0
409	1	,2	,2	81,2
410	1	,2	,2	81,3
411	1	,2	,2	81,5
412	1	,2	,2	81,7
413	1	,2	,2	81,9
414	1	,2	,2	82,1
415	1	,2	,2	82,3
416	1	,2	,2	82,5
417	1	,2	,2	82,7
418	1	,2	,2	82,9
419	1	,2	,2	83,1
420	1	,2	,2	83,3
421	1	,2	,2	83,5
422	1	,2	,2	83,7
423	1	,2	,2	83,9
424	1	,2	,2	84,1
425	1	,2	,2	84,3
426	1	,2	,2	84,5
427	1	,2	,2	84,7
428	1	,2	,2	84,9
429	1	,2	,2	85,1
430	1	,2	,2	85,3
431	1	,2	,2	85,5
432	1	,2	,2	85,7
433	1	,2	,2	85,9
434	1	,2	,2	86,1
435	1	,2	,2	86,3
436	1	,2	,2	86,5
437	1	,2	,2	86,7
438	1	,2	,2	86,9
439	1	,2	,2	87,1
440	1	,2	,2	87,3
441	1	,2	,2	87,5
442	1	,2	,2	87,7

NORESP

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 443	1	,2	,2	87,9
444	1	,2	,2	88,1
445	1	,2	,2	88,3
446	1	,2	,2	88,5
447	1	,2	,2	88,7
448	1	,2	,2	88,9
449	1	,2	,2	89,1
450	1	,2	,2	89,3
451	1	,2	,2	89,5
452	1	,2	,2	89,7
453	1	,2	,2	89,9
454	1	,2	,2	90,1
455	1	,2	,2	90,3
456	1	,2	,2	90,5
457	1	,2	,2	90,7
458	1	,2	,2	90,9
459	1	,2	,2	91,1
460	1	,2	,2	91,3
461	1	,2	,2	91,5
462	1	,2	,2	91,7
463	1	,2	,2	91,9
464	1	,2	,2	92,1
465	1	,2	,2	92,3
466	1	,2	,2	92,5
467	1	,2	,2	92,7
468	1	,2	,2	92,9
469	1	,2	,2	93,1
470	1	,2	,2	93,3
471	1	,2	,2	93,5
472	1	,2	,2	93,7
473	1	,2	,2	93,8
474	1	,2	,2	94,0
475	1	,2	,2	94,2
476	1	,2	,2	94,4
477	1	,2	,2	94,6
478	1	,2	,2	94,8
479	1	,2	,2	95,0
480	1	,2	,2	95,2
481	1	,2	,2	95,4
482	1	,2	,2	95,6
483	1	,2	,2	95,8
484	1	,2	,2	96,0
485	1	,2	,2	96,2
486	1	,2	,2	96,4
487	1	,2	,2	96,6
488	1	,2	,2	96,8
489	1	,2	,2	97,0

NORESP

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 490	1	,2	,2	
491	1	,2	,2	97,2
492	1	,2	,2	97,4
493	1	,2	,2	97,6
494	1	,2	,2	97,8
495	1	,2	,2	98,0
496	1	,2	,2	98,2
497	1	,2	,2	98,4
498	1	,2	,2	98,6
499	1	,2	,2	98,8
500	1	,2	,2	99,0
501	1	,2	,2	99,2
502	1	,2	,2	99,4
503	1	,2	,2	99,6
504	1	,2	,2	99,8
Total	504	100,0	100,0	100,0

RESCODE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid BN 001	1	,2	,2	,2
BN 002	1	,2	,2	,4
BN 003	1	,2	,2	,6
BN 004	1	,2	,2	,8
BN 005	1	,2	,2	1,0
BN 006	1	,2	,2	1,2
BN 007	1	,2	,2	1,4
BN 008	1	,2	,2	1,6
BN 009	1	,2	,2	1,8
BN 010	1	,2	,2	2,0
BN 012	1	,2	,2	2,2
BN 013	1	,2	,2	2,4
BN 014	1	,2	,2	2,6
BN 015	1	,2	,2	2,8
BN 016	1	,2	,2	3,0
BN 017	1	,2	,2	3,2
BN 018	1	,2	,2	3,4
BN 019	1	,2	,2	3,6
BN 020	1	,2	,2	3,8
BN 021	1	,2	,2	4,0
BN 022	1	,2	,2	4,2
BN 023	1	,2	,2	4,4
BN 024	1	,2	,2	4,6
BN 025	1	,2	,2	4,8
BN 026	1	,2	,2	5,0

RESCODE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid BN 027	1	,2	,2	5,2
BN 028	1	,2	,2	5,4
BN 029	1	,2	,2	5,6
BN 030	1	,2	,2	5,8
BN 031	1	,2	,2	6,0
BN 032	1	,2	,2	6,2
BN 033	1	,2	,2	6,3
BN 034	1	,2	,2	6,5
BN 035	1	,2	,2	6,7
BN 036	1	,2	,2	6,9
BN 037	1	,2	,2	7,1
BN 038	1	,2	,2	7,3
BN 039	1	,2	,2	7,5
BN 040	1	,2	,2	7,7
BN 041	1	,2	,2	7,9
BN 042	1	,2	,2	8,1
BN 043	1	,2	,2	8,3
BN 044	1	,2	,2	8,5
BN 045	1	,2	,2	8,7
BN 046	1	,2	,2	8,9
BN 047	1	,2	,2	9,1
BN 048	1	,2	,2	9,3
BN 049	1	,2	,2	9,5
BN 050	1	,2	,2	9,7
BN 051	1	,2	,2	9,9
BN 052	1	,2	,2	10,1
BN 053	1	,2	,2	10,3
BN 054	1	,2	,2	10,5
BN 055	1	,2	,2	10,7
BN 056	1	,2	,2	10,9
BN 057	1	,2	,2	11,1
BN 058	1	,2	,2	11,3
BN 059	1	,2	,2	11,5
BN 060	1	,2	,2	11,7
BN 061	1	,2	,2	11,9
BN 062	1	,2	,2	12,1
BN 063	1	,2	,2	12,3
BN 064	1	,2	,2	12,5
BN 065	1	,2	,2	12,7
BN 066	1	,2	,2	12,9
BN 067	1	,2	,2	13,1
BN 068	1	,2	,2	13,3
BN 069	1	,2	,2	13,5
BN 070	1	,2	,2	13,7
BN 071	1	,2	,2	13,9
BN 072	1	,2	,2	14,1
BN 073	1	,2	,2	14,3

RESCODE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid BN 074	1	.2	.2	14,5
BN 075	1	.2	.2	14,7
BN 076	1	.2	.2	14,9
BN 077	1	.2	.2	15,1
BN 078	1	.2	.2	15,3
BN 079	1	.2	.2	15,5
BN 080	1	.2	.2	15,7
BN 081	1	.2	.2	15,9
BN 082	2	.4	.4	16,3
BN 083	1	.2	.2	16,5
BN 084	1	.2	.2	16,7
BN 085	1	.2	.2	16,9
BN 086	1	.2	.2	17,1
BN 087	1	.2	.2	17,3
BN 088	1	.2	.2	17,5
BN 089	1	.2	.2	17,7
BN 090	1	.2	.2	17,9
BN 091	1	.2	.2	18,1
BN 092	1	.2	.2	18,3
BN 093	1	.2	.2	18,5
BN 094	1	.2	.2	18,7
BN 095	1	.2	.2	18,8
BN 096	1	.2	.2	19,0
BN 097	1	.2	.2	19,2
BN 098	1	.2	.2	19,4
BN 099	1	.2	.2	19,6
BN 100	1	.2	.2	19,8
BN 101	1	.2	.2	20,0
BN 102	1	.2	.2	20,2
BN 103	1	.2	.2	20,4
BN 104	1	.2	.2	20,6
BN 105	1	.2	.2	20,8
BN 106	1	.2	.2	21,0
BN 107	1	.2	.2	21,2
BN 108	1	.2	.2	21,4
BN 109	1	.2	.2	21,6
BN 110	1	.2	.2	21,8
MK 001	1	.2	.2	22,0
MK 002	1	.2	.2	22,2
MK 003	1	.2	.2	22,4
MK 004	1	.2	.2	22,6
MK 005	1	.2	.2	22,8
MK 006	1	.2	.2	23,0
MK 007	1	.2	.2	23,2
MK 008	1	.2	.2	23,4
MK 009	1	.2	.2	23,6
MK 010	1	.2	.2	23,8

RESCODE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid MK 011	1	.2	.2	24,0
MK 012	1	.2	.2	24,2
MK 013	1	.2	.2	24,4
MK 014	1	.2	.2	24,6
MK 015	1	.2	.2	24,8
MK 016	1	.2	.2	25,0
MK 017	1	.2	.2	25,2
MK 018	1	.2	.2	25,4
MK 019	1	.2	.2	25,6
MK 020	1	.2	.2	25,8
MK 021	1	.2	.2	26,0
MK 022	1	.2	.2	26,2
MK 023	1	.2	.2	26,4
MK 024	1	.2	.2	26,6
MK 025	1	.2	.2	26,8
MK 026	1	.2	.2	27,0
MK 027	1	.2	.2	27,2
MK 028	1	.2	.2	27,4
MK 029	1	.2	.2	27,6
MK 030	1	.2	.2	27,8
MK 031	1	.2	.2	28,0
MK 032	1	.2	.2	28,2
MK 033	1	.2	.2	28,4
MK 034	1	.2	.2	28,6
MK 035	1	.2	.2	28,8
MK 036	1	.2	.2	29,0
MK 037	1	.2	.2	29,2
MK 038	1	.2	.2	29,4
MK 039	1	.2	.2	29,6
MK 040	1	.2	.2	29,8
MK 041	1	.2	.2	30,0
MK 042	1	.2	.2	30,2
MK 043	1	.2	.2	30,4
MK 044	1	.2	.2	30,6
MK 045	1	.2	.2	30,8
MK 046	1	.2	.2	31,0
MK 047	1	.2	.2	31,2
MK 048	1	.2	.2	31,3
MK 049	1	.2	.2	31,5
MK 050	1	.2	.2	31,7
MK 051	1	.2	.2	31,9
MK 052	1	.2	.2	32,1
MK 053	1	.2	.2	32,3
MK 054	1	.2	.2	32,5
MK 055	1	.2	.2	32,7
MK 056	1	.2	.2	32,9
MK 057	1	.2	.2	33,1

RESCODE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid MK 011	1	.2	.2	24,0
MK 012	1	.2	.2	24,2
MK 013	1	.2	.2	24,4
MK 014	1	.2	.2	24,6
MK 015	1	.2	.2	24,8
MK 016	1	.2	.2	25,0
MK 017	1	.2	.2	25,2
MK 018	1	.2	.2	25,4
MK 019	1	.2	.2	25,6
MK 020	1	.2	.2	25,8
MK 021	1	.2	.2	26,0
MK 022	1	.2	.2	26,2
MK 023	1	.2	.2	26,4
MK 024	1	.2	.2	26,6
MK 025	1	.2	.2	26,8
MK 026	1	.2	.2	27,0
MK 027	1	.2	.2	27,2
MK 028	1	.2	.2	27,4
MK 029	1	.2	.2	27,6
MK 030	1	.2	.2	27,8
MK 031	1	.2	.2	28,0
MK 032	1	.2	.2	28,2
MK 033	1	.2	.2	28,4
MK 034	1	.2	.2	28,6
MK 035	1	.2	.2	28,8
MK 036	1	.2	.2	29,0
MK 037	1	.2	.2	29,2
MK 038	1	.2	.2	29,4
MK 039	1	.2	.2	29,6
MK 040	1	.2	.2	29,8
MK 041	1	.2	.2	30,0
MK 042	1	.2	.2	30,2
MK 043	1	.2	.2	30,4
MK 044	1	.2	.2	30,6
MK 045	1	.2	.2	30,8
MK 046	1	.2	.2	31,0
MK 047	1	.2	.2	31,2
MK 048	1	.2	.2	31,3
MK 049	1	.2	.2	31,5
MK 050	1	.2	.2	31,7
MK 051	1	.2	.2	31,9
MK 052	1	.2	.2	32,1
MK 053	1	.2	.2	32,3
MK 054	1	.2	.2	32,5
MK 055	1	.2	.2	32,7
MK 056	1	.2	.2	32,9
MK 057	1	.2	.2	33,1

RESCODE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid MK 058	1	,2	,2	33,3
MK 059	1	,2	,2	33,5
MK 060	1	,2	,2	33,7
MK 061	1	,2	,2	33,9
MK 062	1	,2	,2	34,1
MK 063	1	,2	,2	34,3
MK 064	1	,2	,2	34,5
MK 065	1	,2	,2	34,7
MK 066	1	,2	,2	34,9
MK 067	1	,2	,2	35,1
MK 068	1	,2	,2	35,3
MK 069	1	,2	,2	35,5
MK 070	1	,2	,2	35,7
MK 071	1	,2	,2	35,9
MK 072	1	,2	,2	36,1
MK 073	1	,2	,2	36,3
MK 074	1	,2	,2	36,5
MK 075	1	,2	,2	36,7
MK 076	1	,2	,2	36,9
MK 077	1	,2	,2	37,1
MK 078	1	,2	,2	37,3
MK 079	1	,2	,2	37,5
MK 080	1	,2	,2	37,7
MK 081	1	,2	,2	37,9
MK 082	1	,2	,2	38,1
MK 083	1	,2	,2	38,3
MK 084	1	,2	,2	38,5
MK 085	1	,2	,2	38,7
MK 086	1	,2	,2	38,9
MK 087	1	,2	,2	39,1
MK 088	1	,2	,2	39,3
MK 089	1	,2	,2	39,5
MK 090	1	,2	,2	39,7
MK 091	1	,2	,2	39,9
MK 092	1	,2	,2	40,1
MK 093	1	,2	,2	40,3
MK 094	1	,2	,2	40,5
MK 095	1	,2	,2	40,7
MK 096	1	,2	,2	40,9
MK 097	1	,2	,2	41,1
MK 098	1	,2	,2	41,3
MK 099	1	,2	,2	41,5
MK 100	1	,2	,2	41,7
MK 101	1	,2	,2	41,9
MK 102	1	,2	,2	42,1
MK 103	1	,2	,2	42,3
MK 104	1	,2	,2	42,5

RESCODE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid MK 105	1	.2	.2	42,7
MK 106	1	.2	.2	42,9
MK 107	1	.2	.2	43,1
MK 108	1	.2	.2	43,3
MK 109	1	.2	.2	43,5
MK 110	1	.2	.2	43,7
MK 111	1	.2	.2	43,8
MK 112	1	.2	.2	44,0
MK 113	1	.2	.2	44,2
MK 114	1	.2	.2	44,4
MK 115	1	.2	.2	44,6
MK 116	1	.2	.2	44,8
MK 117	1	.2	.2	45,0
MK 118	1	.2	.2	45,2
MK 119	1	.2	.2	45,4
MK 120	1	.2	.2	45,6
MK 121	1	.2	.2	45,8
MK 122	1	.2	.2	46,0
MK 123	1	.2	.2	46,2
MK 124	1	.2	.2	46,4
Mk 125	1	.2	.2	46,6
MK 126	1	.2	.2	46,8
MK 127	1	.2	.2	47,0
MK 128	1	.2	.2	47,2
MK 129	1	.2	.2	47,4
MK 130	1	.2	.2	47,6
MK 131	1	.2	.2	47,8
MK 132	1	.2	.2	48,0
MK 133	1	.2	.2	48,2
MK 134	1	.2	.2	48,4
MK 135	1	.2	.2	48,6
MK 136	1	.2	.2	48,8
MK 137	1	.2	.2	49,0
MK 138	1	.2	.2	49,2
MK 139	1	.2	.2	49,4
MK 140	1	.2	.2	49,6
MK 141	1	.2	.2	49,8
MK 142	1	.2	.2	50,0
MK 143	1	.2	.2	50,2
MK 144	1	.2	.2	50,4
MK 145	1	.2	.2	50,6
MK 146	1	.2	.2	50,8
MK 147	1	.2	.2	51,0
MK 148	1	.2	.2	51,2
MK 149	1	.2	.2	51,4
MK 150	1	.2	.2	51,6
MK 151	1	.2	.2	51,8

RESCODE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid MK 152	1	.2	.2	52,0
MK 153	1	.2	.2	52,2
MK 154	1	.2	.2	52,4
MK 155	1	.2	.2	52,6
MK 156	1	.2	.2	52,8
MK 157	1	.2	.2	53,0
MK 158	1	.2	.2	53,2
Mk 159	1	.2	.2	53,4
MK 160	1	.2	.2	53,6
MK 161	1	.2	.2	53,8
MK 162	1	.2	.2	54,0
MK 163	1	.2	.2	54,2
MK 164	1	.2	.2	54,4
MK 165	1	.2	.2	54,6
MK 166	1	.2	.2	54,8
MK 167	1	.2	.2	55,0
MK 168	1	.2	.2	55,2
MK 169	1	.2	.2	55,4
MK 170	1	.2	.2	55,6
MK 171	1	.2	.2	55,8
MK 172	1	.2	.2	56,0
MK 173	1	.2	.2	56,2
MK 174	1	.2	.2	56,3
MK 175	1	.2	.2	56,5
MK 176	1	.2	.2	56,7
MK 176	1	.2	.2	56,9
MK 177	1	.2	.2	57,1
MK 178	1	.2	.2	57,3
MK 179	1	.2	.2	57,5
MK 180	1	.2	.2	57,7
MK 181	1	.2	.2	57,9
MK 182	1	.2	.2	58,1
MK 183	1	.2	.2	58,3
MK 184	1	.2	.2	58,5
MK 185	1	.2	.2	58,7
MK 186	1	.2	.2	58,9
MK 187	1	.2	.2	59,1
MK 188	1	.2	.2	59,3
MK 189	1	.2	.2	59,5
MK 190	1	.2	.2	59,7
MK 191	1	.2	.2	59,9
MK 192	1	.2	.2	60,1
MK 193	1	.2	.2	60,3
MK 194	1	.2	.2	60,5
MK 195	1	.2	.2	60,7
MK 196	1	.2	.2	60,9
MK 197	1	.2	.2	61,1
MK 198	1	.2	.2	

RESCODE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid MK 199	1	.2	.2	61,3
MK 200	1	.2	.2	61,5
MK 201	1	.2	.2	61,7
MK 202	1	.2	.2	61,9
MK 203	1	.2	.2	62,1
MK 204	1	.2	.2	62,3
MK 205	1	.2	.2	62,5
MK 206	1	.2	.2	62,7
MK 207	1	.2	.2	62,9
MK 208	1	.2	.2	63,1
MK 209	1	.2	.2	63,3
MK 210	1	.2	.2	63,5
MK 211	1	.2	.2	63,7
MK 212	1	.2	.2	63,9
MK 213	1	.2	.2	64,1
MK 214	1	.2	.2	64,3
MK 215	1	.2	.2	64,5
MK 216	1	.2	.2	64,7
MK 217	1	.2	.2	64,9
MK 218	1	.2	.2	65,1
MK 219	1	.2	.2	65,3
MK 220	1	.2	.2	65,5
MK 221	1	.2	.2	65,7
MK 222	1	.2	.2	65,9
MK 223	1	.2	.2	66,1
MK 224	1	.2	.2	66,3
MK 225	1	.2	.2	66,5
MK 226	1	.2	.2	66,7
MK 227	1	.2	.2	66,9
MK 228	1	.2	.2	67,1
MK 229	1	.2	.2	67,3
MK 230	1	.2	.2	67,5
Mk 231	1	.2	.2	67,7
Mk 232	1	.2	.2	67,9
MK 233	1	.2	.2	68,1
MK 234	1	.2	.2	68,3
MK 235	1	.2	.2	68,5
MK 236	1	.2	.2	68,7
MK 237	1	.2	.2	68,8
MK 238	1	.2	.2	69,0
MK 239	1	.2	.2	69,2
MK 240	1	.2	.2	69,4
MK 241	1	.2	.2	69,6
MK 242	1	.2	.2	69,8
MK 243	1	.2	.2	70,0
MK 244	1	.2	.2	70,2
MK 245	1	.2	.2	70,4

RESCODE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid MK 246	1	,2	,2	70,6
MK 247	1	,2	,2	70,8
PR 001	1	,2	,2	71,0
PR 002	1	,2	,2	71,2
PR 003	1	,2	,2	71,4
PR 004	1	,2	,2	71,6
PR 005	1	,2	,2	71,8
PR 006	1	,2	,2	72,0
PR 007	1	,2	,2	72,2
PR 008	1	,2	,2	72,4
PR 009	1	,2	,2	72,6
PR 010	1	,2	,2	72,8
PR 011	1	,2	,2	73,0
PR 012	1	,2	,2	73,2
PR 013	1	,2	,2	73,4
PR 014	1	,2	,2	73,6
PR 015	1	,2	,2	73,8
PR 016	1	,2	,2	74,0
PR 017	1	,2	,2	74,2
PR 018	1	,2	,2	74,4
PR 019	1	,2	,2	74,6
PR 020	1	,2	,2	74,8
PR 021	1	,2	,2	75,0
PR 022	1	,2	,2	75,2
PR 023	1	,2	,2	75,4
PR 024	1	,2	,2	75,6
PR 025	1	,2	,2	75,8
PR 026	1	,2	,2	76,0
PR 027	1	,2	,2	76,2
PR 028	1	,2	,2	76,4
PR 029	1	,2	,2	76,6
PR 030	1	,2	,2	76,8
PR 031	1	,2	,2	77,0
PR 032	1	,2	,2	77,2
PR 033	1	,2	,2	77,4
PR 034	1	,2	,2	77,6
PR 035	1	,2	,2	77,8
PR 036	1	,2	,2	78,0
PR 037	1	,2	,2	78,2
PR 038	1	,2	,2	78,4
PR 039	1	,2	,2	78,6
PR 040	1	,2	,2	78,8
PR 041	1	,2	,2	79,0
PR 042	1	,2	,2	79,2
PR 043	1	,2	,2	79,4
PR 044	1	,2	,2	79,6
PR 045	1	,2	,2	79,8

RESCODE



	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid PR 046	1	.2	.2	80,0
PR 047	1	.2	.2	80,2
PR 048	1	.2	.2	80,4
PR 049	1	.2	.2	80,6
PR 050	1	.2	.2	80,8
PR 051	1	.2	.2	81,0
PR 052	1	.2	.2	81,2
PR 053	1	.2	.2	81,3
PR 054	1	.2	.2	81,5
PR 055	1	.2	.2	81,7
PR 056	1	.2	.2	81,9
PR 057	1	.2	.2	82,1
PR 058	1	.2	.2	82,3
PR 059	1	.2	.2	82,5
PR 060	1	.2	.2	82,7
PR 061	1	.2	.2	82,9
PR 062	1	.2	.2	83,1
PR 063	1	.2	.2	83,3
PR 064	1	.2	.2	83,5
PR 065	1	.2	.2	83,7
PR 066	1	.2	.2	83,9
PR 067	1	.2	.2	84,1
PR 068	1	.2	.2	84,3
PR 069	1	.2	.2	84,5
PR 070	1	.2	.2	84,7
PR 071	1	.2	.2	84,9
PR 072	1	.2	.2	85,1
PR 073	1	.2	.2	85,3
PR 074	1	.2	.2	85,5
PR 075	1	.2	.2	85,7
PR 076	1	.2	.2	85,9
PR 077	1	.2	.2	86,1
PR 078	1	.2	.2	86,3
PR 079	1	.2	.2	86,5
PR 080	1	.2	.2	86,7
PR 081	1	.2	.2	86,9
PR 082	1	.2	.2	87,1
PR 083	1	.2	.2	87,3
PR 084	1	.2	.2	87,5
PR 085	1	.2	.2	87,7
PR 086	1	.2	.2	87,9
PR 087	1	.2	.2	88,1
PR 088	1	.2	.2	88,3
PR 089	1	.2	.2	88,5
PR 090	1	.2	.2	88,7
PR 091	1	.2	.2	88,9
PR 092	1	.2	.2	89,1

RESCODE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid PR 093	1	.2	.2	89,3
PR 094	1	.2	.2	89,5
PR 095	1	.2	.2	89,7
PR 096	1	.2	.2	89,9
PR 097	1	.2	.2	90,1
PR 098	1	.2	.2	90,3
PR 099	1	.2	.2	90,5
PR 100	1	.2	.2	90,7
PR 101	1	.2	.2	90,9
PR 102	1	.2	.2	91,1
PR 103	1	.2	.2	91,3
PR 104	1	.2	.2	91,5
PR 105	1	.2	.2	91,7
PR 106	1	.2	.2	91,9
PR 107	1	.2	.2	92,1
PR 108	1	.2	.2	92,3
PR 109	1	.2	.2	92,5
PR 110	1	.2	.2	92,7
PR 111	1	.2	.2	92,9
PR 112	1	.2	.2	93,1
PR 113	1	.2	.2	93,3
PR 114	1	.2	.2	93,5
PR 115	1	.2	.2	93,7
PR 116	1	.2	.2	93,8
PR 117	1	.2	.2	94,0
PR 118	1	.2	.2	94,2
PR 119	1	.2	.2	94,4
PR 120	1	.2	.2	94,6
PR 121	1	.2	.2	94,8
PR 122	1	.2	.2	95,0
PR 123	1	.2	.2	95,2
PR 124	1	.2	.2	95,4
PR 125	1	.2	.2	95,6
PR 126	1	.2	.2	95,8
PR 127	1	.2	.2	96,0
PR 128	1	.2	.2	96,2
PR 129	1	.2	.2	96,4
PR 130	1	.2	.2	96,6
PR 131	1	.2	.2	96,8
PR 132	1	.2	.2	97,0
PR 133	1	.2	.2	97,2
PR 134	1	.2	.2	97,4
PR 135	1	.2	.2	97,6
PR 136	1	.2	.2	97,8
PR 137	1	.2	.2	98,0
PR 138	1	.2	.2	98,2
PR 139	1	.2	.2	98,4

RESCODE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid PR 140	1	,2	,2	98,6
PR 141	1	,2	,2	98,8
PR 142	1	,2	,2	99,0
PR 143	1	,2	,2	99,2
PR 144	1	,2	,2	99,4
PR 145	1	,2	,2	99,6
PR 146	1	,2	,2	99,8
PR 147	1	,2	,2	100,0
Total	504	100,0	100,0	

NAME

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid A. Zaphar SE	1	,2	,2	,2
A.Abd.Haerul	1	,2	,2	,4
A.Akbar	1	,2	,2	,6
A.Ashari	1	,2	,2	,8
A.Aswin	1	,2	,2	1,0
A.Jamal	1	,2	,2	1,2
A.Paku Alam	1	,2	,2	1,4
A.Rahman	1	,2	,2	1,6
A.Taslim	1	,2	,2	1,8
Abd Rahim	1	,2	,2	2,0
Abd Rahim Dg Beta	2	,4	,4	2,4
Abd.Hamid	1	,2	,2	2,6
Abd.Hamid Dg Tanang	1	,2	,2	2,8
Abd.Hamid Hajar	1	,2	,2	3,0
Abd.Hasan	1	,2	,2	3,2
Abd.Kahar	1	,2	,2	3,4
Abd.Malik	1	,2	,2	3,6
Abd.Muhseng	1	,2	,2	3,8
Abd.Muin	1	,2	,2	4,0
Abd.Rahman	1	,2	,2	4,2
Abd.Rasyid	1	,2	,2	4,4
Abd.Rauf	1	,2	,2	4,6
Abd.Rifai	1	,2	,2	4,8
Abd.wahab	1	,2	,2	5,0
Abdul Rais	1	,2	,2	5,2
Abdullah	1	,2	,2	5,4
Abidin Nyompa	1	,2	,2	5,6
Adam	1	,2	,2	5,8
Adi	1	,2	,2	6,0
Ading	1	,2	,2	6,2
Agus Saleh SE	1	,2	,2	6,3
Agus Salim	1	,2	,2	6,5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Agussalim	1	,2	,2	6,7
Aisyah Muhiddin	1	,2	,2	6,9
Aldi	1	,2	,2	7,1
Ali Mustari	1	,2	,2	7,3
Alwi Jayadi	1	,2	,2	7,5
Ambo	1	,2	,2	7,7
Ambo Mai	1	,2	,2	7,9
Amin Dg Eppe	1	,2	,2	8,1
Amir	2	,4	,4	8,5
Anca	1	,2	,2	8,7
Andhika	1	,2	,2	8,9
Andi Asirah	1	,2	,2	9,1
Andi azirah	1	,2	,2	9,3
Andi Sultan	1	,2	,2	9,5
Andi Tanriady	1	,2	,2	9,7
Angie	1	,2	,2	9,9
Anto	3	,6	,6	10,5
Anwar	1	,2	,2	10,7
Anwar Nur	1	,2	,2	10,9
Arief	1	,2	,2	11,1
Arifin	2	,4	,4	11,5
Arman	1	,2	,2	11,7
Armin	1	,2	,2	11,9
Ashar	1	,2	,2	12,1
Asis Taba	1	,2	,2	12,3
Asma	1	,2	,2	12,5
Asmawati	1	,2	,2	12,7
Asnawir	1	,2	,2	12,9
Asril	1	,2	,2	13,1
Astuti	1	,2	,2	13,3
Asugirman	1	,2	,2	13,5
Aswendi	1	,2	,2	13,7
Awaluddin	3	,6	,6	14,3
Azis	1	,2	,2	14,5
Bachtiar Iskandar	1	,2	,2	14,7
Badola	1	,2	,2	14,9
Badollahi	1	,2	,2	15,1
Bahar	2	,4	,4	15,5
Bahri	1	,2	,2	15,7
Bakri	2	,4	,4	16,1
Barding	1	,2	,2	16,3
Barokah	1	,2	,2	16,5
Basir Dg Ngawing	1	,2	,2	16,7
Beddu	1	,2	,2	16,9
Budi Santoso	1	,2	,2	17,1
Caddi	1	,2	,2	17,3
Caya	1	,2	,2	17,5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Cingka	1	,2	,2	17,7
Dahlan	1	,2	,2	17,9
Dahlia	1	,2	,2	18,1
Daniel	1	,2	,2	18,3
Darmawati Usman	1	,2	,2	18,5
Darussalam	1	,2	,2	18,7
David S	1	,2	,2	18,8
Dg Limpo	1	,2	,2	19,0
Dg Mone	1	,2	,2	19,2
Dg Naba	1	,2	,2	19,4
Dg Ngawing	1	,2	,2	19,6
Dg Ngunjung	1	,2	,2	19,8
Dg Tayang	2	,4	,4	20,2
Dg. Ngati	1	,2	,2	20,4
Dg. Tompo	1	,2	,2	20,6
Dg. Udhin	1	,2	,2	20,8
Dg.Mangung	1	,2	,2	21,0
Dg.Rani	1	,2	,2	21,2
Dhani	1	,2	,2	21,4
Diana	1	,2	,2	21,6
Djie Afong	1	,2	,2	21,8
Dra.Saida	1	,2	,2	22,0
Drs Haris Hasan	1	,2	,2	22,2
Drs.Kahar Risal	1	,2	,2	22,4
Ebony	1	,2	,2	22,6
Edy Lie	1	,2	,2	22,8
Egianto	1	,2	,2	23,0
Eko Mulyadi	1	,2	,2	23,2
Eric Wicos jaya	1	,2	,2	23,4
Erlin	1	,2	,2	23,6
Emi	1	,2	,2	23,8
Erwin	1	,2	,2	24,0
Fadly	1	,2	,2	24,2
Fahmi Latief	1	,2	,2	24,4
Faisal	1	,2	,2	24,6
Fajar	1	,2	,2	24,8
Fajri	1	,2	,2	25,0
Fandi	1	,2	,2	25,2
Fandy YC	1	,2	,2	25,4
Fatimah	1	,2	,2	25,6
Fatimang	1	,2	,2	25,8
Fausi	1	,2	,2	26,0
Fausi Ali	1	,2	,2	26,2
Fikir	1	,2	,2	26,4
Firdaus	1	,2	,2	26,6
Fitrah	1	,2	,2	26,8
Fonce	1	,2	,2	27,0

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Gaffar	1	.2	.2	27,2
Go kai Long	1	.2	.2	27,4
Gollo	1	.2	.2	27,6
H Agussalim	1	.2	.2	27,8
H Amin	1	.2	.2	28,0
H Hasan Basri	1	.2	.2	28,2
H Herman	1	.2	.2	28,4
H. Abdul Karim	1	.2	.2	28,6
H. Rahim	1	.2	.2	28,8
H.Abidin Sattang	1	.2	.2	29,0
H.Agus	1	.2	.2	29,2
H.Ambo Sikki	1	.2	.2	29,4
H.Amir S	1	.2	.2	29,6
H.Amiruddin	1	.2	.2	29,8
H.Asnawi	1	.2	.2	30,0
H.Azis	1	.2	.2	30,2
H.Baharuddin Jamal	1	.2	.2	30,4
H.Effendi	1	.2	.2	30,6
H.Haris	1	.2	.2	30,8
H.Hasan Abu	1	.2	.2	31,0
H.Hasnawi	1	.2	.2	31,2
H.Irsyad	1	.2	.2	31,3
H.Ishak Ibrahim	1	.2	.2	31,5
H.Ismail	1	.2	.2	31,7
H.Jamal	1	.2	.2	31,9
H.Kasim	1	.2	.2	32,1
H.Mahmud Ali	1	.2	.2	32,3
H.Mahmud Dg Taba	1	.2	.2	32,5
H.Muh.Tahir	1	.2	.2	32,7
H.Muh.Tahir S	1	.2	.2	32,9
H.Muhsyidin	1	.2	.2	33,1
H.Mursalim	1	.2	.2	33,3
H.Nasruddin Wahid	1	.2	.2	33,5
H.Nurdin Ahmad	1	.2	.2	33,7
H.Rahim	1	.2	.2	33,9
H.Rasyid	1	.2	.2	34,1
H.Sahmi	1	.2	.2	34,3
H.Sakka	1	.2	.2	34,5
H.Sikki	1	.2	.2	34,7
H.Syamsul	1	.2	.2	34,9
H.Tiro	1	.2	.2	35,1
H.Tompo	1	.2	.2	35,3
H.Umar Said	1	.2	.2	35,5
H.Wakkang	1	.2	.2	35,7
H.Wijaya	1	.2	.2	35,9
H.Zubair	1	.2	.2	36,1
Habiba	1	.2	.2	36,3

NAME

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Hadra	1	,2	,2	36,5
Haeruddin Ishak	1	,2	,2	36,7
Haerul	3	,6	,6	37,3
Haff	1	,2	,2	37,5
Hajrah	1	,2	,2	37,7
Hajrah SPd	1	,2	,2	37,9
Hajrawati	1	,2	,2	38,1
Halida	1	,2	,2	38,3
Hamsinah	1	,2	,2	38,5
Hamzah	1	,2	,2	38,7
Hanafi	1	,2	,2	38,9
Hania	1	,2	,2	39,1
Haris	1	,2	,2	39,3
Harti	1	,2	,2	39,5
Hartono	1	,2	,2	39,7
Harun S	1	,2	,2	39,9
Haryati	1	,2	,2	40,1
Haryono Mukti	1	,2	,2	40,3
Hasan	1	,2	,2	40,5
Hasan Basri	1	,2	,2	40,7
Hasanuddin	2	,4	,4	41,1
Hasbullah	1	,2	,2	41,3
Hasdar	1	,2	,2	41,5
Haslinda	1	,2	,2	41,7
Hasmah	1	,2	,2	41,9
Hasnah	1	,2	,2	42,1
Hasni Usman	1	,2	,2	42,3
Hasniah	1	,2	,2	42,5
Hendra	2	,4	,4	42,9
Hengki	1	,2	,2	43,1
Heril	1	,2	,2	43,3
Herman	1	,2	,2	43,5
Herman Liem	1	,2	,2	43,7
Herry	1	,2	,2	43,8
Hj Suriana	1	,2	,2	44,0
Hj. A.Rachmawaty	1	,2	,2	44,2
Hj. Saharia	1	,2	,2	44,4
Hj.A.Mardiana	1	,2	,2	44,6
Hj.A.Nurmi Tamma	1	,2	,2	44,8
Hj.A.Nurmiati	1	,2	,2	45,0
Hj.A.Sanimbar	1	,2	,2	45,2
Hj.Erni	1	,2	,2	45,4
Hj.Halida	1	,2	,2	45,6
Hj.Halijah	1	,2	,2	45,8
Hj.Harnis	1	,2	,2	46,0
Hj.Haslina	1	,2	,2	46,2
Hj.Hasna	1	,2	,2	46,4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Hj.Hasniati	1	,2	,2	46,6
Hj.Jema	1	,2	,2	46,8
Hj.Kartitni	1	,2	,2	47,0
Hj.Kurnia	1	,2	,2	47,2
Hj.Mami	1	,2	,2	47,4
Hj.Nasira	1	,2	,2	47,6
Hj.Rahma	1	,2	,2	47,8
Hj.Ratna yasin	1	,2	,2	48,0
Hj.Rosmini	1	,2	,2	48,2
Hj.Samsiar	1	,2	,2	48,4
HJ.Sapiah	1	,2	,2	48,6
Hj.Sawiah	1	,2	,2	48,8
Hj.Soraya M	1	,2	,2	49,0
Hj.St Aisyah	1	,2	,2	49,2
Hj.ST.aminah	1	,2	,2	49,4
Hj.Sugiati	2	,4	,4	49,8
Hj.Tangnga	1	,2	,2	50,0
Hj.Wahmiaty	1	,2	,2	50,2
Hj.Yuliwanti	1	,2	,2	50,4
Hoei Tji Wai	1	,2	,2	50,6
Husein	2	,4	,4	51,0
Ibnu Jabir	1	,2	,2	51,2
Ido Takro	1	,2	,2	51,4
Idris	1	,2	,2	51,6
Iga Lestari	1	,2	,2	51,8
Ilham	1	,2	,2	52,0
Imba	1	,2	,2	52,2
Imelda Anzi	1	,2	,2	52,4
Imran	1	,2	,2	52,6
Imran	1	,2	,2	52,8
Indah Sri M	1	,2	,2	53,0
Irfan	1	,2	,2	53,2
Irnawati	1	,2	,2	53,6
Irwan	2	,4	,4	53,8
Isennang	1	,2	,2	54,0
Iskandar	1	,2	,2	54,2
Iskandar Dg Bani	1	,2	,2	54,4
Ismail	1	,2	,2	54,8
Iwan	2	,4	,4	55,0
Iwello	1	,2	,2	55,2
Jalil	1	,2	,2	55,4
Jalil	1	,2	,2	55,6
Jamal	1	,2	,2	55,8
Jamaluddin	1	,2	,2	56,0
Jamaluddin R	1	,2	,2	56,3
Janwar	1	,2	,2	56,5
Janwar	2	,4	,4	56,5
Jaya	1	,2	,2	56,7
Jefri	1	,2	,2	
Jindar	1	,2	,2	

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Jiwanto	1	,2	,2	56,9
Johana Rangga	1	,2	,2	57,1
Joko	1	,2	,2	57,3
Jufri	1	,2	,2	57,5
Jumriah	1	,2	,2	57,7
Kahar	1	,2	,2	57,9
Kaharuddin	2	,4	,4	58,3
Kamaruddin	1	,2	,2	58,5
Kamba Lolla	1	,2	,2	58,7
Kamri	1	,2	,2	58,9
Karel Karapa	1	,2	,2	59,1
Karim	2	,4	,4	59,5
Karim Mahmud	1	,2	,2	59,7
Karno	1	,2	,2	59,9
Kartono	1	,2	,2	60,1
Kasmawati	1	,2	,2	60,3
Khadijah	1	,2	,2	60,5
Kori	1	,2	,2	60,7
Kumiati	1	,2	,2	60,9
Lay Franky	1	,2	,2	61,1
Lela	1	,2	,2	61,3
Leli	1	,2	,2	61,5
Lenni	1	,2	,2	61,7
Leon	1	,2	,2	61,9
Lestari	1	,2	,2	62,1
Linke Susanto	1	,2	,2	62,3
Liong	1	,2	,2	62,5
Lukman	2	,4	,4	62,9
M Ali	1	,2	,2	63,1
M Arkam	1	,2	,2	63,3
M Ruslin	1	,2	,2	63,5
M.Arief	1	,2	,2	63,7
M.Ikhsan	1	,2	,2	63,9
M.Kasim	1	,2	,2	64,1
M.Saleh	1	,2	,2	64,3
M.Tansil	1	,2	,2	64,5
M.Yunus	1	,2	,2	64,7
Madi	1	,2	,2	64,9
Mahmud Ali	1	,2	,2	65,1
Makkatang Dg Sibali	1	,2	,2	65,3
Malik Dg Nai	1	,2	,2	65,5
Mansyur	1	,2	,2	65,7
Mappangile	1	,2	,2	65,9
Mappatunru	1	,2	,2	66,1
Mardan	1	,2	,2	66,3
Marini	1	,2	,2	66,5
Marthen	1	,2	,2	66,7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Marzuki	2	.4	.4	67,1
Mase	1	.2	.2	67,3
Masegena	1	.2	.2	67,5
Masnur	1	.2	.2	67,7
Maxlim	1	.2	.2	67,9
Meiki	1	.2	.2	68,1
Meiliana	1	.2	.2	68,3
Meimal Syam	1	.2	.2	68,5
Mila Halim	1	.2	.2	68,7
Mile	1	.2	.2	68,8
Monica	1	.2	.2	69,0
Muchtar asim	1	.2	.2	69,2
Muh Jafar	1	.2	.2	69,4
Muh Taqwin	1	.2	.2	69,6
Muh Taufan	1	.2	.2	69,8
Muh.Agung	1	.2	.2	70,0
Muh.Ali	1	.2	.2	70,2
Muh.Amran	1	.2	.2	70,4
Muh.Dzafir	1	.2	.2	70,6
Muh.kadir	1	.2	.2	70,8
Muh.Nawawi	1	.2	.2	71,0
Muh.Ramli	1	.2	.2	71,2
Muh.Rifki	1	.2	.2	71,4
Muh.Sabir	1	.2	.2	71,6
Muh.Safar	1	.2	.2	71,8
Muh.Said	1	.2	.2	72,0
Muh.Yusuf	1	.2	.2	72,2
Mukhlis	1	.2	.2	72,4
Muladi Ahmad	1	.2	.2	72,6
Munir Jaya	1	.2	.2	72,8
Munirah	1	.2	.2	73,0
Murni	1	.2	.2	73,2
Murniwati	1	.2	.2	73,4
Musakkir	1	.2	.2	73,6
Mustakim	1	.2	.2	73,8
Naharuddin Nawir	1	.2	.2	74,0
Nani Rustam	1	.2	.2	74,2
Namo	1	.2	.2	74,4
Nasaruddin	1	.2	.2	74,6
Nasmin	1	.2	.2	74,8
Normah	2	.4	.4	75,0
Nur	1	.2	.2	75,4
Nurhadi	2	.4	.4	75,6
Nurtela	1	.2	.2	76,0
Nuryamin	1	.2	.2	76,2
Ny Muna	1	.2	.2	76,4
Ny.Hartati	1	.2	.2	76,6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ny.Maya	1	.2	.2	76,8
Nyampa	1	.2	.2	77,0
Panennungi	1	.2	.2	77,2
Paulus	1	.2	.2	77,4
Paulus Jelatu	1	.2	.2	77,6
Prasetjo	1	.2	.2	77,8
Rabiah Malik	1	.2	.2	78,0
Rabianah	1	.2	.2	78,2
Rahman	1	.2	.2	78,4
Rahman Dg Gappa	1	.2	.2	78,6
Rahmat	2	.4	.4	79,0
Rahmi Saide	1	.2	.2	79,2
Ramli	2	.4	.4	79,6
Ramli S	1	.2	.2	79,8
Rammang	1	.2	.2	80,0
Randi	1	.2	.2	80,2
Ratna Juwita	1	.2	.2	80,4
Ridwan	1	.2	.2	80,6
Risal	1	.2	.2	80,8
Rizal	1	.2	.2	81,0
Rosidah	1	.2	.2	81,2
Rosmawati	1	.2	.2	81,3
Rudding	1	.2	.2	81,5
Rudi	1	.2	.2	81,7
Rukiah	1	.2	.2	81,9
Rusdi	1	.2	.2	82,1
Rusdi Anwar	1	.2	.2	82,3
Rusdi Rauf	1	.2	.2	82,5
Rusdin	1	.2	.2	82,7
Ruslan	1	.2	.2	82,9
Rusmin	1	.2	.2	83,1
Rusmin Usman,SE	1	.2	.2	83,3
Rustam	2	.4	.4	83,7
Rustam Dg Tarrang	1	.2	.2	83,9
Saenab	1	.2	.2	84,1
Saguni	1	.2	.2	84,3
Sahrir Ruppa	1	.2	.2	84,5
Saidah	1	.2	.2	84,7
Sajiman	1	.2	.2	84,9
Sakking	1	.2	.2	85,1
Salim	1	.2	.2	85,3
Salmah	1	.2	.2	85,5
Salman	1	.2	.2	85,7
Salman Dg Beta	1	.2	.2	85,9
Sammang	1	.2	.2	86,1
Sampara	1	.2	.2	86,3
Samuel	1	.2	.2	86,5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sapri	1	,2	,2	86,7
Sarintang	1	,2	,2	86,9
Saripuddin	1	,2	,2	87,1
Sarkama	1	,2	,2	87,3
Sartono	1	,2	,2	87,5
Siajang	1	,2	,2	87,7
Soni	1	,2	,2	87,9
Sony Tasiang, SE	1	,2	,2	88,1
Sri	1	,2	,2	88,3
St.Fatmah	1	,2	,2	88,5
Suaib	1	,2	,2	88,7
Subaedah	1	,2	,2	88,9
Subair Hatta	1	,2	,2	89,1
Sudding	2	,4	,4	89,5
Sudirman	1	,2	,2	89,7
Sugimin	1	,2	,2	89,9
Sukanto	1	,2	,2	90,1
Sukardi	1	,2	,2	90,3
Sulaiman	1	,2	,2	90,5
Sulastri	1	,2	,2	90,7
Sultan	1	,2	,2	90,9
Sultan S	1	,2	,2	91,1
Sumardi	1	,2	,2	91,3
Sumami	1	,2	,2	91,5
Sunarto	1	,2	,2	91,7
Suparmi	1	,2	,2	91,9
Suparti Sam	1	,2	,2	92,1
Supriyanto	1	,2	,2	92,3
Suryadi	1	,2	,2	92,5
Suryanto	1	,2	,2	92,7
Susanto	1	,2	,2	92,9
Sutanto	1	,2	,2	93,1
Sutarno	1	,2	,2	93,3
Suwandi	1	,2	,2	93,5
Syafrudin Tjeng	1	,2	,2	93,7
Syahri Dalby SH	1	,2	,2	93,8
Syamsi	2	,4	,4	94,0
Syamsuddin	1	,2	,2	94,4
Syamsul	1	,2	,2	94,6
Syamsul Bahri	1	,2	,2	94,8
Syamsul Bakri	1	,2	,2	95,0
Syarif Mahmud	1	,2	,2	95,2
Tajuddin	1	,2	,2	95,4
Tallasa	1	,2	,2	95,6
Tamrin	1	,2	,2	95,8
Theresia S	1	,2	,2	96,0
Tony Winata	1	,2	,2	96,2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Toto	1	,2	,2	96,4
Toto Nursilo	1	,2	,2	96,6
Tuti	1	,2	,2	96,8
Uddin	1	,2	,2	97,0
Udin	1	,2	,2	97,2
Usman Karim	1	,2	,2	97,4
Vonny Loanita	1	,2	,2	97,6
Wahyudin	1	,2	,2	97,8
Wawan	1	,2	,2	98,0
Wijaya usaman	1	,2	,2	98,2
Widya	1	,2	,2	98,4
Wijaya	1	,2	,2	98,6
Wiro	1	,2	,2	98,8
Yunadi	1	,2	,2	99,0
Yuniadi	1	,2	,2	99,2
Yusnani	1	,2	,2	99,4
Yusran Abdullah	1	,2	,2	99,6
Yusuf	1	,2	,2	99,8
Zainuudin	1	,2	,2	100,0
Total	504	100,0	100,0	

BUSINESS

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Alat Rumah Tangga	1	,2	,2	,2
Bakso	5	1,0	1,0	1,2
Bengkel	23	4,6	4,6	5,8
Besi Tua	5	1,0	1,0	6,7
Buah-buahan	31	6,2	6,2	12,9
Buku Agama	1	,2	,2	13,1
Cakar	11	2,2	2,2	15,3
Dagang buah	1	,2	,2	15,5
Dompot	1	,2	,2	15,7
Es buah	1	,2	,2	15,9
Es buah/teler	1	,2	,2	16,1
Es Buah/teler	1	,2	,2	16,3
Es Teler/buah	10	2,0	2,0	18,3
Jahit Sepatu	10	2,0	2,0	20,2
Jl Onderdil bks	1	,2	,2	20,4
Jual bi emas	1	,2	,2	21,4
Jual Tas	5	1,0	1,0	21,6
Jual/beli mas	1	,2	,2	22,6
Jual/bi emas	5	1,0	,6	23,2
Jualan Baju	3	,6	,4	23,6
Jualan Bakso	2	,4	,2	23,8
	1	,2		

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Juragan becak	1	,2	,2	24,0
Jus Buah	1	,2	,2	24,2
Kacamata	8	1,6	1,6	25,8
Kayu bekas	10	2,0	2,0	27,8
Kelontong	37	7,3	7,3	35,1
Kosmetik	1	,2	,2	35,3
Mainan	6	1,2	1,2	36,5
Mainan ank	2	,4	,4	36,9
Makanan	3	,6	,6	37,5
Martabak	31	6,2	6,2	43,7
Mebel	1	,2	,2	43,8
Meubel	28	5,6	5,6	49,4
Meubel bekas	5	1,0	1,0	50,4
Mie & Bakso	3	,6	,6	51,0
Mie & Bakso	1	,2	,2	51,2
Nasi goreng	4	,8	,8	52,0
Nasi Goreng	22	4,4	4,4	56,3
Ond mbl bekas	1	,2	,2	56,5
Ond.mbl bekas	8	1,6	1,6	58,1
Onderdil Bekas	9	1,8	1,8	59,9
Pakaian	1	,2	,2	60,1
Pakaian cakar	10	2,0	2,0	62,1
Pakaian Dalam	3	,6	,6	62,7
Panjual Ikan	7	1,4	1,4	64,1
Pemb.Meubel	21	4,2	4,2	68,3
Pengrajin Emas	11	2,2	2,2	70,4
Penj Pis Epe	5	1,0	1,0	71,4
Penj. Cakar	1	,2	,2	71,6
Penj.Cakar	18	3,6	3,6	75,2
Penj.sepatu	5	1,0	1,0	76,2
Penjahit baju	2	,4	,4	76,6
Penjual ikan	2	1,0	1,0	77,6
Penjual Ikan	5	1,0	1,0	81,2
Penjual Ikan	18	3,6	3,6	82,1
Penjual Tempe	5	1,0	1,0	82,1
Pisang Epe	10	2,0	2,0	84,1
Pisangepe	1	,2	,2	84,3
Salon	1	5,2	5,2	89,5
Sepatu	26	,4	,4	89,9
Sepatu	2	1,0	1,0	90,9
Sewa Tenda	5	1,0	1,0	91,9
Sw Alat pesta	5	1,0	1,0	93,8
Tempel ban	10	2,0	2,0	95,0
Tempel Ban	6	1,2	1,2	95,8
Tempel Ban	4	,8	,8	96,0
Tk Jahit Sepatu	4	,2	,2	96,8
Toko Kelontong	4	,8	,8	97,4
Toko Kelontong	3	,6	,6	97,4
Trans Ant Pulau	3	,6	,6	98,4
Transp.drt	5	1,0	1,0	

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Transportasi	5	1,0	1,0	99,4
Transportasi Darat	2	,4	,4	99,8
Warung Makan	1	,2	,2	100,0
Total	504	100,0	100,0	

AGE



	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 17	1	,2	,2	,2
19	1	,2	,2	,4
20	2	,4	,4	,8
22	3	,6	,6	1,4
23	5	1,0	1,0	2,4
24	13	2,6	2,6	5,0
25	14	2,8	2,8	7,7
26	6	1,2	1,2	8,9
27	22	4,4	4,4	13,3
28	11	2,2	2,2	15,5
29	19	3,8	3,8	19,2
30	21	4,2	4,2	23,4
31	14	2,8	2,8	26,2
32	16	3,2	3,2	29,4
33	19	3,8	3,8	33,1
34	33	6,5	6,5	39,7
35	23	4,6	4,6	44,2
36	33	6,5	6,5	50,8
37	22	4,4	4,4	55,2
38	13	2,6	2,6	57,7
39	15	3,0	3,0	60,7
40	27	5,4	5,4	66,1
41	10	2,0	2,0	68,1
42	7	1,4	1,4	69,4
43	10	2,0	2,0	71,4
44	29	5,8	5,8	77,2
45	23	4,6	4,6	81,7
46	11	2,2	2,2	83,9
47	4	,8	,8	84,7
48	6	1,2	1,2	85,9
49	5	1,0	1,0	86,9
50	10	2,0	2,0	88,9
51	4	,8	,8	89,7
52	6	1,2	1,2	90,9
53	4	,8	,8	91,7
54	8	1,6	1,6	93,3
55	8	1,6	1,6	96,0
56	4	,8	,8	96,8
57	4	,8	,8	98,0
58	1	,2	,2	98,2
59	1	,2	,2	98,4
60	3	,6	,6	98,6
61	1	,2	,2	99,2
62	3	,6	,6	99,8
64	1	,2	,2	100,0
Total	504	100,0	100,0	

EDU

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tdk Pernah sekolah	1	,2	,2	,2
SD	97	19,2	19,2	19,4
SMP	145	28,8	28,8	48,2
SMA	234	46,4	46,4	94,6
D3	12	2,4	2,4	97,0
S1	15	3,0	3,0	100,0
Total	504	100,0	100,0	

ADDRESS

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Antang Pnkukang	1	,2	,2	,2
Bangkala	8	1,6	1,6	1,8
Bangkala Manggala	2	,4	,4	2,2
Banta2eng	3	,6	,6	2,8
Baraya	14	2,8	2,8	5,6
Baraya Bontoala	1	,2	,2	5,8
Baraya Bt ala	1	,2	,2	6,0
Baraya Bt Ala	2	,4	,4	6,3
Baru	1	,2	,2	6,5
Batua Pnk	1	,2	,2	6,7
Biru	3	,6	,6	7,3
Bonoala	1	,2	,2	7,5
Bontoala	13	2,6	2,6	10,1
Borong	11	2,2	2,2	12,3
Br raya	1	,2	,2	12,5
Bto Makkio	1	,2	,2	12,7
Bukaka	1	,2	,2	12,9
Bukit Hrp	1	,2	,2	13,1
Buloa Tallo	1	,2	,2	13,3
Bulogading	12	2,4	2,4	15,7
Bungaejaya	3	,6	,6	16,3
Buru	2	,4	,4	16,7
Butung	1	,2	,2	16,9
Ceppee	1	,2	,2	18,7
Cp Galung	1	,2	,2	18,8
Daya B Kanaya	1	,2	,2	19,0
Gaddong Bt Ala	1	,2	,2	19,2
Jongaya	8	1,6	1,6	20,8
Kam.Pisang	4	,8	,8	21,6
Kamp.Pisang	1	,2	,2	21,8
Karawisi Pnkkang	1	,2	,2	22,0
Kassi	1	,2	,2	22,2
Kassi2	5	1,0	1,0	23,2
Kassi2 Tamalate	1	,2	,2	23,4

ADDRESS

333

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kassi2 Tmlate	1	,2	,2	23,6
Km Pisang	1	,2	,2	23,8
Kmp.Pisang	3	,6	,6	24,4
Kp.baru	1	,2	,2	24,6
Kp.Pisang	1	,2	,2	24,8
Kungjungmae	1	,2	,2	25,0
Kunjungmae	1	,2	,2	25,2
Labukkang	10	2,0	2,0	27,2
Lakassi Soreang	3	,6	,6	27,8
Lakessi	47	9,3	9,3	37,1
Lakessi Soreang	3	,6	,6	37,7
Lakessi WT Soreang	1	,2	,2	37,9
Lakkessi	1	,2	,2	38,1
Laksessi	1	,2	,2	38,3
Lanrisa	1	,2	,2	38,5
Lapadde	2	,4	,4	38,9
Lapadde Ujung	1	,2	,2	39,1
Lappadde	1	,2	,2	39,3
Lappade	1	,2	,2	39,5
Layang	7	1,4	1,4	40,9
Losari	1	,2	,2	41,1
Lumpue	2	,4	,4	41,5
Macanang	1	,2	,2	41,7
Maccege	10	2,0	2,0	43,7
Maccege Tr	2	,4	,4	44,0
Maccegge Tria	1	,2	,2	44,2
Maccini	3	,6	,6	44,8
Maluku	1	,2	,2	45,0
Malusetasi	1	,2	,2	45,2
Mamajang	3	,6	,6	45,8
Mangasa	2	,4	,4	46,2
Mangasa Tmlate	1	,2	,2	46,4
Manggala	1	,2	,2	46,6
Mangkura	21	4,2	4,2	50,8
Mangkura Ujungpandan	1	,2	,2	51,0
Mangkura UP	1	,2	,2	51,2
Manungge	1	,2	,2	51,4
Manuringi	1	,2	,2	51,6
Manuringi Triat	1	,2	,2	51,8
Manurungae TR	1	,2	,2	52,0
Manurunge	28	5,6	5,6	57,5
Manurunge Tr	1	,2	,2	57,7
Manurunge TR	1	,2	,2	57,9
Manurungi	3	,6	,6	58,5
Manurungi Tria	1	,2	,2	58,7
Manurungi Triat	1	,2	,2	58,9
Manurungi Triattang	1	,2	,2	59,1

ADDRESS

334

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Maricaya MmJang	1	,2	,2	59,3
Mariso	13	2,6	2,6	61,9
Masimpu TRi	1	,2	,2	62,1
Massumpu	2	,4	,4	62,5
Massumpu T Riattang	2	,4	,4	62,9
masumpu	1	,2	,2	63,1
Masumpu	23	4,6	4,6	67,7
Masumpu Tr	1	,2	,2	67,9
Masumpu Tri	2	,4	,4	68,3
Masumpu Triattang	2	,4	,4	68,7
Mattoanging	1	,2	,2	68,8
Mattoanging Mrs	1	,2	,2	69,0
Pa'baeng2	11	2,2	2,2	71,2
Paba2eng	1	,2	,2	71,4
Pampang Pnk	2	,4	,4	71,8
Panaikang	1	,2	,2	72,0
Panaikang Pnk	1	,2	,2	72,2
Panaikang Pnkukang	1	,2	,2	72,4
Panakukang	4	,8	,8	73,2
Panampu	4	,8	,8	74,0
Pandang Pnk	1	,2	,2	74,2
Pandang Pnkukang	1	,2	,2	74,4
Pannampu	2	,4	,4	74,8
Pannampu Tallo	1	,2	,2	75,0
Pannara	9	1,8	1,8	76,8
Pappolo	3	,6	,6	77,4
Parang Tambung	2	,4	,4	77,8
Parangtambung	1	,2	,2	78,0
Pr tambung	1	,2	,2	78,2
Prtambung	1	,2	,2	78,4
Rappocini	5	1,0	1,0	79,4
Rappokalling Tallo	1	,2	,2	79,6
Sambung Jawa	1	,2	,2	79,8
Smb jawa	2	,4	,4	80,2
Sombaopu	2	,4	,4	80,6
Swergading	1	,2	,2	80,8
Ta'	1	,2	,2	81,0
Tallo	2	,4	,4	81,3
Tamalate	20	4,0	4,0	85,3
Tamalatea JP	1	,2	,2	85,5
Tanete Riat	1	,2	,2	85,7
Teppee TRi	1	,2	,2	85,9
Teppee TRiattang	1	,2	,2	86,1
Tidung Tamalate	1	,2	,2	86,3
Tiro Sompe Bacukiki	1	,2	,2	86,5
Triattang	1	,2	,2	86,7
U.P Baru	1	,2	,2	86,9

ADDRESS

335

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Uj. Baru	4	,8	,8	87,7
Uj. Bulu	5	1,0	1,0	88,7
Uj. sabbang	3	,6	,6	89,3
Uj. Sabbang	8	1,6	1,6	90,9
Ujung	11	2,2	2,2	93,1
Ujung baru	1	,2	,2	93,3
Ujung Baru	5	1,0	1,0	94,2
Ujung Batu	1	,2	,2	94,4
Ujung Bulu	4	,8	,8	95,2
Ujung Pandang	1	,2	,2	95,4
Ujung SAbang	1	,2	,2	95,6
Ujung Sabbang	11	2,2	2,2	97,8
Ujung Soreang	1	,2	,2	98,0
Ujung Tanah	1	,2	,2	98,2
Ujungtanah	1	,2	,2	98,4
W. Bacukiki	3	,6	,6	99,0
Wajo	2	,4	,4	99,4
Wajobaru	1	,2	,2	99,6
Wajobaru BT ala	1	,2	,2	99,8
Walannae	1	,2	,2	100,0
Total	504	100,0	100,0	

REGSOURC

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Bantaeng	2	,4	,4	,4
Barru	2	,4	,4	,8
Bone	45	8,9	8,9	9,7
Bulukumba	2	,4	,4	10,1
Enrekang	7	1,4	1,4	11,5
Enrekang Makassar	1	,2	,2	11,7
Flores	1	,2	,2	11,9
Gorontalo	2	,4	,4	12,3
Gowa	7	1,4	1,4	13,7
Jatim	3	,6	,6	14,3
Jawa	10	2,0	2,0	16,3
Jawa Barat	1	,2	,2	16,5
Jawa Ten	13	2,6	2,6	19,0
Jawa Teng	2	,4	,4	19,4
Jawa Tengah	1	,2	,2	19,6
Jawa tengah	19	3,8	3,8	23,4
Jawa Tengah	5	1,0	1,0	24,4
Jawa Tim	9	1,8	1,8	26,2
Jawa Timur	1	,2	,2	26,4
Jenepont	12	2,4	2,4	28,8
Jeneponto				

REGSOURC

336

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kaltim	1	,2	,2	29,0
Kupang	1	,2	,2	29,2
Maccege	1	,2	,2	29,4
Majene	2	,4	,4	29,8
Makassar	120	23,8	23,8	53,6
Manado	4	,8	,8	54,4
Mandar	1	,2	,2	54,6
Maros	12	2,4	2,4	56,9
Mks	4	,8	,8	57,7
Padang	1	,2	,2	57,9
Palopo	8	1,6	1,6	59,5
Palu	1	,2	,2	59,7
Pangkep	10	2,0	2,0	61,7
Parepare	63	12,5	12,5	74,2
Pinrang	13	2,6	2,6	76,8
Polmas	5	1,0	1,0	77,8
Riau	1	,2	,2	78,0
Sengkang	7	1,4	1,4	79,4
Sidrap	25	5,0	5,0	84,3
Sinjai	10	2,0	2,0	86,3
Solo	4	,8	,8	87,1
Soppeng	4	,8	,8	87,9
Sukoharjo	1	,2	,2	88,1
Takalar	21	4,2	4,2	92,3
Tangerang	1	,2	,2	92,5
Tator	2	,4	,4	92,9
Tegal	4	,8	,8	93,7
Toraja	3	,6	,6	94,2
Wajo	6	1,2	1,2	95,4
Walannae	1	,2	,2	95,6
Wonogiri	1	,2	,2	95,8
Wtpone	18	3,6	3,6	99,4
WTPone	1	,2	,2	99,6
WTPone	2	,4	,4	100,0
Total	504	100,0	100,0	

REGRES

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Bone	110	21,8	21,8	21,8
Makassar	247	49,0	49,0	70,8
Parepare	147	29,2	29,2	100,0
Total	504	100,0	100,0	

MEMFAM

337

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	38	7,5	7,5	7,5
1	20	4,0	4,0	11,5
2	98	19,4	19,4	31,0
3	115	22,8	22,8	53,8
4	100	19,8	19,8	73,6
5	64	12,7	12,7	86,3
6	39	7,7	7,7	94,0
7	13	2,6	2,6	96,6
8	10	2,0	2,0	98,6
9	1	,2	,2	98,8
10	3	,6	,6	99,4
11	2	,4	,4	99,8
13	1	,2	,2	100,0
Total	504	100,0	100,0	

MSTATUS →

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kawin	425	84,3	84,3	84,3
Belum Kawin	61	12,1	12,1	96,4
Duda	7	1,4	1,4	97,8
Janda	11	2,2	2,2	100,0
Total	504	100,0	100,0	

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
1960	1	,2	,2	,2
1964	1	,2	,2	,4
1969	1	,2	,2	,6
1970	6	1,2	1,2	1,8
1974	1	,2	,2	2,0
1975	1	,2	,2	2,2
1977	2	,4	,4	2,6
1978	6	1,2	1,2	3,8
1979	5	1,0	1,0	4,8
1980	28	5,6	5,6	10,3
1981	3	,6	,6	10,9
1982	9	1,8	1,8	12,7
1983	6	1,2	1,2	13,9
1984	4	,8	,8	14,7
1985	17	3,4	3,4	18,1
1986	6	1,2	1,2	19,3
1987	11	2,2	2,2	21,5
1988	8	1,6	1,6	23,1
1989	11	2,2	2,2	25,2
1990	46	9,1	9,1	34,4
1991	13	2,6	2,6	37,0
1992	9	1,8	1,8	38,8
1993	13	2,6	2,6	41,4
1994	17	3,4	3,4	44,7
1995	22	4,4	4,4	49,1
1996	18	3,6	3,6	52,7
1997	49	9,7	9,7	62,4
1998	34	6,7	6,8	69,2
1999	47	9,3	9,3	78,5
2000	65	12,9	12,9	91,5
2001	29	5,8	5,8	97,2
2002	13	2,6	2,6	99,8
2003	1	,2	,2	100,0
Total	503	99,8	100,0	
Missing				
System	1	,2		
Total	504	100,0		

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Inisitif sendiri	397	78,8		
	Dorongan teman	30	6,0	78,9	78,9
	Pekerjaan Warisan	57	11,3	6,0	84,9
	Sesuai bakat	19	3,8	11,3	96,2
	Total	503	99,8	3,8	100,0
Missing	System	1	,2	100,0	
Total		504	100,0		

B3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	42	8,3	8,4	8,4
	1	193	38,3	38,4	46,8
	2	134	26,6	26,7	73,5
	3	59	11,7	11,8	85,3
	4	33	6,5	6,6	91,8
	5	16	3,2	3,2	95,0
	6	10	2,0	2,0	97,0
	7	4	,8	,8	97,8
	8	1	,2	,2	98,0
	9	1	,2	,2	98,2
	10	3	,6	,6	98,8
	12	2	,4	,4	99,2
	20	1	,2	,2	99,4
	28	1	,2	,2	99,6
	32	1	,2	,2	99,8
	35	1	,2	,2	100,0
	Total	502	99,6	100,0	
Missing	System	2	,4		
Total		504	100,0		

B4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Menyewa	220	43,7	43,7	43,7
	Beli	109	21,6	21,6	65,3
	rumah	172	34,1	34,1	99,4
	Lainnya	3	,6	,6	100,0
	Total	504	100,0	100,0	

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	2	,4	,4	,4
Keluarga	241	47,8	50,3	50,7
Anak	52	10,3	10,9	61,6
Orang lain	123	24,4	25,7	87,3
Gabungan keluarga & org lain	61	12,1	12,7	100,0
Total	479	95,0	100,0	
Missing System	25	5,0		
Total	504	100,0		

B6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Mata pencaharian	446	88,5	89,9	89,9
Pekerjaan Sambilan	43	8,5	8,7	98,6
Sebagai tenaga kerja	7	1,4	1,4	100,0
Total	496	98,4	100,0	
Missing System	8	1,6		
Total	504	100,0		

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	464	92,1	92,1	92,1
Angk.br	1	,2	,2	92,3
Bengkel	1	,2	,2	92,5
Es buah	1	,2	,2	92,7
Guru SMU	1	,2	,2	92,9
Jl ikan	1	,2	,2	93,1
Jl kayu	1	,2	,2	93,3
Jl makan	1	,2	,2	93,5
Jl nasi	1	,2	,2	93,7
Jl.Beras	1	,2	,2	93,8
jual klt	1	,2	,2	94,0
Jual Sep	1	,2	,2	94,2
Kary sws	1	,2	,2	94,4
Kary sws	1	,2	,2	94,6
Karyawan	1	,2	,2	94,8
Kelonton	1	,2	,2	95,0
Nasi	1	,2	,2	95,2
Ojek	2	,4	,4	95,6
P.kltong	1	,2	,2	95,8
Pabrik	1	,2	,2	96,0
Pakaian	1	,2	,2	96,2
Ped kayu	1	,2	,2	96,4
Pendptan	1	,2	,2	96,6
Percetak	1	,2	,2	96,8
PNS	13	2,6	2,6	99,4
PPakaian	1	,2	,2	99,6
Ush kayu	1	,2	,2	99,8
Wartel	1	,2	,2	100,0
Total	504	100,0	100,0	

B8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	408	81,0	81,3	81,3
Ingin mengembangkan	62	12,3	12,4	93,6
Cukup puas sekarang	32	6,3	6,4	100,0
Cukup untuk keluarga	502	99,6	100,0	
Total	2	,4		
Missing System	504	100,0		
Total				

B9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	399	79,2	79,2	79,2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Anak buah	2	,4	,4	79,6
Ayam potong	1	,2	,2	79,8
Becak	1	,2	,2	80,0
Bekerja pd org lain	1	,2	,2	80,2
Brh bang	2	,4	,4	80,6
bruh pbr	1	,2	,2	80,8
Buruh	3	,6	,6	81,3
buruh bangunan	1	,2	,2	81,5
Buruh Pabrik	2	,4	,4	81,9
Cakar	1	,2	,2	82,1
Guru	1	,2	,2	82,3
Ibu Rumah tg	1	,2	,2	82,5
Ibu Rumah Tg	1	,2	,2	82,7
Jl Baju	1	,2	,2	82,9
Jual bakso	1	,2	,2	83,1
jual buah	1	,2	,2	83,3
Jual buah	1	,2	,2	83,5
Jual Es	1	,2	,2	83,7
Jual kain	1	,2	,2	83,9
Jual kayu	1	,2	,2	84,1
Jual Kit	1	,2	,2	84,3
jual klitong	1	,2	,2	84,5
Jual klitong	1	,2	,2	84,7
Jual koran	1	,2	,2	84,9
Jual sayur	2	,4	,4	85,3
Kary swst	2	,4	,4	85,7
Kary.bsw	1	,2	,2	85,9
Kary.swasta	1	,2	,2	86,1
Kary.swst	1	,2	,2	86,3
Karyawan	3	,6	,6	86,9
Karyawan Bosowa	1	,2	,2	87,1
Karyawan hero	1	,2	,2	87,3
Karyawan Salon	1	,2	,2	87,5
Karyawan toko	1	,2	,2	87,7
Karyswst	1	,2	,2	87,9
Kelontong	2	,4	,4	88,3
Kerja di pabrik	1	,2	,2	88,5
Klont	1	,2	,2	88,7
Klontong	1	,2	,2	88,9
kontraktor	1	,2	,2	89,1
Kontraktor	1	,2	,2	89,3
Makelar Mobil	1	,2	,2	89,5
Mek Honda	1	,2	,2	89,7
Mekanik Honda	1	,2	,2	89,9
Ojek	2	,4	,4	90,1
Pakaian	1	,2	,2	90,5
Ped buah	1	,2	,2	90,7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ped.campur	1	,2	,2	90,9
Ped.campuran	1	,2	,2	91,1
Ped.pakaian	1	,2	,2	91,3
Pedg Makanan di Mks	1	,2	,2	91,5
Peg.honor	1	,2	,2	91,7
Pekerja	1	,2	,2	91,9
Pekerja Bengkel	1	,2	,2	92,1
Pembantu RT	1	,2	,2	92,3
Pen.Koas Kaki	1	,2	,2	92,5
Pen.sayur	1	,2	,2	92,7
Penj makanan	1	,2	,2	92,9
Penj.Bakso	1	,2	,2	93,1
Penjual	1	,2	,2	93,3
Penjual Buah	1	,2	,2	93,5
Petani	4	,8	,8	94,2
PNS	14	2,8	2,8	97,0
Polisi	1	,2	,2	97,2
Ps polisi	1	,2	,2	97,4
sld kompor	1	,2	,2	97,6
Sopir	2	,4	,4	98,0
Supir angkot	1	,2	,2	98,2
Tani	1	,2	,2	98,4
Tkg becak	1	,2	,2	98,6
Tkg sapu	1	,2	,2	98,8
Tukang batu	1	,2	,2	99,0
Tukang Bor	1	,2	,2	99,2
Tukang las	1	,2	,2	99,4
Tukang Las	1	,2	,2	99,6
Tukg batu	1	,2	,2	99,8
Tukg kayu	1	,2	,2	100,0
Total	504	100,0	100,0	

C1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp 250 000	53	10,5	10,5	10,5
Rp 250 000 - Rp 500 000	118	23,4	23,4	33,9
Rp 500 000 - Rp 1 500 000	66	13,1	13,1	47,0
Rp.1 500 000 - Rp.2 000 000	70	13,9	13,9	60,9
> Rp 2 000 000	197	39,1	39,1	100,0
Total	504	100,0	100,0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Modal Sendiri	333	66,1	66,1	66,1
	Modal Pinjaman	63	12,5	12,5	78,6
	Modal Titipan	10	2,0	2,0	80,6
	Modal Campuran	96	19,0	19,0	99,6
	5	2	,4	,4	100,0
	Total	504	100,0	100,0	

C3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp 2,5 juta	232	46,0	46,0	46,0
	Rp.250 000 - Rp 500 000	112	22,2	22,2	68,3
	Rp.5 Juta - Rp. 7,5 Juta	49	9,7	9,7	78,0
	Rp.7,5 Juta - Rp.10 juta	42	8,3	8,3	86,3
	> Rp. 10 juta	69	13,7	13,7	100,0
	Total	504	100,0	100,0	

C4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<Rp 100 000	301	59,7	60,0	60,0
	Rp 100 000 - Rp 200 000	94	18,7	18,7	78,7
	Rp 500 000 - Rp 800 000	36	7,1	7,2	85,9
	Rp 800 000 - Rp 1 100 000	36	7,1	7,2	93,0
	Rp 1 100 000 - Rp. 1 400 000	15	3,0	3,0	96,0
	> Rp 1 400 000	20	4,0	4,0	100,0
	Total	502	99,6	100,0	
Missing	System	2	,4		
Total		504	100,0		

C5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp 100 000	178	35,3	35,4	35,4
	Rp 100 000 - Rp 300 000	144	28,6	28,6	64,0
	Rp 300 000 - Rp 500 000	80	15,9	15,9	79,9
	> Rp 500 000	98	19,4	19,5	99,4
	5	3	,6	,6	100,0
	Total	503	99,8	100,0	
	1	1	,2		
Missing	System	504	100,0		
Total					

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp 1 000	136	27,0	27,0	27,0
Rp 1 000 - Rp 1 500	158	31,3	31,3	58,3
Rp 1 501 - Rp 2000	99	19,6	19,6	78,0
Rp 2001 - Rp 5000	110	21,8	21,8	99,8
5	1	,2	,2	100,0
Total	504	100,0	100,0	

C7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp 10 000	220	43,7	43,7	43,7
Rp 50 000 - Rp 100 000	145	28,8	28,8	72,4
Rp 100 000 - Rp 150 000	65	12,9	12,9	85,3
> Rp 150 000	74	14,7	14,7	100,0
Total	504	100,0	100,0	

C8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pernah	344	68,3	68,3	68,3
Tidak Pernah	159	31,5	31,5	99,8
4	1	,2	,2	100,0
Total	504	100,0	100,0	

C9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pernah	287	56,9	57,1	57,1
Tidak Pernah	209	41,5	41,6	98,6
3	3	,6	,6	99,2
4	3	,6	,6	99,8
7	1	,2	,2	100,0
Total	503	99,8	100,0	
Missing System	1	,2		
Total	504	100,0		

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Keluarga	154	30,6	47,1	47,1
	Rentenir	17	3,4	5,2	52,3
	Bank	116	23,0	35,5	87,8
	Lembaga Pembiayaan	24	4,8	7,3	95,1
	7	16	3,2	4,9	100,0
	Total	327	64,9	100,0	
Missing	System	177	35,1		
Total		504	100,0		

DA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	11	2,2	2,2	2,2
	3	1	,2	,2	2,4
	4	2	,4	,4	2,8
	5	7	1,4	1,4	4,2
	6	11	2,2	2,2	6,3
	7	472	93,7	93,7	100,0
Total		504	100,0	100,0	

DB

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	282	56,0	56,0	56,0
	2	14	2,8	2,8	58,7
	3	23	4,6	4,6	63,3
	4	3	,6	,6	63,9
	5	97	19,2	19,2	83,1
	6	29	5,8	5,8	88,9
	7	56	11,1	11,1	100,0
Total		504	100,0	100,0	

DC

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	1,0	1,0	1,0
	3	2	,4	,4	1,4
	4	1	,2	,2	1,6
	5	5	1,0	4,0	2,6
	6	20	4,0	93,5	6,5
	7	471	93,5	100,0	100,0
Total		504	100,0		

DD

347

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	8	1,6	1,6	1,6
3	2	,4	,4	2,0
4	4	,8	,8	2,8
5	9	1,8	1,8	4,6
6	14	2,8	2,8	7,3
7	467	92,7	92,7	100,0
Total	504	100,0	100,0	

DE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	4	,8	,8	,8
3	1	,2	,2	1,0
4	1	,2	,2	1,2
5	9	1,8	1,8	3,0
6	20	4,0	4,0	6,9
7	469	93,1	93,1	100,0
Total	504	100,0	100,0	

DF

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	4	,8	,8	,8
2	2	,4	,4	1,2
3	1	,2	,2	1,4
5	9	1,8	1,8	3,2
6	34	6,7	6,7	9,9
7	454	90,1	90,1	100,0
Total	504	100,0	100,0	

DG

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	7	1,4	1,4	1,4
2	1	,2	,2	1,6
4	4	,8	,8	2,4
5	12	2,4	2,4	4,8
6	26	5,2	5,2	9,9
7	454	90,1	90,1	100,0
Total	504	100,0	100,0	

DH

348

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	61	12,1	12,1	12,1
	2	12	2,4	2,4	14,5
	3	8	1,6	1,6	16,1
	4	10	2,0	2,0	18,1
	5	53	10,5	10,5	28,6
	6	46	9,1	9,1	37,7
	7	314	62,3	62,3	100,0
	Total	504	100,0	100,0	

DI

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	7	1,4	1,4	1,4
	2	2	,4	,4	1,8
	3	3	,6	,6	2,4
	4	6	1,2	1,2	3,6
	5	74	14,7	14,7	18,3
	6	68	13,5	13,5	31,7
	7	344	68,3	68,3	100,0
	Total	504	100,0	100,0	

DJ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	21	4,2	4,2	4,2
	2	2	,4	,4	4,6
	3	15	3,0	3,0	7,5
	4	8	1,6	1,6	9,1
	5	122	24,2	24,2	33,3
	6	24	4,8	4,8	38,1
	7	312	61,9	61,9	100,0
	Total	504	100,0	100,0	

DK

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	1,2	1,2	1,2
	3	4	,8	,8	2,0
	4	5	1,0	1,0	3,0
	5	9	1,8	1,8	4,8
	6	23	4,6	4,6	9,3
	7	457	90,7	90,7	100,0
	Total	504	100,0	100,0	

DL

349

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	8	1,6	1,6	1,6
2	3	,6	,6	2,2
5	7	1,4	1,4	3,6
6	34	6,7	6,7	10,3
7	452	89,7	89,7	100,0
Total	504	100,0	100,0	

DM

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	,6	,6	,6
3	2	,4	,4	1,0
4	5	1,0	1,0	2,0
5	22	4,4	4,4	6,3
6	84	16,7	16,7	23,0
7	388	77,0	77,0	100,0
Total	504	100,0	100,0	

DN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	6	1,2	1,2	1,2
2	5	1,0	1,0	2,2
3	1	,2	,2	2,4
4	3	,6	,6	3,0
5	31	6,2	6,2	9,1
6	78	15,5	15,5	24,6
7	380	75,4	75,4	100,0
Total	504	100,0	100,0	

DO

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	32	6,3	6,3	6,3
2	3	,6	,6	6,9
3	9	1,8	1,8	8,7
4	9	1,8	1,8	10,5
5	20	4,0	4,0	14,5
6	40	7,9	7,9	22,4
7	391	77,6	77,6	100,0
Total	504	100,0	100,0	

EA

350

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	18	3,6	3,6	3,6
2	7	1,4	1,4	5,0
3	3	,6	,6	5,6
4	8	1,6	1,6	7,1
5	108	21,4	21,4	28,6
6	40	7,9	7,9	36,5
7	320	63,5	63,5	100,0
Total	504	100,0	100,0	

EB

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	1	,2	,2	,2
4	1	,2	,2	,4
5	7	1,4	1,4	1,8
6	23	4,6	4,6	6,3
7	472	93,7	93,7	100,0
Total	504	100,0	100,0	

EC

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	5	1,0	1,0	1,0
2	1	,2	,2	1,2
3	1	,2	,2	1,4
4	4	,8	,8	2,2
5	5	1,0	1,0	3,2
6	27	5,4	5,4	8,5
7	461	91,5	91,5	100,0
Total	504	100,0	100,0	

ED

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	6	1,2	1,2	1,2
2	5	1,0	1,0	2,2
3	2	,4	,4	2,6
4	4	,8	,8	3,4
5	4	,8	14,3	17,7
6	72	14,3	9,3	27,0
7	47	9,3	73,0	100,0
Total	368	73,0	100,0	
	504	100,0		

EE

351

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	14	2,8	2,8	2,8
2	9	1,8	1,8	4,6
3	3	,6	,6	5,2
4	7	1,4	1,4	6,5
5	41	8,1	8,1	14,7
6	53	10,5	10,5	25,2
7	377	74,8	74,8	100,0
Total	504	100,0	100,0	

EF

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	,4	,4	,4
4	3	,6	,6	1,0
5	10	2,0	2,0	3,0
6	9	1,8	1,8	4,8
7	480	95,2	95,2	100,0
Total	504	100,0	100,0	

EG

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	20	4,0	4,0	4,0
2	2	,4	,4	4,4
3	5	1,0	1,0	5,4
4	6	1,2	1,2	6,5
5	7	1,4	1,4	7,9
6	16	3,2	3,2	11,1
7	448	88,9	88,9	100,0
Total	504	100,0	100,0	

EH

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	6	1,2	1,2	1,2
2	2	,4	,4	1,6
3	2	,4	,4	2,0
4	2	,4	,4	2,4
5	2	,4	,4	3,6
6	6	1,2	1,2	7,1
7	18	3,6	3,6	100,0
8	468	92,9	92,9	
Total	504	100,0	100,0	

EI

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	19	3,8	3,8	3,8
3	1	,2	,2	4,0
4	4	,8	,8	4,8
5	31	6,2	6,2	10,9
6	21	4,2	4,2	15,1
7	428	84,9	84,9	100,0
Total	504	100,0	100,0	

EJ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	16	3,2	3,2	3,2
2	4	,8	,8	4,0
3	2	,4	,4	4,4
4	3	,6	,6	5,0
5	7	1,4	1,4	6,3
6	7	1,4	1,4	7,7
7	465	92,3	92,3	100,0
Total	504	100,0	100,0	

EK

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	133	26,4	26,4	26,4
2	5	1,0	1,0	27,4
3	5	1,0	1,0	28,4
4	4	,8	,8	29,2
5	37	7,3	7,3	36,5
6	38	7,5	7,5	44,0
7	282	56,0	56,0	100,0
Total	504	100,0	100,0	

EL

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	149	29,6	29,6	29,6
2	4	,8	,8	30,4
3	10	2,0	2,0	32,3
4	10	2,0	2,0	34,3
5	27	5,4	5,4	39,7
6	41	8,1	8,1	47,8
7	263	52,2	52,2	100,0
Total	504	100,0	100,0	

EM

353

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	41	8,1	8,1	8,1
2	2	,4	,4	8,5
3	5	1,0	1,0	9,5
4	8	1,6	1,6	11,1
5	128	25,4	25,4	36,5
6	54	10,7	10,7	47,2
7	266	52,8	52,8	100,0
Total	504	100,0	100,0	

EN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	33	6,5	6,5	6,5
2	7	1,4	1,4	7,9
3	2	,4	,4	8,3
4	6	1,2	1,2	9,5
5	49	9,7	9,7	19,2
6	44	8,7	8,7	28,0
7	363	72,0	72,0	100,0
Total	504	100,0	100,0	

EO

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	26	5,2	5,2	5,2
2	2	,4	,4	5,6
3	5	1,0	1,0	6,5
4	4	,8	,8	7,3
5	28	5,6	5,6	12,9
6	67	13,3	13,3	26,2
7	372	73,8	73,8	100,0
Total	504	100,0	100,0	

EP

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	92	18,3	18,3	18,3
2	10	2,0	2,0	20,2
3	6	1,2	1,2	21,4
4	6	1,2	1,2	22,6
5	106	21,0	21,0	43,7
6	76	15,1	15,1	58,7
7	208	41,3	41,3	100,0
Total	504	100,0	100,0	

EQU

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	393	78,0	78,0	78,0
2	8	1,6	1,6	79,6
3	4	,8	,8	80,4
5	5	1,0	1,0	81,3
6	16	3,2	3,2	84,5
7	78	15,5	15,5	100,0
Total	504	100,0	100,0	

ER

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	19	3,8	3,8	3,8
2	1	,2	,2	4,0
3	5	1,0	1,0	5,0
4	1	,2	,2	5,2
5	11	2,2	2,2	7,3
6	48	9,5	9,5	16,9
7	419	83,1	83,1	100,0
Total	504	100,0	100,0	

FA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	7	1,4	1,4	1,4
4	10	2,0	2,0	3,4
5	11	2,2	2,2	5,6
6	12	2,4	2,4	7,9
7	464	92,1	92,1	100,0
Total	504	100,0	100,0	

FB

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	6	1,2	1,2	1,2
2	4	,8	,8	2,0
3	7	1,4	1,4	3,4
4	4	,8	,8	4,2
5	18	3,6	3,6	7,7
6	33	6,5	6,5	14,3
7	432	85,7	85,7	100,0
Total	504	100,0	100,0	



FC

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	8	1,6	1,6	1,6
2	1	,2	,2	1,8
3	2	,4	,4	2,2
4	4	,8	,8	3,0
5	26	5,2	5,2	8,1
6	43	8,5	8,5	16,7
7	420	83,3	83,3	100,0
Total	504	100,0	100,0	

FD

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	,6	,6	,6
2	3	,6	,6	1,2
3	4	,8	,8	2,0
4	4	,8	,8	2,8
5	11	2,2	2,2	5,0
6	23	4,6	4,6	9,5
7	456	90,5	90,5	100,0
Total	504	100,0	100,0	

FE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	11	2,2	2,2	2,2
3	8	1,6	1,6	3,8
4	8	1,6	1,6	5,4
5	8	1,6	1,6	9,5
6	21	4,2	4,2	15,3
7	29	5,8	5,8	100,0
8	427	84,7	84,7	
Total	504	100,0	100,0	

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	145	28,8	28,8	28,8
2	16	3,2	3,2	31,9
3	8	1,6	1,6	33,5
5	75	14,9	14,9	48,4
6	27	5,4	5,4	53,8
7	233	46,2	46,2	100,0
Total	504	100,0	100,0	

FG

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	21	4,2	4,2	4,2
2	4	,8	,8	5,0
3	5	1,0	1,0	6,0
4	2	,4	,4	6,3
5	27	5,4	5,4	11,7
6	29	5,8	5,8	17,5
7	416	82,5	82,5	100,0
Total	504	100,0	100,0	

FH

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	6	1,2	1,2	1,2
2	2	,4	,4	1,6
3	2	,4	,4	2,0
4	4	,8	,8	2,8
5	9	1,8	1,8	4,6
6	16	3,2	3,2	7,7
7	465	92,3	92,3	100,0
Total	504	100,0	100,0	

FI

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	,2	,2	,2
4	4	,8	,8	1,0
5	9	1,8	1,8	2,8
6	21	4,2	4,2	6,9
7	469	93,1	93,1	100,0
Total	504	100,0	100,0	

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	,6	,6	,6
4	4	,8	,8	1,4
5	7	1,4	1,4	2,8
6	19	3,8	3,8	6,5
7	471	93,5	93,5	100,0
Total	504	100,0	100,0	

FK

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	,2	,2	,2
2	1	,2	,2	,4
3	1	,2	,2	,6
5	12	2,4	2,4	3,0
6	24	4,8	4,8	7,7
7	465	92,3	92,3	100,0
Total	504	100,0	100,0	

FL

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	11	2,2	2,2	2,2
2	6	1,2	1,2	3,4
3	7	1,4	1,4	4,8
4	4	,8	,8	5,6
5	90	17,9	17,9	23,4
6	30	6,0	6,0	29,4
7	356	70,6	70,6	100,0
Total	504	100,0	100,0	

FM

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	9	1,8	1,8	1,8
3	1	,2	,2	2,0
4	7	1,4	1,4	3,4
5	52	10,3	10,3	13,7
6	34	6,7	6,7	20,4
7	401	79,6	79,6	100,0
Total	504	100,0	100,0	

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	14	2,8	2,8	2,8
2	1	,2	,2	3,0
4	6	1,2	1,2	4,2
5	14	2,8	2,8	6,9
6	25	5,0	5,0	11,9
7	444	88,1	88,1	100,0
Total	504	100,0	100,0	

FO

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	345	68,5	68,5	68,5
2	6	1,2	1,2	69,6
3	6	1,2	1,2	70,8
4	7	1,4	1,4	72,2
5	37	7,3	7,3	79,6
6	22	4,4	4,4	83,9
7	81	16,1	16,1	100,0
Total	504	100,0	100,0	

FP

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	13	2,6	2,6	2,6
2	2	,4	,4	3,0
3	1	,2	,2	3,2
4	3	,6	,6	3,8
5	13	2,6	2,6	6,3
6	24	4,8	4,8	11,1
7	448	88,9	88,9	100,0
Total	504	100,0	100,0	

GA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	17	3,4	3,4	3,4
4	1	,2	,2	3,6
5	4	,8	,8	4,4
6	19	3,8	3,8	8,1
7	463	91,9	91,9	100,0
Total	504	100,0	100,0	

GB

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	7	1,4	1,4	1,4
	3	1	,2	,2	1,6
	4	7	1,4	1,4	3,0
	5	12	2,4	2,4	5,4
	6	19	3,8	3,8	9,1
	7	458	90,9	90,9	100,0
	Total	504	100,0	100,0	

GC

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	6	1,2	1,2	1,2
	3	4	,8	,8	2,0
	5	8	1,6	1,6	3,6
	6	11	2,2	2,2	5,8
	7	475	94,2	94,2	100,0
	Total	504	100,0	100,0	

GD

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	,4	,4	,4
	2	1	,2	,2	,6
	4	3	,6	,6	1,2
	5	22	4,4	4,4	5,6
	6	28	5,6	5,6	11,1
	7	448	88,9	88,9	100,0
	Total	504	100,0	100,0	

GEE

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	8	1,6	1,6	1,6
	2	2	,4	,4	2,0
	3	3	,6	,6	2,6
	4	9	1,8	1,8	4,4
	5	42	8,3	8,3	12,7
	6	38	7,5	7,5	20,2
	7	402	79,8	79,8	100,0
	Total	504	100,0	100,0	

GF

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	,2	,2	,2
2	2	,4	,4	,6
3	1	,2	,2	,8
4	3	,6	,6	1,4
5	10	2,0	2,0	3,4
6	19	3,8	3,8	7,1
7	468	92,9	92,9	100,0
Total	504	100,0	100,0	

GG

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	4	,8	,8	,8
4	4	,8	,8	1,6
5	5	1,0	1,0	2,6
6	10	2,0	2,0	4,6
7	481	95,4	95,4	100,0
Total	504	100,0	100,0	

GH

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	6	1,2	1,2	1,2
3	8	1,6	1,6	2,8
4	8	1,6	1,6	4,4
5	12	2,4	2,4	6,7
6	17	3,4	3,4	10,1
7	453	89,9	89,9	100,0
Total	504	100,0	100,0	

GI

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	,2	,2	,2
2	4	,8	,8	1,0
3	8	1,6	1,6	2,6
4	4	,8	,8	3,4
5	6	1,2	1,2	4,6
6	24	4,8	4,8	9,3
7	457	90,7	90,7	100,0
Total	504	100,0	100,0	

GJ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	7	1,4	1,4	1,4
	2	4	,8	,8	2,2
	3	1	,2	,2	2,4
	4	4	,8	,8	3,2
	5	12	2,4	2,4	5,6
	6	19	3,8	3,8	9,3
	7	457	90,7	90,7	100,0
	Total	504	100,0	100,0	

GK

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	17	3,4	3,4	3,4
	2	1	,2	,2	3,6
	3	3	,6	,6	4,2
	4	7	1,4	1,4	5,6
	5	13	2,6	2,6	8,1
	6	23	4,6	4,6	12,7
	7	440	87,3	87,3	100,0
	Total	504	100,0	100,0	

GL

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	23	4,6	4,6	4,6
	2	3	,6	,6	5,2
	3	2	,4	,4	5,6
	4	5	1,0	1,0	6,5
	5	17	3,4	3,4	9,9
	6	47	9,3	9,3	19,2
	7	407	80,8	80,8	100,0
	Total	504	100,0	100,0	

GM

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	23	4,6	4,6	4,6
	3	1	,2	,2	4,8
	4	4	,8	,8	5,6
	5	19	3,8	3,8	9,3
	6	50	9,9	9,9	19,2
	7	407	80,8	80,8	100,0
	Total	504	100,0	100,0	

GN

362

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	30	6,0	6,0	6,0
2	1	,2	,2	6,2
3	3	,6	,6	6,7
4	5	1,0	1,0	7,7
5	32	6,3	6,3	14,1
6	43	8,5	8,5	22,6
7	390	77,4	77,4	100,0
Total	504	100,0	100,0	

GO

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	33	6,5	6,5	6,5
2	5	1,0	1,0	7,5
3	3	,6	,6	8,1
4	5	1,0	1,0	9,1
5	38	7,5	7,5	16,7
6	28	5,6	5,6	22,2
7	392	77,8	77,8	100,0
Total	504	100,0	100,0	

GP

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	107	21,2	21,2	21,2
2	2	,4	,4	21,6
3	4	,8	,8	22,4
4	7	1,4	1,4	23,8
5	120	23,8	23,8	47,6
6	31	6,2	6,2	53,8
7	233	46,2	46,2	100,0
Total	504	100,0	100,0	

GQ

363

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	36	7,1	7,1	7,1
2	14	2,8	2,8	9,9
3	4	,8	,8	10,7
4	3	,6	,6	11,3
5	31	6,2	6,2	17,5
6	46	9,1	9,1	26,6
7	370	73,4	73,4	100,0
Total	504	100,0	100,0	

GR

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	23	4,6	4,6	4,6
2	8	1,6	1,6	6,2
3	2	,4	,4	6,5
4	9	1,8	1,8	8,3
5	146	29,0	29,0	37,3
6	77	15,3	15,3	52,6
7	239	47,4	47,4	100,0
Total	504	100,0	100,0	

GS

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	6	1,2	1,2	1,2
2	1	,2	,2	1,4
3	2	,4	,4	1,8
4	7	1,4	1,4	3,2
5	38	7,5	7,5	10,7
6	65	12,9	12,9	23,6
7	385	76,4	76,4	100,0
Total	504	100,0	100,0	

GTE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	,4	,4	,4
2	3	,6	,6	1,0
3	8	1,6	1,6	2,6
4	8	1,6	1,6	4,2
5	21	4,2	4,2	8,3
6	42	8,3	8,3	16,7
7	420	83,3	83,3	100,0
Total	504	100,0	100,0	

HA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	5	1,0	1,0	1,0
5	3	,6	,6	1,6
6	12	2,4	2,4	4,0
7	484	96,0	96,0	100,0
Total	504	100,0	100,0	

HB

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	,4	,4	,4
3	2	,4	,4	,8
4	2	,4	,4	1,2
5	11	2,2	2,2	3,4
6	14	2,8	2,8	6,2
7	473	93,8	93,8	100,0
Total	504	100,0	100,0	

HC

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	,2	,2	,2
3	2	,4	,4	,6
5	6	1,2	1,2	1,8
6	15	3,0	3,0	4,8
7	480	95,2	95,2	100,0
Total	504	100,0	100,0	

HD

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	6	1,2	1,2	1,2
3	3	,6	,6	1,8
4	6	1,2	1,2	3,0
5	13	2,6	2,6	5,6
6	20	4,0	4,0	9,5
7	456	90,5	90,5	100,0
Total	504	100,0	100,0	

HE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	,6	,6	,6
3	1	,2	,2	,8
4	2	,4	,4	1,2
5	8	1,6	1,6	2,8
6	16	3,2	3,2	6,0
7	474	94,0	94,0	100,0
Total	504	100,0	100,0	

HF

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	,6	,6	,6
2	4	,8	,8	1,4
3	3	,6	,6	2,0
4	5	1,0	1,0	3,0
5	9	1,8	1,8	4,8
6	13	2,6	2,6	7,3
7	467	92,7	92,7	100,0
Total	504	100,0	100,0	

HG

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	9	1,8	1,8	1,8
2	3	,6	,6	2,4
3	3	,6	,6	3,0
4	5	1,0	1,0	4,0
5	5	1,0	1,0	5,6
6	28	5,6	5,6	9,5
7	17	3,4	3,4	12,9
7	439	87,1	87,1	100,0
Total	504	100,0	100,0	

HH

366

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	9	1,8	1,8	1,8
2	3	,6	,6	2,4
3	1	,2	,2	2,6
4	2	,4	,4	3,0
5	12	2,4	2,4	5,4
6	21	4,2	4,2	9,5
7	456	90,5	90,5	100,0
Total	504	100,0	100,0	

HI

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	5	1,0	1,0	1,0
3	4	,8	,8	1,8
4	9	1,8	1,8	3,6
5	24	4,8	4,8	8,3
6	29	5,8	5,8	14,1
7	433	85,9	85,9	100,0
Total	504	100,0	100,0	

HJ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	6	1,2	1,2	1,2
2	1	,2	,2	1,4
4	3	,6	,6	2,0
5	18	3,6	3,6	5,6
6	29	5,8	5,8	11,3
7	447	88,7	88,7	100,0
Total	504	100,0	100,0	

HK

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	,4	,4	,4
3	1	,2	,2	,6
4	6	1,2	1,2	1,8
5	15	3,0	3,0	4,8
6	28	5,6	5,6	10,3
7	452	89,7	89,7	100,0
Total	504	100,0	100,0	

HL

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	25	5,0	5,0	5,0
	2	4	,8	,8	5,8
	3	5	1,0	1,0	6,7
	4	12	2,4	2,4	9,1
	5	27	5,4	5,4	14,5
	6	28	5,6	5,6	20,0
	7	403	80,0	80,0	100,0
	Total	504	100,0	100,0	

HM

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	7	1,4	1,4	1,4
	2	6	1,2	1,2	2,6
	3	6	1,2	1,2	3,8
	4	7	1,4	1,4	5,2
	5	79	15,7	15,7	20,8
	6	64	12,7	12,7	33,5
	7	335	66,5	66,5	100,0
	Total	504	100,0	100,0	

HN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	10	2,0	2,0	2,0
	2	4	,8	,8	2,8
	3	3	,6	,6	3,4
	4	3	,6	,6	4,0
	5	88	17,5	17,5	21,4
	6	80	15,9	15,9	37,3
	7	316	62,7	62,7	100,0
	Total	504	100,0	100,0	

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	,4	,4	,4
2	2	,4	,4	,8
3	3	,6	,6	1,4
4	6	1,2	1,2	2,6
5	8	1,6	1,6	4,2
6	23	4,6	4,6	8,7
7	460	91,3	91,3	100,0
Total	504	100,0	100,0	

Lampiran 4. Analisis Faktor

Factor Analysis For Aspek Keuangan

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.876
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1309.385
	df	36
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

		D3	D4	D5	D6	D9
Anti-image Covariance	D3	.824	-9.715E-02	-3.896E-02	-9.004E-02	-5.288E-02
	D4	-9.715E-02	.603	-.139	-.144	3.604E-02
	D5	-3.896E-02	-.139	.510	-7.771E-02	-.141
	D6	-9.004E-02	-.144	-7.771E-02	.615	-.126
	D9	-5.288E-02	3.604E-02	-.141	-.126	.628
	D11	-9.509E-03	-8.736E-02	-.123	-3.553E-02	-3.560E-02
	D12	9.679E-03	-6.904E-03	-1.312E-02	-4.846E-02	-9.351E-02
	D14	-8.068E-02	-2.319E-02	-6.828E-03	3.453E-02	-9.128E-02
	D15	-2.331E-03	-4.532E-02	-2.341E-02	-5.208E-02	-9.326E-03
	Anti-image Correlation	D3	.915 ^a	-.138	-6.010E-02	-.127
D4		-.138	.875 ^a	-.250	-.237	5.855E-02
D5		-6.010E-02	-.250	.877 ^a	-.139	-.250
D6		-.127	-.237	-.139	.891 ^a	-.203
D9		-7.353E-02	5.855E-02	-.250	-.203	.883 ^a
D11		-1.557E-02	-.167	-.256	-6.737E-02	-6.678E-02
D12		1.355E-02	-1.129E-02	-2.334E-02	-7.854E-02	-.150
D14		-.100	-3.374E-02	-1.080E-02	4.976E-02	-.130
D15		-2.675E-03	-6.074E-02	-3.412E-02	-6.916E-02	-1.225E-02

Anti-image Matrices

		D11	D12	D14	D15
Anti-image Covariance	D3	-9.509E-03	9.679E-03	-8.068E-02	-2.331E-03
	D4	-8.736E-02	-6.904E-03	-2.319E-02	-4.532E-02
	D5	-.123	-1.312E-02	-6.828E-03	-2.341E-02
	D6	-3.553E-02	-4.846E-02	3.453E-02	-5.208E-02
	D9	-3.560E-02	-9.351E-02	-9.128E-02	-9.326E-03
	D11	.453	-.200	-.138	-5.979E-02
	D12	-.200	.619	-3.596E-02	-1.345E-02
	D14	-.138	-3.596E-02	.783	3.234E-02
	D15	-5.979E-02	-1.345E-02	3.234E-02	.923
Anti-image Correlation	D3	-1.557E-02	1.355E-02	-.100	-2.675E-03
	D4	-.167	-1.129E-02	-3.374E-02	-6.074E-02
	D5	-.256	-2.334E-02	-1.080E-02	-3.412E-02
	D6	-6.737E-02	-7.854E-02	4.976E-02	-6.916E-02
	D9	-6.678E-02	-.150	-.130	-1.225E-02
	D11	.844 ^a	-.378	-.231	-9.253E-02
	D12	-.378	.864 ^a	-5.163E-02	-1.779E-02
	D14	-.231	-5.163E-02	.881 ^a	3.804E-02
	D15	-9.253E-02	-1.779E-02	3.804E-02	.928 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
D3	1.000	.255
D4	1.000	.495
D5	1.000	.611
D6	1.000	.500
D9	1.000	.484
D11	1.000	.647
D12	1.000	.457
D14	1.000	.278
D15	1.000	.117

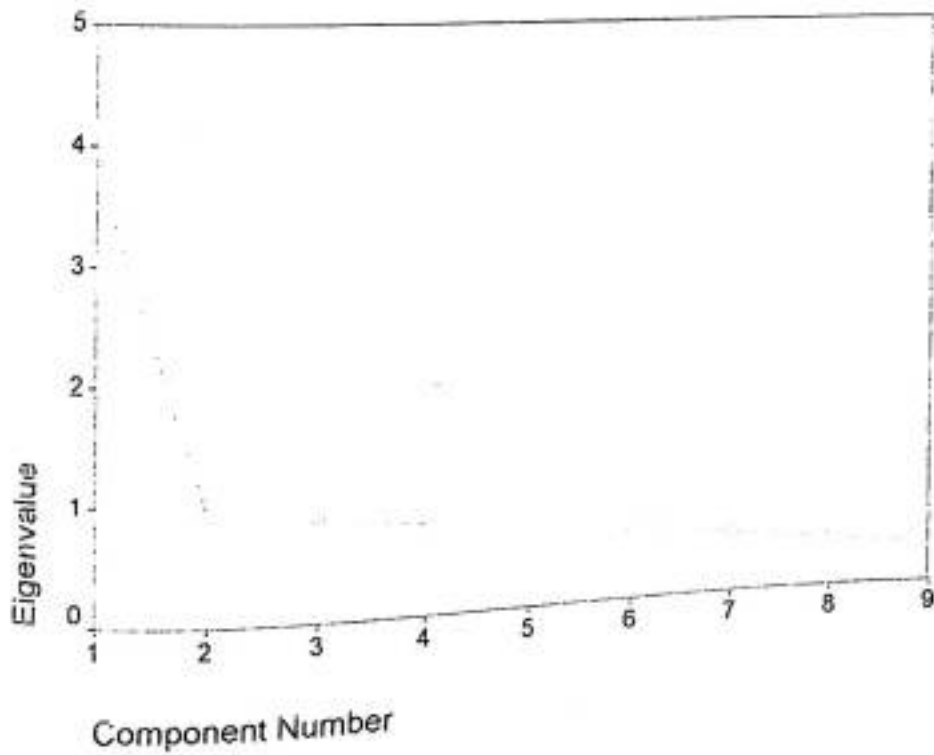
Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.843	42.698	42.698	3.843	42.698	42.698
2	.960	10.665	53.363			
3	.889	9.883	63.246			
4	.781	8.682	71.928			
5	.654	7.265	79.193			
6	.617	6.861	86.053			
7	.510	5.667	91.720			
8	.409	4.545	96.265			
9	.336	3.735	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Scree Plot



Component Matrix^a

	Component
	1
D3	.505
D4	.703
D5	.781
D6	.707
D9	.695
D11	.805
D12	.676
D14	.528
D15	.342

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

Rotated Component Matrix^a

a. Only one component was extracted. The solution cannot be rotated.

Factor Analysis For Aspek Lingkungan**KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.822
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	614.385
	df	21
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

		E1	E2	E3	E4	E5
Anti-image Covariance	E1	.816	-7.881E-02	-6.022E-02	-.128	-.118
	E2	-7.881E-02	.756	-.183	-.110	-3.073E-02
	E3	-6.022E-02	-.183	.618	-.109	-.142
	E4	-.128	-.110	-.109	.797	-4.180E-02
	E5	-.118	-3.073E-02	-.142	-4.180E-02	.750
	E6	6.725E-02	-9.876E-02	-.143	-8.710E-02	-5.943E-02
	E7	-.123	-1.290E-03	-.121	-2.477E-02	-.149
Anti-image Correlation	E1	.811 ^a	-.100	-8.484E-02	-.158	-.152
	E2	-.100	.822 ^a	-.268	-.141	-4.082E-02
	E3	-8.484E-02	-.268	.798 ^a	-.156	-.209
	E4	-.158	-.141	-.156	.852 ^a	-5.407E-02
	E5	-.152	-4.082E-02	-.209	-5.407E-02	.835 ^a
	E6	8.301E-02	-.127	-.203	-.109	-7.650E-02
	E7	-.155	-1.686E-03	-.175	-3.151E-02	-.196

Anti-image Matrices

		E6	E7
Anti-image Covariance	E1	6.725E-02	-.123
	E2	-9.876E-02	-1.290E-03
	E3	-.143	-.121
	E4	-8.710E-02	-2.477E-02
	E5	-5.943E-02	-.149
	E6	.805	-8.828E-02
	E7	-8.828E-02	.775
Anti-image Correlation	E1	8.301E-02	-.155
	E2	-.127	-1.686E-03
	E3	-.203	-.175
	E4	-.109	-3.151E-02
	E5	-7.650E-02	-.196
	E6	.822 ^a	-.112
	E7	-.112	.830 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
E1	1.000	.305
E2	1.000	.401
E3	1.000	.591
E4	1.000	.365
E5	1.000	.423
E6	1.000	.322
E7	1.000	.381

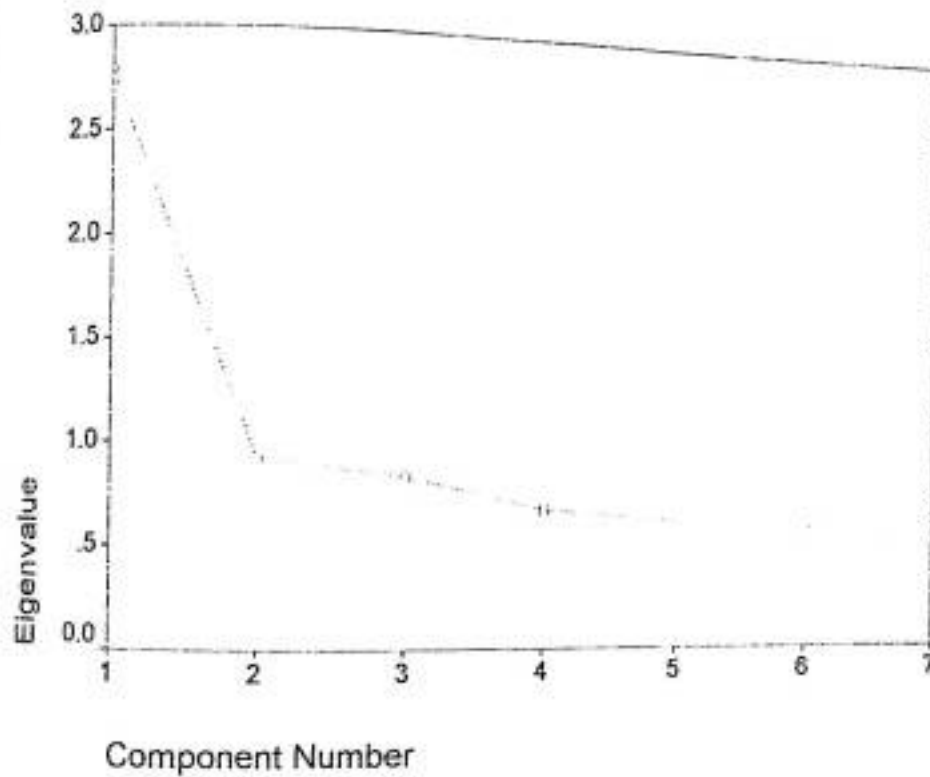
Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.788	39.834	39.834	2.788	39.834	39.834
2	.932	13.309	53.143			
3	.846	12.083	65.227			
4	.690	9.857	75.084			
5	.639	9.133	84.217			
6	.610	8.719	92.936			
7	.494	7.064	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Scree Plot



Component Matrix^a

	Component
	1
E1	.553
E2	.633
E3	.768
E4	.604
E5	.651
E6	.567
E7	.617

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

Rotated Component Matrix^a

a. Only one component was extracted. The solution cannot be rotated.

Factor Analysis For Aspek Pemasaran

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.845
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	946.760
	df	28
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

		F3	F4	F7	F8	F10
Anti-image Covariance	F3	.670	-.129	-5.785E-02	-9.647E-02	-2.291E-02
	F4	-.129	.604	-1.711E-02	-9.127E-02	-.211
	F7	-5.785E-02	-1.711E-02	.770	-7.793E-02	6.737E-02
	F8	-9.647E-02	-9.127E-02	-7.793E-02	.769	-9.882E-02
	F10	-2.291E-02	-.211	6.737E-02	-9.882E-02	.643
	F12	-5.423E-02	-.100	-.151	-3.983E-02	-.109
	F14	-.186	-7.513E-03	-.104	-9.087E-03	-6.001E-02
	F16	-8.688E-03	-7.257E-02	-.140	-6.473E-02	-9.784E-02
Anti-image Correlation	F3	.856 ^a	-.203	-8.052E-02	-.134	-3.490E-02
	F4	-.203	.833 ^a	-2.509E-02	-.134	-.339
	F7	-8.052E-02	-2.509E-02	.827 ^a	-.101	9.573E-02
	F8	-.134	-.134	-.101	.899 ^a	-.141
	F10	-3.490E-02	-.339	9.573E-02	-.141	.820 ^a
	F12	-7.690E-02	-.150	-.200	-5.274E-02	-.158
	F14	-.283	-1.201E-02	-.147	-1.288E-02	-9.301E-02
	F16	-1.251E-02	-.110	-.188	-8.703E-02	-.144

Anti-image Matrices

		F12	F14	F16
Anti-image Covariance	F3	-5.423E-02	-.186	-8.688E-03
	F4	-.100	-7.513E-03	-7.257E-02
	F7	-.151	-.104	-.140
	F8	-3.983E-02	-9.087E-03	-6.473E-02
	F10	-.109	-6.001E-02	-9.784E-02
	F12	.742	-8.288E-02	4.455E-02
	F14	-8.288E-02	.647	-.168
	F16	4.455E-02	-.168	.719
Anti-image Correlation	F3	-7.690E-02	-.283	-1.251E-02
	F4	-.150	-1.201E-02	-.110
	F7	-.200	-.147	-.188
	F8	-5.274E-02	-1.288E-02	-8.703E-02
	F10	-.158	-9.301E-02	-.144
	F12	.863 ^a	-.120	6.099E-02
	F14	-.120	.835 ^a	-.246
	F16	6.099E-02	-.246	.843 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

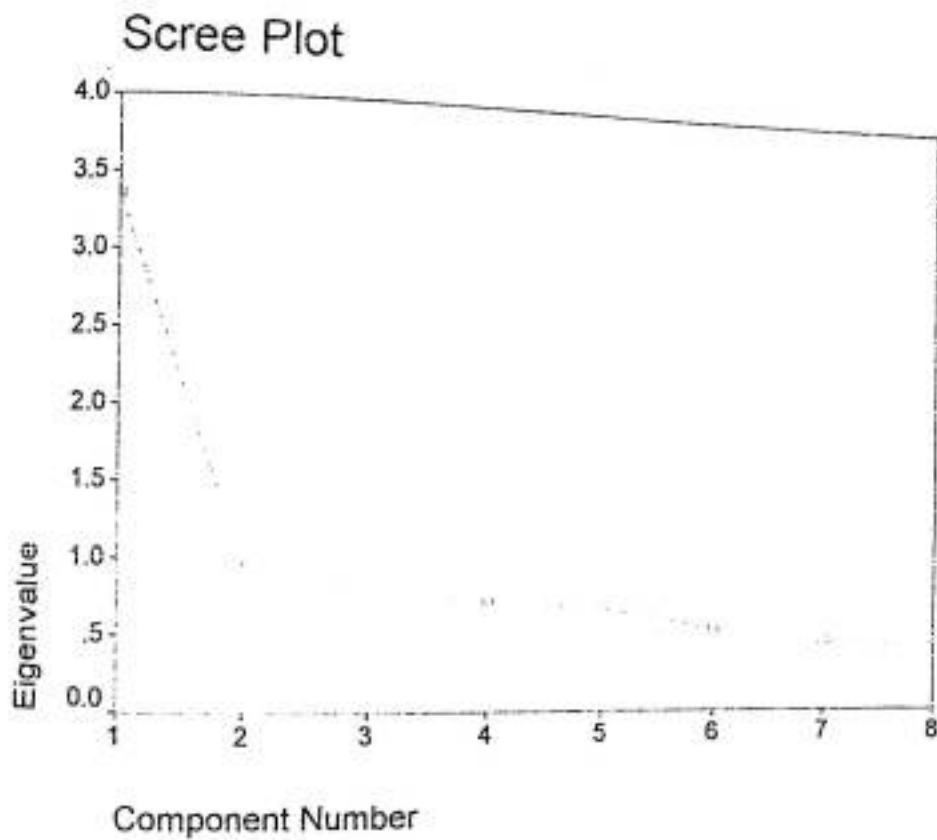
	Initial	Extraction
F3	1.000	.467
F4	1.000	.519
F7	1.000	.308
F8	1.000	.365
F10	1.000	.452
F12	1.000	.378
F14	1.000	.478
F16	1.000	.391

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.358	41.969	41.969	3.358	41.969	41.969
2	.944	11.800	53.769			
3	.796	9.956	63.725			
4	.727	9.088	72.813			
5	.699	8.743	81.556			
6	.558	6.977	88.533			
7	.485	6.060	94.593			
8	.433	5.407	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.



Component Matrix^a

	Component
	1
F3	.683
F4	.720
F7	.555
F8	.604
F10	.673
F12	.615
F14	.691
F16	.625

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

Rotated Component Matrix^a

a. Only one component was extracted. The solution cannot be rotated.

Factor Analysis For Aspek Sumber Daya Manusia

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.899
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2391.918
	df	55
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

		G2	G3	G4	G5	G8
Anti-image Covariance	G2	.739	-7.722E-02	-5.780E-02	6.784E-02	-.121
	G3	-7.722E-02	.607	-9.762E-02	-5.257E-02	-3.843E-02
	G4	-5.780E-02	-9.762E-02	.573	-6.085E-02	-.102
	G5	6.784E-02	-5.257E-02	-6.085E-02	.466	-.113
	G8	-.121	-3.843E-02	-.102	-.113	.378
	G9	5.241E-03	-2.517E-02	2.461E-02	-8.630E-02	-4.105E-02
	G10	-6.328E-02	-1.414E-02	-5.965E-02	-3.832E-02	-6.256E-02
	G17	-5.063E-02	3.556E-02	-8.235E-03	-9.453E-02	-4.364E-02
	G18	-.111	5.409E-02	3.838E-02	-4.323E-02	4.336E-02
	G19	6.958E-02	-.132	-3.408E-02	4.723E-03	-4.984E-02
G20	5.467E-02	-.106	-5.210E-02	4.433E-02	-2.894E-02	
Anti-image Correlation	G2	.867 ^a	-.115	-8.878E-02	.116	-.230
	G3	-.115	.921 ^a	-.166	-9.890E-02	-8.027E-02
	G4	-8.878E-02	-.166	.933 ^a	-.118	-.220
	G5	.116	-9.890E-02	-.118	.915 ^a	-.270
	G8	-.230	-8.027E-02	-.220	-.270	.915 ^a
	G9	1.010E-02	-5.355E-02	5.385E-02	-.210	-.111
	G10	-.120	-2.968E-02	-.129	-9.183E-02	-.166
	G17	-7.943E-02	6.159E-02	-1.467E-02	-.187	-9.578E-02
	G18	-.146	7.898E-02	5.764E-02	-7.204E-02	8.023E-02
	G19	9.968E-02	-.208	-5.543E-02	8.525E-03	-9.988E-02
G20	8.386E-02	-.179	-9.075E-02	8.569E-02	-6.211E-02	

Anti-image Matrices

		G9	G10	G17	G18
Anti-image Covariance	G2	5.241E-03	-6.328E-02	-5.063E-02	
	G3	-2.517E-02	-1.414E-02	3.556E-02	-.111
	G4	2.461E-02	-5.965E-02	-8.235E-03	5.409E-02
	G5	-8.630E-02	-3.832E-02	-9.453E-02	3.838E-02
	G8	-4.105E-02	-6.256E-02	-4.364E-02	-4.323E-02
	G9	.364	-.162	-5.191E-02	4.336E-02
	G10	-.162	.374	5.647E-02	-5.104E-02
	G17	-5.191E-02	5.647E-02	.550	-7.623E-02
	G18	-5.104E-02	-7.623E-02	-2.165E-02	-2.165E-02
	G19	-2.772E-02	-8.174E-02	-8.170E-02	.773
	G20	-6.156E-02	9.532E-03	-.227	-2.637E-02
Anti-image Correlation	G2	1.010E-02	-.120	-7.943E-02	-.146
	G3	-5.355E-02	-2.968E-02	6.159E-02	7.898E-02
	G4	5.385E-02	-.129	-1.467E-02	5.764E-02
	G5	-.210	-9.183E-02	-.187	-7.204E-02
	G8	-.111	-.166	-9.578E-02	8.023E-02
	G9	.898 ^a	-.440	-.116	-9.617E-02
	G10	-.440	.886 ^a	.125	-.142
	G17	-.116	.125	.864 ^a	-3.321E-02
	G18	-9.617E-02	-.142	-3.321E-02	.888 ^a
	G19	-5.657E-02	-.165	-.136	-3.693E-02
	G20	-.135	2.056E-02	-.405	-.177

Anti-image Matrices

		G19	G20
Anti-image Covariance	G2	6.958E-02	5.467E-02
	G3	-.132	-.106
	G4	-3.408E-02	-5.210E-02
	G5	4.723E-03	4.433E-02
	G8	-4.984E-02	-2.894E-02
	G9	-2.772E-02	-6.156E-02
	G10	-8.174E-02	9.532E-03
	G17	-8.170E-02	-.227
	G18	-2.637E-02	-.118
	G19	.659	3.995E-02
	G20	3.995E-02	.575
Anti-image Correlation	G2	9.968E-02	8.386E-02
	G3	-.208	-.179
	G4	-5.543E-02	-9.075E-02
	G5	8.525E-03	8.569E-02
	G8	-9.988E-02	-6.211E-02
	G9	-5.657E-02	-.135
	G10	-.165	2.056E-02
	G17	-.136	-.405
	G18	-3.693E-02	-.177
	G19	.924 ^a	6.491E-02
	G20	6.491E-02	.847 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
G2	1.000	.258
G3	1.000	.451
G4	1.000	.485
G5	1.000	.585
G8	1.000	.684
G9	1.000	.668
G10	1.000	.639
G17	1.000	.437
G18	1.000	.224
G19	1.000	.394
G20	1.000	.394

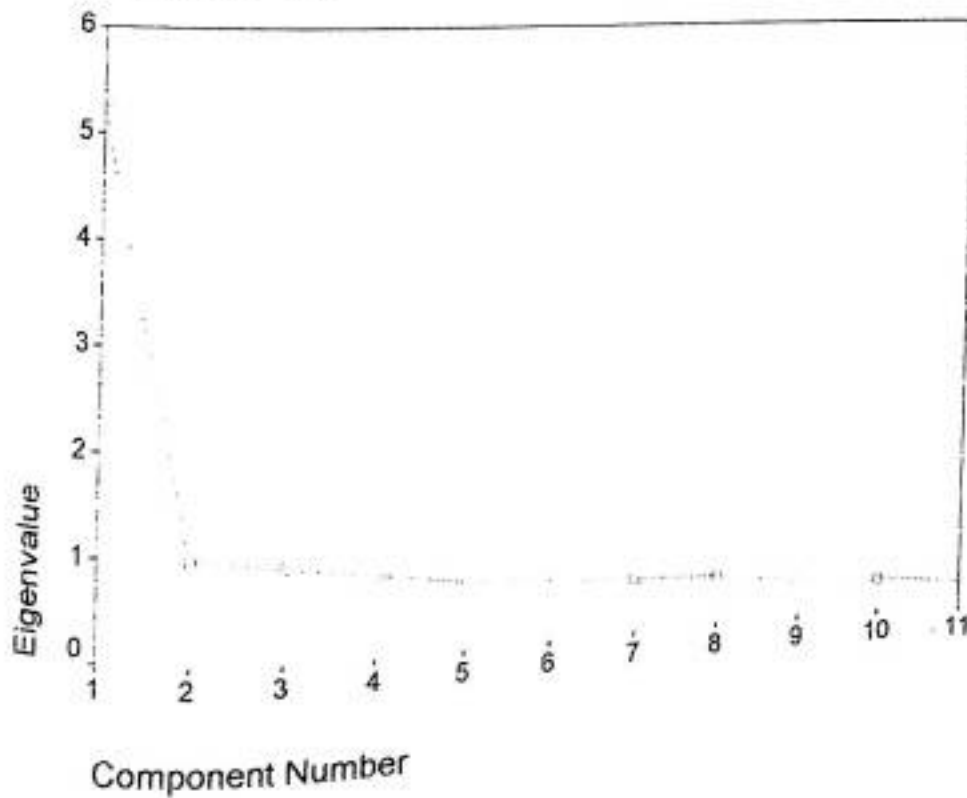
Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5.219	47.447	47.447	5.219	47.447	47.447
2	.996	9.058	56.505			
3	.903	8.210	64.715			
4	.792	7.201	71.916			
5	.655	5.954	77.869			
6	.578	5.253	83.122			
7	.513	4.663	87.785			
8	.463	4.208	91.993			
9	.338	3.077	95.071			
10	.296	2.693	97.764			
11	.246	2.236	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Scree Plot



Component Matrix^a

	Component
	1
G2	.508
G3	.672
G4	.696
G5	.765
G8	.827
G9	.818
G10	.799
G17	.661
G18	.473
G19	.628
G20	.628

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

Rotated Component Matrix^a

a. Only one component was extracted. The solution cannot be rotated.

Factor Analysis For Aspek Kewirausahaan

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.846
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1229.660
	df	36
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

		H2	H4	H5	H7	H10
Anti-image Covariance	H2	.660	-2.964E-02	-.137	-.173	-1.699E-02
	H4	-2.964E-02	.647	-2.099E-02	-9.836E-02	-2.020E-02
	H5	-.137	-2.099E-02	.555	6.583E-03	-.243
	H7	-.173	-9.836E-02	6.583E-03	.589	-9.004E-02
	H10	-1.699E-02	-2.020E-02	-.243	-9.004E-02	.578
	H11	2.321E-02	-2.541E-02	-4.905E-02	-2.786E-02	-4.489E-02
	H12	9.280E-03	-.154	-9.530E-02	-.188	5.233E-03
	H14	-6.077E-02	-5.246E-03	-4.864E-02	-1.665E-02	-.107
	H15	-.117	-.201	1.495E-02	2.408E-02	-3.840E-02
	Anti-image Correlation	H2	.858 ^a	-4.538E-02	-.226	-.278
H4		-4.538E-02	.854 ^a	-3.505E-02	-.159	-3.304E-02
H5		-.226	-3.505E-02	.818 ^a	1.151E-02	-.429
H7		-.278	-.159	1.151E-02	.840 ^a	-.154
H10		-2.751E-02	-3.304E-02	-.429	-.154	.828 ^a
H11		3.187E-02	-3.524E-02	-7.342E-02	-4.047E-02	-6.584E-02
H12		1.452E-02	-.243	-.163	-.312	8.749E-03
H14		-8.543E-02	-7.449E-03	-7.453E-02	-2.476E-02	-.161
H15		-.169	-.293	2.350E-02	3.673E-02	-5.916E-02

Anti-image Matrices

		H11	H12	H14	H15
Anti-image Covariance	H2	2.321E-02	9.280E-03	-6.077E-02	
	H4	-2.541E-02	-.154	-5.246E-03	-.117
	H5	-4.905E-02	-9.530E-02	-4.864E-02	-.201
	H7	-2.786E-02	-.188	-1.665E-02	1.495E-02
	H10	-4.489E-02	5.233E-03	-.107	2.408E-02
	H11	.804	-3.752E-02	-.123	-3.840E-02
	H12	-3.752E-02	.619	-7.019E-02	-8.041E-03
	H14	-.123	-7.019E-02	.767	-3.388E-02
	H15	-.154	-8.041E-03	-3.388E-02	.729
Anti-image Correlation	H2	3.187E-02	1.452E-02	-8.543E-02	-.169
	H4	-3.524E-02	-.243	-7.449E-03	-.293
	H5	-7.342E-02	-.163	-7.453E-02	2.350E-02
	H7	-4.047E-02	-.312	-2.476E-02	3.673E-02
	H10	-6.584E-02	8.749E-03	-.161	-5.916E-02
	H11	.881 ^a	-5.319E-02	-.157	-.201
	H12	-5.319E-02	.850 ^a	-.102	-1.197E-02
	H14	-.157	-.102	.908 ^a	-4.530E-02
	H15	-.201	-1.197E-02	-4.530E-02	.820 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
H2	1.000	.437
H4	1.000	.433
H5	1.000	.507
H7	1.000	.497
H10	1.000	.488
H11	1.000	.268
H12	1.000	.469
H14	1.000	.336
H15	1.000	.318

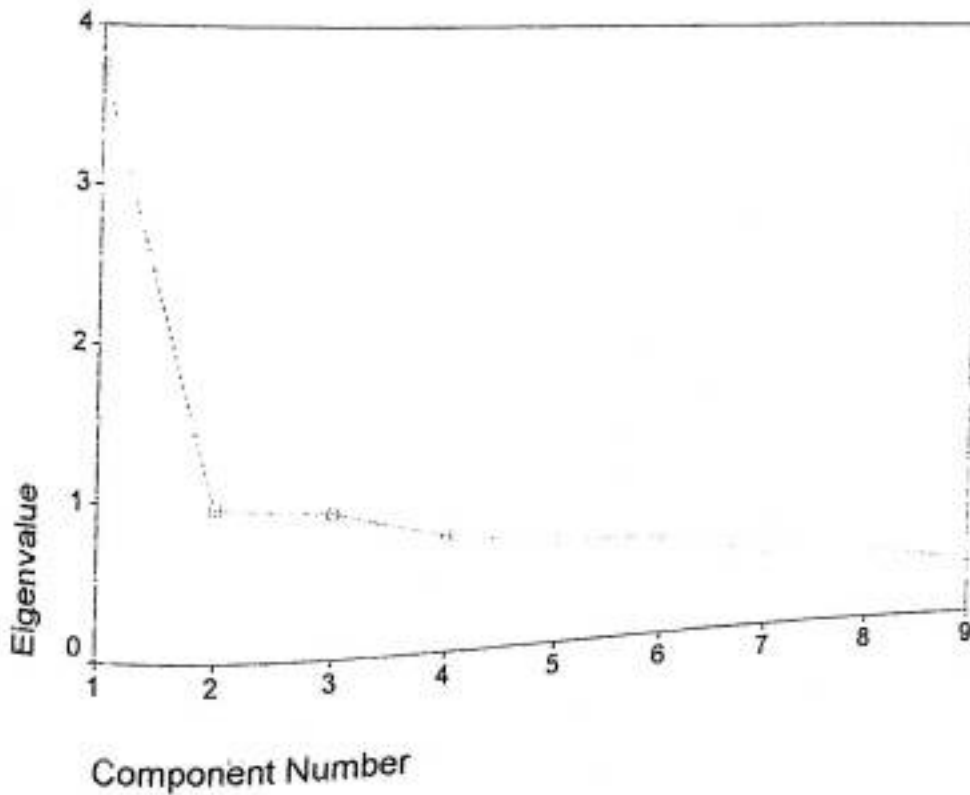
Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.753	41.700	41.700	3.753	41.700	41.700
2	.966	10.738	52.438			
3	.925	10.273	62.710			
4	.747	8.301	71.011			
5	.667	7.406	78.417			
6	.636	7.062	85.479			
7	.483	5.369	90.848			
8	.472	5.240	96.088			
9	.352	3.912	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Scree Plot



Component Matrix^a

	Component
	1
H2	.661
H4	.658
H5	.712
H7	.705
H10	.698
H11	.517
H12	.685
H14	.579
H15	.563

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

Rotated Component Matrix^a

a. Only one component was extracted. The solution cannot be rotated.

Factor Analysis of Aspek Kinerja

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.789
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	540.127
	df	15
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

		C1	C3	C4	C5
Anti-image Covariance	C1	.638	-8.492E-02	-3.180E-02	-.162
	C3	-8.492E-02	.435	-.241	-.168
	C4	-3.180E-02	-.241	.523	-7.169E-02
	C5	-.162	-.168	-7.169E-02	.540
	C6	-.165	3.863E-03	-5.507E-02	-3.651E-02
	C10	-.104	3.276E-03	7.182E-03	-4.646E-02
Anti-image Correlation	C1	.827 ^a	-.161	-5.506E-02	-.276
	C3	-.161	.738 ^a	-.505	-.347
	C4	-5.506E-02	-.505	.771 ^a	-.135
	C5	-.276	-.347	-.135	.820 ^a
	C6	-.222	6.294E-03	-8.181E-02	-5.339E-02
	C10	-.134	5.102E-03	1.020E-02	-6.495E-02

Anti-image Matrices

		C6	C10
Anti-image Covariance	C1		
	C3	-.165	-.104
	C4	3.863E-03	3.276E-03
	C5	-5.507E-02	7.182E-03
	C6	-3.651E-02	-4.646E-02
	C6	.866	-3.886E-02
	C10	-3.886E-02	.947
Anti-image Correlation	C1		
	C3	-.222	-.134
	C4	6.294E-03	5.102E-03
	C5	-8.181E-02	1.020E-02
	C5	-5.339E-02	-6.495E-02
	C6	.836 ^a	-4.291E-02
	C10	-4.291E-02	.826 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
C1	1.000	.554
C3	1.000	.698
C4	1.000	.608
C5	1.000	.652
C6	1.000	.232
C10	1.000	8.656E-02

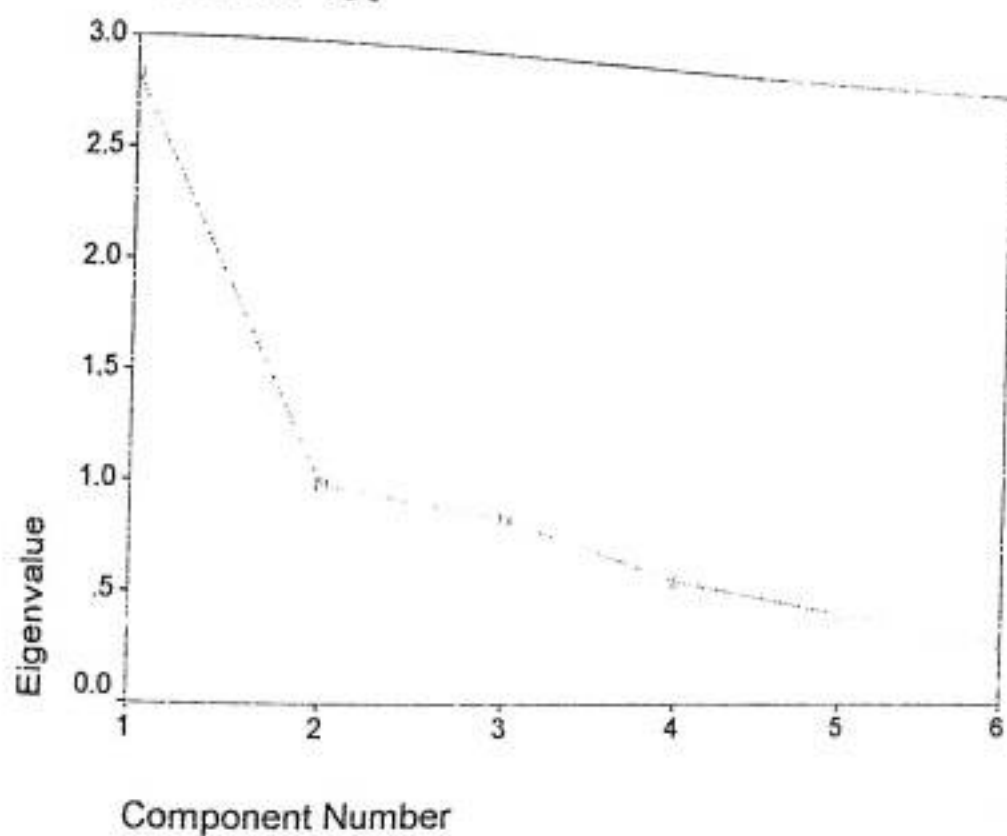
Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.830	47.170	47.170	2.830	47.170	47.170
2	.992	16.529	63.698			
3	.856	14.262	77.960			
4	.583	9.709	87.669			
5	.438	7.292	94.961			
6	.302	5.039	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Scree Plot



Component Matrix^a

	Component
	1
C1	.744
C3	.835
C4	.780
C5	.807
C6	.481
C10	.294

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

Rotated Component Matrix^a

a. Only one component was extracted. The solution cannot be rotated.

Lampiran 5.

No. Resp.	Factor Scores Variabel Penelitian					
	Y	X1	X2	X3	X4	X5
1	0.51	0.45	0.55	0.48	0.38	0.35
2	0.51	0.45	0.2	0.48	0.5	0.35
3	0.51	0.45	0.27	0.48	0.38	0.47
4	0.51	0.45	0.15	0.2	0.24	0.47
5	0.51	0.45	0.27	0.2	0.24	0.47
6	0.51	0.45	0.55	0.2	0.5	0.22
7	0.51	0.17	0.35	0.48	0.5	0.47
8	0.51	0.45	0.27	0.48	0.18	0.22
9	0.01	0.12	0.55	0.48	0.5	0.23
10	-0.74	0.45	0.55	-0.79	0.5	0.23
11	0.51	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
12	0.51	0.45	-0.08	0.2	0.3	0.22
13	0.51	0.25	0.55	0.48	0.5	0.47
14	0.51	0.31	0.27	0.48	0.38	0.22
15	0.51	0.31	0.27	0.2	0.38	0.35
16	0.51	0.12	0.55	0.06	0.5	0.47
17	0.51	0.12	0.55	0.13	0.5	0.47
18	-0.23	-0.05	0.55	0.13	0.5	0.47
19	0.51	-0.05	0.55	0.29	0.5	0.47
20	0.51	-0.05	0.55	0.48	0.5	0.47
21	0.51	0.45	0.27	0.2	0.13	-0.38
22	-0.23	0.12	0.55	0.13	0.36	0.47
23	0.51	-0.05	0.55	0	0.14	0.35
24	0.51	0.28	0.55	0.48	0.43	0.35
25	0.51	-0.05	0.55	0.48	0.5	0.47
26	0.51	0.45	0.17	0.48	0.25	0.35
27	0.51	0.45	-0.12	0.2	0.06	0.35
28	0.51	0.45	0.27	0.48	0.11	0.22
29	0.51	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
30	0.01	0.45	0.27	0.2	0.44	-0.22
31	0.51	0.45	0.27	0.48	0.38	0.22
32	0.51	0.17	0.27	0.48	0.38	0.22
33	0.51	0.31	0.27	0.48	0.38	0.22
34	0.51	0.45	-0.12	0.48	0.5	0.47
35	0.51	0.45	0.41	-0.55	0.5	0.22
36	0.51	0.45	0.15	0.2	0.38	0.22
37	0.51	-0.74	0.41	0.48	0.32	0.47
38	0.51	0.45	0.27	0.2	0.5	0.22
39	0.51	0.31	0.27	0.2	0.5	0.47
40	0.51	0.34	-0.18	0.2	0.38	0.22
41	0.51	0.17	-0.48	0.2	0.38	0.22
42	0.51	0.17	0.27	-0.74	0.44	0.1
43	0.51	0.31	0.27	0.2	0.5	0.22

44	0.51	0.45	0.55	0.13	0.5	0.47
45	0.51	0.45	-0.12	0.2	0.5	0.22
46	0.51	0.45	-0.12	0.48	0.38	0.22
47	0.01	0.45	0.35	-0.92	0.38	0.35
48	0.01	0.45	0.55	0.24	0.5	0.47
49	0.51	0.45	0.2	0.48	0.5	-0.25
50	0.51	0.45	0.55	0.48	0.38	0.35
51	0.51	0.03	0.27	0.48	0.5	0.35
52	0.01	-0.67	0.55	-0.11	0.14	-1.84
53	0.51	0.45	0.55	0.24	0.5	-0.11
54	0.51	0.17	-0.08	0.2	0.38	0.22
55	0.51	0.31	0.55	0.48	0.13	0.22
56	0.51	-0.24	0.55	-0.55	0.38	0.35
57	0.51	-6.31	0.55	0.48	0.5	0.35
58	0.51	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
59	0.51	0.39	0.41	0.31	0.5	0.47
60	0.51	0.39	0.55	0.48	0.37	0.47
61	0.51	0.39	0.41	0	0.5	0.47
62	0.51	0.45	0.55	0.48	0.24	0.27
63	0.51	0.45	0.55	0.24	0.5	0.47
64	0.51	0.45	0.27	0.48	0.5	0.47
65	0.51	0.45	0.27	0.48	0.38	0.35
66	0.51	0.23	0.55	0.48	0.37	0.47
67	0.51	0.45	0.27	0.48	-0.14	0.47
68	0.51	0.45	0.27	0.48	0.5	0.47
69	0.51	0.45	0.27	0.48	0.11	0.35
70	0.51	0.28	0.27	0.48	0.38	0.22
71	0.51	0.45	0.27	0.2	0.38	0.22
72	0.51	0.11	-0.12	0.48	0.5	0.35
73	0.51	0.45	-0.12	0.2	-0.02	0.22
74	0.51	0.45	-0.48	0.2	0.38	0.35
75	0.01	0.25	0.27	0.2	0.38	0.22
76	0.51	0.45	0.41	0.48	0.43	0.47
77	0.51	0.11	0.05	0.48	0.5	0.47
78	0.51	0.45	0.55	0.48	0.44	0.35
79	0.51	0.45	0.27	0.48	0.38	0.47
80	0.51	0.45	0.41	0.48	0.37	0.47
81	0.51	0.28	0.41	0.48	0.05	0.47
82	0.51	0.45	0.55	0.48	0.05	-0.01
83	-0.5	0.45	0.55	0.2	0.44	0.47
84	0.51	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
85	0.51	0.45	0.55	0.48	0.38	0.47
86	0.51	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
87	0.51	0.45	0.41	0.48	0.14	0.47
88	0.51	0.45	0.55	-0.79	0.5	0.47
89	-0.74	0.28	0.41	0.48	0.5	0.47
90	0.51	0.12	0.21	0.27	0.24	0.35
	0.51	0.08	0.55	0.21	0.14	0.47
	0.51	0.26	0.55	0.24	0.5	-0.25
	0.01					

91	0.51					
92	0.01	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
93	0.51	0.28	0.55	0.24	0.5	0.47
94	0.51	0.17	0.15	0.48	0.38	-0.25
95	0.51	0.45	0.15	0.2	0.17	0.35
96	0.51	0.45	0.2	0.2	0.38	0.35
97	0.51	0.45	0.55	0.2	0.36	0.22
98	0.51	0.45	0.55	0.48	0.36	0.47
99	0.51	0.45	0.27	0.2	0.38	0.22
100	0.51	0.45	0.55	0.48	0.5	0.22
101	0.51	0.45	0.27	0.2	0.38	0.22
102	0.51	0.45	0.55	0.48	0.38	0.47
103	0.51	0.28	0.41	0.36	0.5	0.35
104	0.51	0.45	0.27	0.2	0.38	0.47
105	0.51	0.08	0.55	0.48	0.5	0.47
106	0.51	0.45	-0.12	0.48	0.38	0.35
107	0.51	0.45	0.35	0.2	0.31	-0.24
108	0.51	0.28	0.55	0.48	0.5	0.47
109	0.51	0.31	0.55	0.48	0.5	0.22
110	0.51	0.45	-0.12	0.48	0.38	0.35
111	0.51	0.45	0.27	0.48	0.38	0.47
112	-0.23	0.45	-1.06	-0.08	0.5	0.11
113	0.01	0.28	-0.28	0.34	-0.49	-0.43
114	0.01	0.34	-0.15	0.48	0.07	-0.25
115	0.51	0.24	-3.67	0.15	-0.15	-1.14
116	0.01	-0.38	0.27	0.36	-0.06	-0.35
117	-3.61	-1.28	-1.78	-3.67	-3	-3.26
118	0.51	0.45	0.27	0.48	0.43	-0.09
119	0.01	-0.49	-1.64	0.36	0.18	0.35
120	0.01	0.28	-0.28	0.48	0.23	-0.21
121	0.01	0.03	-0.33	0.05	-0.53	-0.03
122	0.01	0.03	0.15	-0.18	0.11	-0.59
123	0.01	0.03	0.15	-0.18	0.11	-0.59
124	0.51	0.11	-0.05	0.48	0.5	0.35
125	0.51	0.11	0.27	0.48	0.11	-0.43
126	0.51	0.11	0.27	0.06	-0.06	0.05
127	0.51	0.12	0.55	0.24	-0.48	0.35
128	0.01	0.45	0.27	0.48	-0.48	0.47
129	0.01	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
130	0.01	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
131	0.01	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
132	0.01	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
133	0.01	0.45	0.55	0.48	-0.16	-0.03
134	0.01	0.45	0.15	0.48	0.09	0.22
135	0.51	0.11	0.15	0.48	0.11	0.23
136	0.51	0.45	-0.12	0.13		
137	0.51	0.28				

138	0.51	0.45	0.27	0.29	0.05	0.47
139	0.51	0.28	-1.13	-0.21	0.34	0.47
140	0.01	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
141	0.51	0.25	-0.39	0.21	0.5	0.47
142	0.01	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
143	0.01	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
144	0.51	0	0.55	0.27	0.3	0.47
145	0.51	0.06	0.15	0.2	-0.15	0.23
146	0.01	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
147	0.51	-0.16	0.27	0.48	0.12	-0.59
148	0.51	0.03	0.21	0.48	-0.31	0.47
149	0.51	0.11	0.35	0.24	-0.02	0.22
150	0.01	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
151	0.51	-0.02	0.55	0	0.11	-0.17
152	0.01	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
153	0.01	0.45	0.15	0.48	0.11	0.35
154	0.51	0.14	0.19	0.06	0.5	0.47
155	0.51	0.28	-0.05	0.15	0.14	-0.25
156	0.51	0.17	0.55	0.27	0.5	0.35
157	0.01	-0.72	-1.69	-1.43	-3.32	-0.12
158	0.51	0.19	0.55	0.27	0.38	0.47
159	0.51	0.28	0.55	0.27	0.3	0.47
160	0.51	0.31	0.41	0.48	0.2	0.26
161	-0.5	-0.5	-1.07	-1.05	-0.06	-0.21
162	0.51	-0.12	0.17	0.48	0.16	0.47
163	0.01	0.23	-0.28	0.48	-0.02	0.47
164	0.51	0.39	0.41	0.48	0.5	0.47
165	0.51	-0.39	-0.37	0.31	0.36	0.27
166	0.51	0.12	0.55	0.24	0.5	0.47
167	0.01	0.12	0.55	0.27	0.33	-0.25
168	-1.61	-0.47	-2.81	-1.03	-0.87	-1.68
169	0.51	-0.21	0.15	0.48	0.11	-0.53
170	0.51	0.11	0.96	-0.71	-0.7	-0.7
171	0.01	-0.31	0.55	0.27	0.3	0.47
172	0.51	0	0	-0.58	-0.36	0.47
173	0.51	-0.13	0.55	0.2	0.38	0.47
174	0.51	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
175	0.01	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
176	0.01	0.45	0.27	0.48	-0.09	0.47
177	0.01	0.06	0.17	0	0.33	0.47
178	0.51	-0.05	0.55	0.48	0.5	0.47
179	0.01	0.45	0.55	0.48	0.14	0.47
180	0.01	0.45	0.55	0.48	0.14	0.47
181	0.01	0.45	0.2	0.48	0.14	0.47
182	0.01	0.45	-0.33	0.48	0.5	0.47
183	0.01	0.45	-0.33	-3.47	-0.48	-1.78
184	-0.74	-1.13				

185	0.01	0.45				
186	0.01	0.45	-0.64	-0.64	0.14	0.26
187	0.01	0.45	0.55	0.48	-0.03	-0.25
188	-0.5	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
189	0.01	0.12	-0.51	-0.24	0.5	0.47
190	0.01	0.25	0.55	0.48	0.5	0.47
191	0.51	0.45	0.55	0.48	0.38	-0.75
192	0.51	0.45	0.27	0.2	-0.69	0.22
193	0.51	0.45	0.35	-0.05	-0.08	0.22
194	0.01	0.45	-0.51	0.48	0.43	0.22
195	0.51	0	0.55	0.48	0.5	0.47
196	0.01	0.45	0.55	0.27	0.3	0.47
197	0.51	0.45	0.15	0.48	0.5	0.47
198	-1.48	-0.83	-0.02	-0.95	-0.57	0.47
199	-0.23	0.45	-0.02	-4.91	-1.1	0.47
200	0.01	0.12	0.15	-0.24	0.5	0.47
201	-0.87	0.45	-2.14	0.48	0.5	0.47
202	-0.74	-1.56	0.55	0.48	0.5	-1.53
203	0.51	-1.28	-0.88	-0.9	-0.46	-0.43
204	0.51	-1.21	0.37	0.17	-1.54	0.47
205	-1.61	-1.21	-1.23	-1.22	-2.57	-1.98
206	0.51	0.12	0.55	-0.24	0.23	0.47
207	-0.74	0.26	0.55	-0.24	0.5	-0.59
208	0.01	0.45	0.55	0.48	0.5	-0.88
209	-1.61	-0.13	-2.89	-1.65	-0.81	-2.32
210	-2.48	-1.72	-0.12	-1.66	-3.4	-2.45
211	0.51	0.25	0.55	0.27	0.3	0.47
212	0.51	0	0.55	0.27	0.3	0.47
213	0.01	0.45	0.55	0.48	0.14	0.47
214	0.51	0.11	0.2	0.48	0.5	0.47
215	0.01	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
216	0.01	0.45	0.55	0.48	0.07	0.47
217	0.51	0.45	0.55	0.48	-0.85	0.47
218	0.51	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
219	0.51	0.45	0.55	0.48	-0.32	0.47
220	-0.74	-0.33	-0.32	-0.63	-0.32	-2.16
221	-1.61	-1.81	-1.22	-1.44	-1.62	-0.5
222	-1.61	-1.81	-1.22	-1.44	-0.82	-0.19
223	0.01	-0.68	0.24	-0.69	-0.57	-2.55
224	0.01	-1.32	-1	0.48	0.5	0.47
225	0.51	-0.32	0.55	0.48	-0.69	0.47
226	-0.36	0.45	-0.83	-0.36	0.5	-0.25
227	0.01	-0.39	0.55	0.48	0.5	-1.63
228	0.01	0.45	-0.35	-0.19	-0.64	0.47
229	0.01	-0.53	0.55	0.48	0.5	0.47
230	0.51	0.45	0.55	0.27	0.25	0.47
231	0.01	0	0.55	0.48	0.12	0.35
	0.51	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
	0.01	0.45	0.55	0.48	0.38	0.47
	0.01	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47

232	0.51	0.2	0.17	0.06	-1.06	-0.5
233	0.01	0.45	0.55	0.48	0.5	0.35
234	0.01	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
235	0.01	0.11	-2.2	-0.47	-0.17	-0.57
236	0.01	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
237	0.01	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
238	0.51	0	0.55	0.27	0.5	0.47
239	0.01	0.28	0.55	0.27	0.5	0.47
240	0.51	-0.05	0.04	0.27	0.5	0.23
241	0.51	0.28	0.08	-0.07	0.04	0.22
242	0.51	-0.29	0.04	0.27	0.5	0.47
243	0.51	0.45	0.55	0.48	0.11	0.22
244	0.51	0.11	0.15	0.01	0.03	-0.07
245	0.51	0.11	0.08	0.48	0.09	0.35
246	-1.1	-1.44	-1.9	-1.61	-1.28	-2.38
247	-0.23	0.19	0.27	-1.36	0.34	0.35
248	-0.5	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
249	0.51	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
250	0.01	-0.36	0.41	-0.02	0.05	0.35
251	0.01	-0.36	0.41	-0.02	-0.09	0.22
252	0.51	0.28	0.15	0.48	0.22	0.04
253	0.01	0.11	0.15	0.48	0.5	0.47
254	0.01	0.45	0.55	0.48	0.14	-2.1
255	-1.37	0.45	0.55	0.48	0.14	0.26
256	-0.74	0.14	-1.78	-1.31	0.38	0.35
257	-0.74	0.14	-1.78	-1.31	0.38	0.35
258	0.51	0.45	0.27	0.48	0.38	0.35
259	0.51	-0.05	0.14	0.48	0.13	0.35
260	0.51	-0.16	0.55	0.2	0.38	0.22
261	0.51	-0.16	0.27	0.2	0.38	0.22
262	0.51	-0.16	0.27	0.2	0.11	0.22
263	0.51	0.11	0.15	0.2	0.38	0.22
264	0.51	-0.02	-0.48	0.2	-0.36	0.22
265	0.51	-0.02	0.15	0.48	0.25	0.22
266	0.51	0.11	0.15	0.2	0.25	0.22
267	0.51	-0.02	-0.12	0.2	0.38	0.22
268	0.51	-0.02	0.27	-0.23	0.38	0.22
269	0.51	-0.02	0.27	0.2	0.38	0.22
270	0.51	-0.02	0.27	0.2	0.11	0.22
271	0.51	-0.02	0.55	0.2	-0.28	0.22
272	0.51	-0.02	0.27	0.48	0.38	0.35
273	0.51	-0.5	0.27	0.2	0.38	0.22
274	0.51	-0.02	0.27	0.2	0.25	0.22
275	0.51	-0.02	-0.12	0.2	0.38	0.22
276	0.51	0.31	-0.12	0.2	0.25	0.35
277	0.51	0.11	0.27	0.2	0.25	0.35
278	0.51	0.11	-0.12	0.2	0.38	0.35
	0.51	-0.16	-0.08	0.48	0.38	0.35
	0.51	0.11	0.27	0.2	0.11	0.35
	0.51	-0.02	-0.12	0.2	0.38	0.22
	0.51	-0.02	0.35	0.2	0.25	0.14
	0.51	0.31	-0.12	0.2	0.25	0.14
	0.51	0.11	-0.12	0.2	0.25	0.14

279	0.51	0.11	-0.12	-0.34	0.13	0.35
280	0.51	0.28	-0.12	0.48	-0.02	0.35
281	0.51	0.11	0.55	0.2	0.38	0.22
282	0.51	-0.39	0.55	-0.37	0.38	0.35
283	0.51	-0.02	0.15	0.2	0.44	0.35
284	0.51	0.11	0.37	0.24	0.25	0.35
285	0.51	-0.02	-0.12	0.2	0.13	0.22
286	0.51	0.31	-0.12	0.2	0.13	0.35
287	0.51	0.17	0.27	0.2	0.38	0.22
288	0.51	0.11	-0.12	-0.92	0.38	0.47
289	0.51	0.17	0.55	0.2	0.13	0.35
290	0.51	-0.02	-0.12	0.24	0.38	0.23
291	0.51	0.11	0.27	0.2	-0.21	0.35
292	0.51	0.11	0.15	0.2	0.13	0.35
293	0.51	-0.02	0.15	0.48	0.38	0.22
294	0.51	0.31	0.15	0.2	0.11	0.22
295	0.51	0.31	0.27	0.2	-0.49	0.15
296	0.51	-0.16	0.55	0.48	0.11	0.47
297	0.51	-0.02	0.27	0.2	0.38	0.35
298	0.51	0.31	0.35	0.2	0.25	0.47
299	0.51	-0.16	-0.45	0.2	0.11	0.35
300	0.51	0.14	0.55	0.2	0.3	0.35
301	0.51	0.45	0.27	0.48	0.36	0.22
302	0.51	0	0.55	0.34	0.25	0.47
303	0.51	-0.02	0.15	0.2	0.38	0.47
304	0.51	-0.16	-0.12	0.2	0.23	0.22
305	0.51	0.14	-0.12	0.2	0.38	0.35
306	0.51	0.14	-0.12	0.06	0.36	0.22
307	0.51	-0.16	-0.12	0.2	-0.02	-0.17
308	0.51	0.28	0.55	0.2	0.38	0.47
309	0.51	0.31	0.55	0.2	0.38	0.35
310	0.51	0.45	0.2	0.2	0.38	-0.03
311	0.51	0.31	0.55	0.2	0.38	-0.09
312	0.51	0.31	0.27	0.48	0.13	0.35
313	0.51	0.31	0.55	0.48	0.44	0.22
314	0.51	0.31	0.27	0.2	0.38	-0.24
315	0.51	0.45	0.27	0.48	0.38	0.22
316	0.51	0.45	0.27	0.48	0.38	0.35
317	0.51	0.45	0.27	0.48	0.38	0.22
318	0.51	0.45	-0.12	0.34	0.36	0.22
319	0.51	0	0.55	0.34	0.12	0.22
320	0.51	0.14	-0.12	0.48	0.24	0.22
321	0.51	-0.02	0.27	0.34	0.24	0.22
322	0.51	0.11	-0.08	0.2	0.38	0.22
323	0.51	-0.16	-0.08	0.2	0.11	0.35
324	0.51	0.31	0.27	0.2	0.06	0.22
325	0.51	0.31	0.27	0.48	0.38	0.35

326	0.51	0.11	0.27			
327	0.51	0.17	0.2	0.2	0.38	0.35
328	0.51	0.17	0.37	0.2	0.38	0.35
329	0.51	0.39	0.17	0.48	0.38	0.47
330	0.51	0.39	0.17	0.36	0.38	0.47
331	0.51	0.45	0.37	0.48	0.18	0.47
332	0.51	0.45	0.41	0.48	0.38	0.47
333	0.51	0.45	0.37	0.48	0.11	0.47
334	0.51	0.28	-0.28	0.48	0.36	0.47
335	0.51	0.39	0.55	-0.24	0.18	0.47
336	0.51	0.45	0.55	0.48	0.44	0.47
337	0.51	0.39	0.55	0.48	0.31	0.47
338	0.51	0.45	0.17	0.48	0.5	0.47
339	0.51	0.45	-0.2	0.48	0	0.47
340	0.51	0.45	0.17	0.48	0.5	0.47
341	0.51	0.45	0.55	0.48	0.24	0.47
342	0.51	0.28	0.55	0.48	0.43	0.47
343	0.51	0.45	0.17	0.48	0.5	0.47
344	0.51	0.23	-0.19	0.48	0.24	0.47
345	0.01	0.28	0.55	0.48	0.24	0.25
346	0.51	0.45	0.17	0.48	0.25	0.47
347	0.51	-0.55	0.27	0.48	0.01	0.47
348	0.51	-0.19	0.55	0.48	0.18	0.47
349	-0.5	-0.3	-2.34	0.24	-0.88	-0.36
350	0.51	0.06	0.41	0.48	0.13	0.47
351	0.51	0.28	0.41	0.48	0.5	0.47
352	-3.73	0.12	-1.79	-3.68	-2.72	-3.75
353	0.51	0.39	0.55	0.48	0	0.47
354	0.51	0.39	0.24	0.48	-0.14	0.47
355	0.51	0.45	0.17	0.48	0.17	0.47
356	0.51	0.45	0.41	0.48	0.18	0.47
357	0.51	0.45	0.55	0.48	0.18	0.47
358	0.51	0.45	0.41	0.48	0.11	0.47
359	-1.24	-0.1	-3.15	-1.58	-1.05	0.14
360	0.51	0.25	0.06	0.48	0.5	0.47
361	0.51	0.45	0.37	0.48	0.11	0.47
362	0.51	0.28	0.24	0.48	0.5	0.47
363	0.51	0.45	0.17	0.29	0.24	0.47
364	0.51	0.45	0.04	0.34	-0.25	0.47
365	0.51	0.45	0.37	0.48	0.5	0.47
366	0.51	0.45	0.37	0.48	0.37	0.47
367	0.51	0.45	0.55	0.48	0.17	0.47
368	0.51	0.45	-0.32	0.48	0.37	0.47
369	0.51	0.45	0.41	0.48	0.5	0.47
370	0.51	0.45	0.37	0.48	0.5	0.47
371	0.51	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
372	0.51	0.39	0.55	0.48	0.5	0.47

373	-0.74	0.45	0.55	0.1	0.5	0.47
374	0.01	-0.17	0.55	0.48	0.32	0.47
375	0.01	0.45	0.55	0.48	0.38	0.47
376	0.01	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
377	-0.23	0.45	0.55	-0.18	0.5	0.47
378	-0.23	0.45	0.55	0.48	0.14	0.47
379	0.01	0.45	0.55	0.48	0.38	0.47
380	0.01	0.17	0.55	0.48	0.5	0.47
381	0.01	0.45	0.2	0.48	0.5	0.47
382	0.51	0.34	0.37	0.48	0.24	0.47
383	0.01	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
384	0.01	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
385	0.01	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
386	0.01	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
387	0.01	0.45	0.55	-0.24	0.5	0.47
388	0.01	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
389	0.01	0.45	0.55	-1.27	0.5	0.47
390	0.01	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
391	0.01	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
392	0.01	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
393	0.01	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
394	0.01	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
395	0.01	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
396	0.01	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
397	0.01	0.45	0.55	0.48	0.5	0.23
398	0.01	0.45	0.2	0.48	0.5	0.23
399	0.01	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
400	0.01	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
401	0.01	0.45	0.55	-1.03	0.5	0.47
402	-0.23	0.45	0.55	0.48	0.5	-0.18
403	0.01	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
404	0.01	0.45	0.55	0.24	0.5	0.47
405	-0.74	0.05	-0.46	0.24	0.5	-0.25
406	0.51	0.45	-0.46	0.48	0.5	0.47
407	0.51	0.45	0.55	-1.09	0.5	0.47
408	0.51	0.45	-0.46	0.48	0.5	0.47
409	0.01	0.05	-0.12	0.48	0.5	0.47
410	0.51	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
411	0.01	0.45	-0.46	0.48	0.5	0.47
412	0.01	0.45	0.05	0.48	0.5	0.47
413	0.01	-0.67	0.55	0.48	0.07	0.47
414	0.01	0.45	0.55	0.48	0.38	0.47
415	0.51	0.45	0.55	-2.55	-0.62	-1.5
416	0.01	0.45	-0.51	-0.11	0.38	0.12
417	-0.74	0.45	0.55	0.2	-0.18	0.47
418	-1.24	0.45	0.55			
419	-0.5					

420	-0.74	0.45	-1.3	-0.18	0.5	0.47
421	-0.74	0.45	-0.2	-0.71	0.5	0.47
422	-0.74	0.45	0.2	-0.61	0.38	0.12
423	0.01	0.45	-0.54	0.1	0.5	0.47
424	-0.74	-0.17	0.55	-0.57	0.14	0.47
425	0.01	0.45	0.27	0.48	0.5	0.47
426	0.51	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
427	0.51	0.45	0.2	0.48	0.5	0.47
428	0.51	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
429	0.51	0.45	0.55	0.48	0.5	0.23
430	0.01	0.17	0.55	0.48	0.5	0.23
431	0.51	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
432	0.01	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
433	0.01	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
434	0.51	0	0.27	0.48	0.5	0.35
435	0.01	0.45	0.55	-0.24	0.27	0.47
436	-1.24	0.45	0.55	-0.18	0.04	0.47
437	-0.74	0.45	0.55	-0.47	-0.18	-1.39
438	0.51	0.45	0.55	0.48	-0.68	0.47
439	-2.12	0.45	0.55	0.06	0.5	-1.44
440	-1.24	0.45	0.55	0.24	-0.18	0.47
441	0.01	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
442	0.01	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
443	0.01	0.12	-0.81	0.48	0.5	-1.94
444	0.01	0.12	-0.81	0.48	0.07	0.47
445	0.01	0.12	-0.81	0.48	0.5	0.47
446	0.01	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
447	0.01	0.45	0.2	0.48	0.07	0.47
448	0.01	0.45	0.55	0.48	0.5	0.47
449	0.51	0.45	0.55	0.48	0.24	0.47
450	0.51	0.45	0.55	0.48	0.24	0.47
451	0.51	0.45	0.37	0.48	0.5	0.47
452	0.51	0.45	-0.41	0.48	0.18	0.47
453	0.51	0.2	0.55	0.48	0.17	0.47
454	0.51	0.45	0.55	0.48	-0.08	0.47
455	0.51	0.28	0.04	0.48	-2.43	-3.75
456	0.01	-0.83	-2.07	-2.99	0.5	0.47
457	-3.73	0.45	0.17	0.48		

458	0.51	0.45	-0.02	0.48	0.11	0.47
459	0.51	0.45	0.37	0.48	0.24	0.47
460	-2.12	-0.29	-3.15	-1.58	-1.34	-1.44
461	-2.12	-0.1	-3.15	-1.58	-1.41	-1.44
462	0.51	0.45	0.17	0.48	0.5	0.47
463	0.51	0.39	0.55	0.48	-0.26	0.47
464	-2.12	-0.1	-3.15	-1.58	-1.34	-1.44
465	-2.12	-0.02	-0.51	-2.57	-2.98	-0.92
466	-0.5	-0.13	-2.08	0.19	-0.29	-1.37
467	-2.86	-4.26	-0.89	-2.29	-3.76	-2.83
468	-1.24	-1.17	0.55	-0.87	-2.04	0.47
469	-2.86	-0.18	-0.64	-2.39	-2.61	-1.41
470	-2.49	-1.25	-1.47	-1.6	-1.12	-1.2
471	-3.37	-3.2	-2.16	-2.4	-4.16	-3.05
472	-2.86	-3.54	0.55	-2.94	-2.12	-2.26
473	-2.86	-4.02	-0.02	-3.56	-3.07	-1.98
474	-2.62	-0.13	-2.43	-0.79	-0.23	-1.15
475	-1.61	-2.68	-0.91	-1.88	-2.69	-1.58
476	-2.12	-3.11	-1.68	-1.43	-2.69	-1.8
477	-1.61	-2.2	-1.11	-2.21	-2.79	-2.86
478	-1.61	-2.82	-2.29	0.04	-1.94	-1.19
479	-0.74	-2.4	-3.43	-1.05	-2.06	-1.19
480	-1.24	-2.11	-2.61	-1.04	-2.12	-1.13
481	-1.61	-1.18	-1.18	-1.34	-1.3	-2.81
482	-2.36	-0.92	-0.89	-1.36	-2.3	-3.56
483	-2.36	-0.92	-0.89	-1.29	-0.98	-2.06
484	-1.61	-1.32	-0.63	-1.08	-1.94	-1.84
485	-1.61	-2.4	-0.24	-1.08	-1.54	-3.67
486	-1.61	-1.1	-0.69	-1.36	-1.54	-3.67
487	-2.48	-1.1	-0.69	-2.28	-1.81	-4.55
488	-3.23	-0.72	-0.46	-2.28	-1.81	-4.55
489	-3.23	-0.72	-0.46	-0.97	-0.91	-1.46
490	-0.74	-1.55	-1.77	-0.97	-5.22	-0.49
491	-1.99	-3.21	-2.32	4	-5.22	-0.49
492	-1.99	-3.21	-0.9	-3.66	-5.52	-1.61
493	-2.36	-4.33	-0.9	-0.77	-0.69	-2.96
494	-2.36	-0.59	-3.62	-1.01	-0.83	-1.94
495	-2.99	-0.83	-3.47	-1.01	-0.83	-1.94
496	-2.12	-0.83	-4.98	-2.77	-0.46	4
497	-4.24	-3.81	-7.84	-2.73	-4.81	-5.03
498	-5.86	-6.41	-0.7	-0.29	-0.24	-0.9
499	0.01	-0.61	-0.41	-0.29	-0.24	-0.9
500	0.01	-0.61	0.24	-0.29	-0.24	-0.9
501	0.01	-0.61	-2.71	-1.54	-2.41	-2.34
502	-2.62	-1.15	-2.14	-1.23	-2.72	-2.81
503	-2.62	-2.03	-5.29	-4.1	-4.33	-2.51
504	-3.61	-4.7	-0.81	-1.34	-2.03	-1.73
505	-2.62	-3.42	-3.85	-7.87	-6.18	-6.22
506	-5.35	-6.73	-5.04	-3.87	-5.87	-6.22
507	-5.11	-7.15	-6.1	-7.39	-5.29	-4.94
508	-5.86	-6.45	-3.73	-6.33	-5.12	-4.85
509	-4.61	-2.58				

Lampiran 6.

Regression Analysis

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Kinerja	9.127E-07	1.0000	504
Keuangan	9.921E-08	1.0000	504
Lingkungan	1.647E-06	1.0000	504
Pemasaran	2.024E-06	1.0000	504
SDM	9.127E-07	1.0000	504
Kewirausahaan	-7.74E-07	1.0000	504

Correlations

		Kinerja	Keuangan	Lingkungan	Pemasaran
Pearson Correlation	Kinerja	1.000	.734	.736	.836
	Keuangan	.734	1.000	.671	.741
	Lingkungan	.736	.671	1.000	.675
	Pemasaran	.836	.741	.675	1.000
	SDM	.817	.822	.701	.845
	Kewirausahaan	.863	.733	.725	.777
Sig. (1-tailed)	Kinerja	.	.000	.000	.000
	Keuangan	.000	.	.000	.000
	Lingkungan	.000	.000	.	.000
	Pemasaran	.000	.000	.000	.
	SDM	.000	.000	.000	.000
	Kewirausahaan	.000	.000	.000	.000
N	Kinerja	504	504	504	504
	Keuangan	504	504	504	504
	Lingkungan	504	504	504	504
	Pemasaran	504	504	504	504
	SDM	504	504	504	504
	Kewirausahaan	504	504	504	504

Correlations

		SDM	Kewirausahaan
Pearson Correlation	Kinerja	.817	.863
	Keuangan	.822	.733
	Lingkungan	.701	.725
	Pemasaran	.845	.777
	SDM	1.000	.795
	Kewirausahaan	.795	1.000
Sig. (1-tailed)	Kinerja	.000	.000
	Keuangan	.000	.000
	Lingkungan	.000	.000
	Pemasaran	.000	.000
	SDM	.	.000
	Kewirausahaan	.000	.
N	Kinerja	504	504
	Keuangan	504	504
	Lingkungan	504	504
	Pemasaran	504	504
	SDM	504	504
	Kewirausahaan	504	504

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kewirausahaan, Lingkungan, Keuangan, Pemasaran, SDM		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Kinerja

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.909 ^a	.826	.825	.4189	1.411

a. Predictors: (Constant), Kewirausahaan, Lingkungan, Keuangan, Pemasaran, SDM

b. Dependent Variable: Kinerja

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	415.609	5	83.122	473.669	.000 ^a
	Residual	87.391	498	.175		
	Total	503.001	503			

a. Predictors: (Constant), Kewirausahaan, Lingkungan, Keuangan, Pemasaran, SDM

b. Dependent Variable: Kinerja

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.968E-07	.019		.000	1.000
	Keuangan	.270	.034	.270	8.200	.009
	Lingkungan	.127	.029	.127	4.391	.000
	Pemasaran	.312	.037	.312	8.400	.000
	SDM	.119	.043	.119	2.746	.006
	Kewirausahaan	.432	.035	.432	12.348	.000

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Keuangan	.298	3.354
	Lingkungan	.417	2.398
	Pemasaran	.253	3.958
	SDM	.185	5.398
	Kewirausahaan	.286	3.502

a. Dependent Variable: Kinerja

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index
1	1	3.998	1.000
	2	1.000	2.000
	3	.375	3.265
	4	.274	3.821
	5	.219	4.274
	6	.134	5.466

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Variance Proportions					
		(Constant)	Keuangan	Lingkungan	Pemasaran	SDM	Kewirausahaan
1	1	.00	.01	.02	.01	.01	.01
	2	1.00	.00	.00	.00	.00	.00
	3	.00	.07	.81	.06	.04	.01
	4	.00	.62	.04	.20	.00	.20
	5	.00	.05	.13	.32	.03	.77
	6	.00	.25	.00	.41	.92	.01

a. Dependent Variable: Kinerja

Casewise Diagnostics^a

Case Number	Std. Residual	Kinerja
114	3.436	.51
225	3.337	.51
418	-3.292	-1.24
436	-3.503	-1.24
439	-3.919	-2.12
440	-3.756	-1.24
474	-3.683	-2.62

a. Dependent Variable: Kinerja

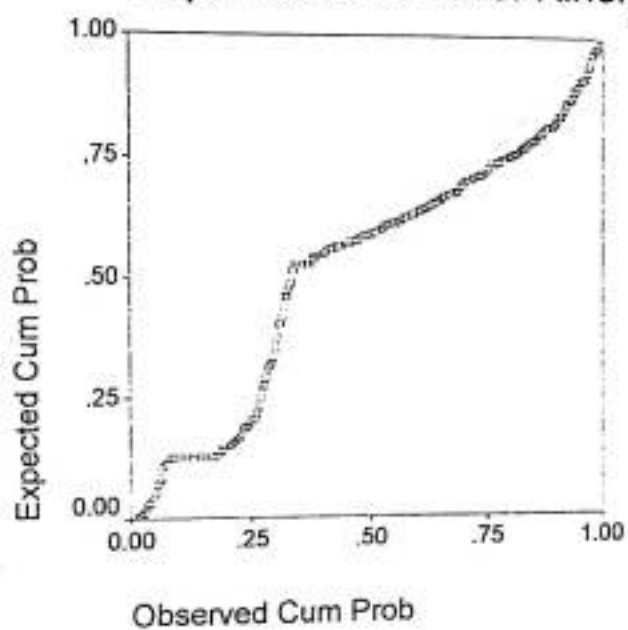
Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	-6.3848	.4845	9.127E-07	.9090	504
Std. Predicted Value	-7.024	.533	.000	1.000	504
Standard Error of Predicted Value	1.936E-02	.2318	3.629E-02	2.782E-02	504
Adjusted Predicted Value	-6.5649	.4871	5.414E-04	.9076	504
Residual	-1.6419	1.4395	1.480E-15	.4168	504
Std. Residual	-3.919	3.436	.000	.995	504
Stud. Residual	-3.972	3.550	-.001	1.008	504
Deleted Residual	-1.6863	1.5363	-5.41E-04	.4280	504
Stud. Deleted Residual	-4.032	3.592	-.001	1.012	504
Mahal. Distance	.077	152.982	4.990	13.215	504
Cook's Distance	.000	.392	.005	.024	504
Centered Leverage Value	.000	.304	.010	.026	504

a. Dependent Variable: Kinerja

Charts

Normal P-P Plot of Regression Sta
Dependent Variable: Kinerja



Scatterplot

Dependent Variable: Kinerja

