

**PENGARUH MANAJEMEN USAHA TERHADAP  
PENGHASILAN USAHA PADA PEDAGANG  
KELONTONG DI KECAMATAN JATINOM  
KLATEN**



**SKRIPSI**

Disusun dan Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Persyaratan guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada  
Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh :

**DHANU AJI PURWOKO**  
**B 100 030 158**

**FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2007**

## **PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul Pengaruh Manajemen Usaha Terhadap Penghasilan Usaha Pada Pedagang Kelontong Di Kecamatan Jatinom Klaten.

Yang ditulis oleh;

Nama : Dhanu Aji Purwoko

NIM : B 100030158

Telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Januari 2007

Pembimbing I

(Drs. Basworo Dibyo, SE, Msi)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

(Drs.H. Syamsudin, MM)

## MOTTO

Dari masa sesungguhnya manusia itu dalam kerugian kecuali orang-orang yang beriman dan beramal shaleh dan saling berpesan dengan kebenaran dan kesabaran (Q.S. *Al Ashr* 1-3)

Jadilah pemaaf dan suruhlah orang-orang menjadi yang maruf, serta berpalinglah dari orang-orang yang bodoh (Q.S. *Al Araf* 199)

Tidak ada keberuntungan, kesialan, kebetulan dan kegagalan didunia ini, keberhasilan dan kesuksesan hanya bisa diraih dengan usaha dan kerja keras serta doa yang tulus.

## **PERSEMBAHAN**

Dengan segala cinta dan kasih sayang serta ketulusan hati skripsi ini aku persembahkan sebagai tanda rasa cinta kepada Ayah dan Ibu dan juga untuk:

- ♥ Ice-tea terimakasih atas bantuan dan dukungannya selama ini.
- ♥ Seluruh keluargaku tercinta
- ♥ Teman-temanku semua damai-damailah pss

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Pengaruh Manajemen Usaha Terhadap Penghasilan Usaha Pada Pedagang Kelontong Di Kecamatan Jatinom Klaten. Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu penulis tidak lupa mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Drs. H. Syamsudin, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Drs. Basworo Dibyo, SE, MSi selaku pembimbing yang telah memberikan arahan sehingga dapat selesainya skripsi ini.
4. Bapak Agus Yanuari, SE, MSi selaku kepala BAPEDA Kabupaten Klaten.
5. Bapak Djoko Suhartanto, B.Se selaku Camat Jatinom.
6. Kedua Orang Tua ku tercinta terimakasih atas semua yang telah engkau berikan selama ini.
7. Ice-teaku terimakasih atas semua dukungan dan bantuannya
8. Simbah Bayu Gemolong terima kasih atas bantuannya.

9. Teman-temanku Dedy, Tranggono, Heru dan semua yang tidak bisa disebut satu per satu semoga Tuhan selalu melindungi kita.

10. Anak-anak GAMAR pissman.

Penulis sadar bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna. Oleh karenanya kritik dan saran sangat penulis hormati yang sifatnya membangun.

Penulis mengucapkan terimakasih dan berharap skripsi ini akan bermanfaat bagi pembaca dan yang membutuhkannya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Surakarta, Januari 2007

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL.....	i
PENGESAHAN.....	ii
MOTTO.....	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
ABSTRAKSI.....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	2
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	3
E. Sistematika Penulisan Skripsi.....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
A. Pengertian Pemasaran.....	6
B. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	7
C. Konsep Pemasaran.....	8
D. Marketing Mix.....	11
E. Pengertian Usaha Eceran Dan Klasifikasinya.....	13
F. Keputusan Pemasaran Pengecer.....	19
G. Metode Penetapan Harga.....	21
H. Promosi Dan Tujuan Promosi.....	23
I. Hubungan Promosi Dan Penjualan.....	24
J. Faktor yang Mempengaruhi Penjualan.....	25
K. Hasil Penelitian Terdahulu.....	27

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
A. Kerangka Pemikiran.....	28
B. Hipotesis.....	28
C. Metodologi Penelitian .....	29
D. Metode Analisis Data.....	30
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....</b>	<b>35</b>
A. Aspek Geografis.....	35
B. Aspek Demografis.....	36
C. Aspek Sosial Ekonomi .....	37
D. Aspek Sosial Budaya.....	39
E. Analisis Data Dan Pembahasan .....	40
1. Uji Instrumen Penelitian .....	40
a. Perhitungan Validitas .....	41
b. Perhitungan Realibilitas .....	43
2. Uji Normalitas.....	44
3. Uji Regresi Ganda .....	45
4. Uji T-test .....	46
a. Variabel Promosi Terhadap Penghasilan Usaha .....	47
b. Variabel Harga Terhadap Penghasilan Usaha.....	48
c. Variabel Lokasi Terhaap Penghasilan Usaha.....	49
5. Uji F .....	50
6. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	51
7. Pembahasan.....	52
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>56</b>
A. Kesimpulan .....	56
B. Saran.....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>59</b>



## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
4.1. Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur Di Kecamatan Jatinom Klaten Tahun 2006 .....	36
4.2. Jumlah Penduduk Kecamatan Jatinom Menurut Mata Pencaharian Tahun 2006 .....	37
4.3. Jumlah Perusahaan Industri Di Kecamatan Jatinom Tahun 2006...	38
4.4. Jumlah Sekolah, Pengajar Dan Siswa Di Kecamatan Jatinom Klaten Tahun 2006 .....	39
4.5. Jumlah Dan Jenis Tempat Ibadah Di Kecamatan Jatinom Klaten Tahun 2006 .....	40
4.6. Rekapitulasi Hasil Dan Perhitungan Validitas Variabel Promosi Dari Pedagang Kelontong .....	41
4.7. Rekapitulasi Hasil Dan Perhitungan Validitas Variabel Harga Dari Pedagang Kelontong .....	42
4.8. Rekapitulasi Hasil Dan Perhitungan Validitas Variabel Lokasi Dari Pedagang Kelontong .....	42
4.9. Ringkasan Hasil Uji Realibilitas .....	44

## ABSTRAKSI

Penelitian ini memfokuskan pada penghasilan usaha kecil dilihat dari manajemen usaha yang meliputi promosi, penetapan harga dan penetapan lokasi pedagang dalam bidang penjualan kebutuhan sehari-hari menjadi objek yang menarik dimana usaha kecil menjadi alternatif pilihan banyak pihak yang ingin membuka lapangan kerja sendiri. Agar dapat berhasil dalam bidang berdagang dan berpenghasilan besar pedagang eceran harus berhati-hati dalam menentukan target pasar dan mencoba memahami keinginan konsumen.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui: (1) sejauh mana promosi berpengaruh terhadap penghasilan usaha, (2) sejauh mana penetapan harga berpengaruh terhadap penghasilan usaha, (3) sejauh mana penetapan lokasi berpengaruh terhadap penghasilan usaha, (4) sejauh mana promosi, harga dan lokasi berpengaruh terhadap penghasilan usaha.

Jenis penelitian menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pedagang kelontong di Kecamatan Jatinom Klaten. Adapun sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling dan yang dijadikan sampel sejumlah 75 responden. Metode pengumpulan data dengan kuesioner. Selanjutnya untuk menguji hipotesis menggunakan Uji T-test dan Uji F.

Hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) variabel promosi (X1) terbukti berpengaruh terhadap penghasilan usaha (Y) ( $t_{hitung} 2,175 > t_{tabel} 1,993$ ), (2) variabel harga (X2) terbukti berpengaruh terhadap penghasilan usaha (Y) ( $t_{hitung} 3,450 > t_{tabel} 1,993$ ) dan (3) variabel lokasi (X3) terbukti berpengaruh terhadap penghasilan usaha (Y) ( $t_{hitung} 7,263 > t_{tabel} 1,993$ ). Variabel promosi (X1), harga (X2) dan lokasi (X3) terbukti berpengaruh terhadap variabel penghasilan usaha (Y). hal ini ditunjukkan hasil  $F_{hitung}$  lebih besar  $F_{tabel}$  ( $23,067 > 2,74$ ). Koefisien determinasi  $R^2$  sebesar 0,850 yang berarti variasi perubahan penghasilan usaha dapat dijelaskan variabel promosi, harga dan lokasi sebesar 85%. Sedangkan sisanya 15% dijelaskan oleh variabel lain di luar model yang tidak terobservasi misalnya suasana tempat penjualan, pelayanan, kualitas barang yang dijual.

**Kata kunci : penghasilan usaha, promosi, harga dan lokasi.**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang masalah**

Pada dasarnya dalam berusaha adalah mencari laba semaksimal mungkin dan dalam mencapai tujuannya itu sangat di pengaruhi oleh kemampuan dalam memasarkan produknya. Dimana usaha berskala kecil mampu bertahan dalam kondisi apapun. Karena kemampuan inilah usaha kecil dapat dikatakan sebagai dewa penyelamat dalam perekonomian suatu Negara dimana merekalah yang masih dapat memberikan lapangan pekerjaan (Utama, 2003). Dimana perusahaan kecil lebih praktis dan lebih efisien dalam mengambil keputusan sehingga apabila dikelola dengan manajemen yang baik maka perusahaan kecil akan mampu bersaing dengan perusahaan yang lebih besar.

Manajemen usaha adalah faktor yang sangat penting dalam suatu perusahaan, dimana membuat seorang wirausahawan mengalami kegagalan adalah karena mereka tidak mempunyai pengalaman dalam manajemen usaha (Manullang, 1995).

Penelitian ini memfokuskan pada penghasilan usaha kecil dilihat dari manajemen usaha yang meliputi promosi, penetapan harga dan lokasi Pedagang dalam bidang penjualan kebutuhan sehari-hari menjadi objek yang menarik dimana usaha kecil menjadi alternatif pilihan banyak pihak yang ingin membuka lapangan kerja sendiri. Karena ada beberapa faktor antara

lain kemudahan dalam menjalankan usaha, kebutuhan modal yang relatif sedikit. Tapi tidak mudah juga dalam membangun usaha seperti ini. Dimana para konsumen juga mempunyai pandangan tertentu dengan pedagang eceran, apabila mereka tidak mengetahui strategi yang baik maka mereka akan mengalami kebangkrutan. Untuk menghindarinya maka pedagang eceran harus berhati-hati dalam menentukan target pasar dan mencoba memahami keinginan konsumen.

Dengan melihat permasalahan yang ada pada pedagang kelontong di kecamatan Jatinom maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan mengambil judul “Pengaruh Manajemen Usaha Terhadap Penghasilan Usaha Pada Pedagang Kelontong di Kecamatan Jatinom Klaten”

## **B. Perumusan Masalah**

Karena masalah yang dihadapi oleh para pedagang kelontong khususnya mengenai penghasilan usaha dalam menjual produknya maka perlu adanya rumusan masalah agar penulis lebih mengena pada sasaran yang diinginkan. Masalah yang diteliti dan digunakan dalam penelitian adalah:

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap penghasilan usaha.
2. Apakah penetapan harga berpengaruh terhadap penghasilan usaha.
3. Apakah penetapan lokasi berpengaruh terhadap penghasilan usaha.

4. Apakah promosi, harga dan lokasi berpengaruh terhadap penghasilan usaha.

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui sejauh mana promosi berpengaruh terhadap penghasilan usaha.
2. Untuk mengetahui sejauh mana penetapan harga berpengaruh terhadap penghasilan usaha.
3. Untuk mengetahui sejauh mana penetapan lokasi berpengaruh terhadap penghasilan usaha.
4. Untuk mengetahui sejauh mana promosi, harga dan lokasi berpengaruh terhadap penghasilan usaha.

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diharapkan dari penelitian ini antara lain:

1. Dapat memberikan masukan terhadap para pedagang kelontong sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan.
2. Dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang mempelajari atau membahas pemasaran dan masalahnya, khususnya di bidang manajemen usaha.
3. Menambah wawasan bagi penulis khususnya dibidang pemasaran.

## **E. Sistematika Penulisan Skripsi**

Skripsi adalah suatu karya ilmiah yang harus disusun secara rapi dan sistematis, yang terbagi dalam bab-bab dan sub bab. Dimana dalam setiap bab tersusun secara urut sehingga dapat menjelaskan masalah-masalah yang akan dibahas. Adapun sistematika dalam penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Manajemen Usaha Terhadap Penghasilan Usaha Pada Pedagang Kelontong Di Kecamatan Jatinom Klaten” adalah sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini berisikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini dimuat tujuan-tujuan teori yang relevan dengan penelitian yang berisi pengertian pemasaran, pengertian manajemen pemasaran, konsep pemasaran, marketing mix, pengertian usaha eceran dan klasifikasinya, keputusan pemasaran pengecer, metode penetapan harga, promosi dan tujuan promosi, hubungan promosi dan penjualan, faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan, hasil penelitian terdahulu.

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini akan dibahas mengenai metode penelitian yang berisi kerangka pemikiran, hipotesis data dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisa data

### BAB IV PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini merupakan pelaksanaan hasil penelitian yang berisikan gambaran umum obyek penelitian, data-data yang diperoleh, analisa data dan pembahasannya.

### BAB V PENUTUP

Dalam bab ini merupakan bab penutup yang berisikan tentang kesimpulan dari hasil-hasil penelitian dan saran-saran.

### DAFTAR PUSTAKA

### LAMPIRAN-LAMPIRAN

## DAFTAR PUSTAKA

- Asri, Marwan. 1991. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPF E.
- Assauri, Sofyan. 1998. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Djarwanto. 1993. *Metode Praktis Penyusunan Skripsi*. Yogyakarta: BPF E.
- David Viale. 2000. *Human Behavior at Work, Organization Behavior*. New Delhi: McGraw Hill Publishing Company Ltd.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Alih Bahasa Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli. Jakarta: Prenhallindo.
- M. Manullang. 1996. *Pengantar Ekonomi Perusahaan*. Yogyakarta: Liberty.
- Miles, Matthew B, dan A. Michael Huberman. 1992. Diterjemahkan oleh Tjetjep Rohendi Rohidi. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: universitas Indonesia.
- Nazir, Moh. 1992. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nurhastuti, Feri. 2006. Pengaruh Manajemen Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Pedagang Kelontong Di Kecamatan Jatinom Klaten. *Skripsi*
- Reksohadiprodjo, Soekanto, dan Handoko, T. Hani. 1991. *Organisasi Perusahaan*. Yogyakarta: BPF E.
- Sekaran, Uma. 2000. *Metode Penelitian untuk Bisnis (Sebagai Suatu Pendekatan)*. Edisi Terjemahan. Jakarta: Gramedia Widiasarana.
- Swastha, Basu. 2000. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Utama, Jakob 2003. *Ekonomi di Era Transisi Demokrasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Wiyadi. 1995. *Pengantar Kewiraswastaan*. Bandung: Sinar Baru Algensindo.