

**ANALISIS SELERA KONSUMEN TERHADAP JENIS MAKANAN
PEDAGANG ANGGOTA KOPERASI PASAR CITRA NIAGA
DI SAMARINDA**

Oleh :

JONET INDARTO

NIRM : 90.11.311.401101.00496

NIM : 9010077



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MUHAMMADIYAH
S A M A R I N D A
1 9 9 5**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : ANALISIS SELERA KOSUMEN TERHADAP
JENIS MAKANAN PEDAGANG ANGGOTA
KOPERASI PASAR CITRA NIAGA DI
SAMARINDA

Nama Mahasiswa : JONET INDARTO

NIRM : 90.11.311.401101.00496

NIM : 9010077

Jurusan/Program Studi: Manajemen

Jenjang Studi : Sarjana (S1)

Menyetujui:

Pembimbing I,



Drs. Daniel Sambo

Pembimbing II,



Drs. Zainal Arifin

Mengetahui:

Ketua STIE Muhammadiyah Samarinda

Drs. M. Arifin

Lulus Ujian Tanggal:

RINGKASAN

JONET INDARTO, ANALISIS SELERA KONSUMEN TERHADAP JENIS MAKANAN PEDAGANG ANGGOTA KOPERASI PASAR CITRA NIAGA DI SAMARINDA, dibawah bimbingan Bapak Drs. Daniel Sambo dan Bapak Drs. Zainal Arifin.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jenis makanan yang terjual, jenis makanan yang paling disukai konsumen dan jenis makanan yang disukai dan kurang disukai konsumen. Kegunaan penelitian ini adalah sebagai bahan masukan bagi pedagang untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan cita rasa makanan yang dijual.

Penelitian ini dilakukan terhadap pedagang makanan yang berlokasi di Pusat Perbelanjaan dan Arena Promosi Citra Niaga Samarinda yang hanya menjual makanan yang dihidangkan di tempat.

Jumlah pedagang makanan ada 32 orang, dari seluruh populasi penulis mengambil sampel 18 pedagang, yakni pedagang yang hanya menjual jenis makanan pokok seperti nasi campur, nasi pecel, nasi rawon, nasi sop, soto ayam, soto banjar, sop kikil, sop buntut, sate ayam, sate kambing, sate daging sapi, sate hati ayam dan sate usus sapi.

Untuk memperoleh data yang diperlukan, penulis menggunakan teknik observasi, angket dan studi kepustakaan. Kemudian data diolah dan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis data persentase.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa makanan yang

paling disukai konsumen adalah nasi campur yang mencapai 23,68%, jenis makanan yang disukai konsumen atau nilai persentasenya lebih dari 7,69% ada dua jenis yaitu sate ayam (14,71%) dan soto ayam (10,68%). Sedangkan jenis makanan yang kurang disukai konsumen dimana nilai persentasenya kurang dari 7,69% adalah sate hati ayam (7,54%), nasi pecel (7,45%), sop kikil (6,13%), sate daging sapi (5,90%), sop buntut (5,54%), nasi sop (5,14%), soto banjar (4,04%), nasi rawon (4,01%), sate kambing (3,52%) dan sate usus sapi (1,66%). Masing-masing jenis makanan di atas mempunyai cita rasa yang berbeda.

Dengan demikian hendaknya pedagang yang menjual jenis makanan yang disukai konsumen dapat mempertahankan cita rasa masakannya. Sebaliknya kepada para pedagang yang menjual jenis makanan yang kurang disukai konsumen hendaknya membuat persediaan bahan makanan yang sesuai (tidak terlampau berlebihan jumlahnya) untuk dijual, agar pedagang dapat memperoleh keuntungan.

RIWAYAT HIDUP

A. DATA PRIBADI

1. Nama Penulis : Jonet Indarto
2. Tempat/Tanggal Lahir: Semarang, 12 Juni 1968
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Agama : Kristen
5. Pekerjaan : -
6. Alamat : Purwodadi Lempake RT 2/RW III
Samarinda Ilir
7. Riwayat Pendidikan : 1) Tamat SD Tahun 1981
2) Tamat SMP Tahun 1985
3) Tamat SMA Tahun 1988
4) Kuliah di STIE Muhammadiyah Samarinda Tahun 1990
8. Riwayat Hidup : -

B. DATA KELUARGA

9. Nama Istri : -
10. Nama Anak : -

C. DATA ORANG TUA

11. Nama Bapak : Sudarman
12. Nama Ibu : Hartini

KATA PENGANTAR

Atas berkat rahmat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayahNya maka penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis telah mendapatkan pengarahan, bimbingan dan bantuan lainnya dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya, terutama kepada yang terhormat:

- 1) Bapak Drs. M. Arifin selaku Ketua STIE Muhammadiyah Samarinda.
- 2) Bapak Drs. Daniel Sambo dan Bapak Drs. Zainal Arifin selaku Pembimbing I dan Pembimbing II.
- 3) Bapak dan Ibu Dosen STIE Muhammadiyah Samarinda.
- 4) Ibu, Bapak, Kakak dan Adik serta rekan-rekan yang telah memberikan dorongan semangat sampai selesainya penulisan skripsi ini.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan hidayahNya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis.

Akhirnya penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, kendati demikian penulis masih mempunyai harapan semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita.

Samarinda, Agustus 1995

Penulis

Jonet Indarto

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
RINGKASAN	iii
RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	4
BAB II. DASAR TEORI	6
A. Selera Konsumen	6
B. Jenis Makanan	10
C. Koperasi	11
D. Definisi Konseptual	18
BAB III. METODE PENDEKATAN	20
A. Definisi Operasional	20
B. Perincian Data yang Diperlukan	21
C. Jenis dan Jangkauan Penelitian	22
D. Teknik Pengumpulan Data	23
E. Alat Analisis Data	23

BAB IV. HASIL PENELITIAN	25
A. Keadaan Koperasi Pasar Citra Niaga	25
B. Kepengurusan dan Anggota Koperasi Citra Niaga	27
C. Faktor-faktor Sosial Ekonomi yang Mendorong Kegiatan Pedagang Makanan	31
D. Jenis Makanan Pokok yang Dijual	31
BAB V. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	35
A. Analisis	35
B. Pembahasan	38
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	40
A. Kesimpulan	40
B. Saran-saran	41
DAFTAR PUSTAKA	42

DAFTAR TABEL

Nomor	Tubuh Utama	Halaman
1.	Jenis Makanan yang Terjual Selama Satu Bulan	33
2.	Rekapitulasi Analisis Data Persentase Jenis Makanan yang Terjual	37

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sebagaimana yang telah diketahui bersama bahwa bangsa Indonesia tengah melaksanakan pembangunan di segala bidang kehidupan, antara lain: politik, agama, sosial budaya dan pertahanan keamanan untuk menyongsong pembangunan jangka panjang tahap ke dua (PJP II).

Dari berbagai bidang pembangunan tersebut, maka bidang ekonomi merupakan salah satu titik berat pembangunan, sedangkan bidang pembangunan yang lain hanya bersifat menunjang dan melengkapi bidang ekonomi.

Dalam Garis-garis Besar Haluan Negara telah dijelaskan bahwa:

"Titik berat pembangunan jangka panjang adalah pembangunan bidang ekonomi dengan sasaran utama untuk mencapai keseimbangan antara bidang pertanian dan bidang industri serta terpenuhinya kebutuhan pokok rakyat, yang berarti bahwa sebagian besar dari usaha pembangunan ekonomi, sedangkan pembangunan di bidang lainnya hanya bersifat menunjang dan melengkapi bidang ekonomi." 1)

Dalam rangka peningkatan pembangunan di bidang ekonomi, sektor koperasi, perusahaan negara dan swasta memegang peranan yang sangat penting. Hal ini karena ketiga unsur tersebut yang menjalankan perekonomian Indonesia.

1) Anonim, GBHN 1988, Aneka Ilmu, Semarang, 1988, hal. 26.

Di antara ketiga unsur perekonomian tersebut di atas, koperasi adalah merupakan salah satu sektor yang perlu mendapatkan perhatian. Sebab sektor koperasi ini adalah merupakan alat yang sesuai dengan sistem perekonomian Indonesia yang berazaskan kekeluargaan dan gotong royong.

Dalam Undang Undang Dasar 1945 Pasal 33 dijelaskan:

"Produksi dikerjakan oleh semua, untuk semua, di bawah pimpinan atau pemilikan anggota-anggota masyarakat. Kemakmuran masyarakatlah yang diutamakan bukan kemakmuran orang seorang. Sebab itu perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasarkan atas azas kekeluargaan. Bangun perusahaan yang sesuai dengan itu adalah koperasi." 2)

Lebih lanjut dalam perkembangannya koperasi perlu dipupuk, karena dengan adanya koperasi yang tumbuh dan berkembang dengan mantap, maka akan dapat memberikan kemampuan yang lebih besar untuk mempertinggi kehidupan dari golongan ekonomi lemah sehingga dapat berdiri sendiri. Di samping itu koperasi juga dapat membina kelangsungan perkembangan demokrasi ekonomi Indonesia sebagai wadah utama untuk menyusun perekonomian dan gotong royong.

Pusat Perbelanjaan dan Arena Promosi Citra Niaga adalah salah satu pusat perbelanjaan yang disediakan dengan berbagai fasilitas oleh pihak pemerintah. Dibangunnya pusat perbelanjaan tersebut dengan tujuan menampung sektor ekonomi kuat, menengah dan kecil dalam upaya peningkatan dan perluasan lapangan kerja.

2) Anonim, UUD45, P-4, GBHN, Sekretariat Negara Republik Indonesia, Jakarta, 1983, hal. 20.

Pusat perbelanjaan ini memiliki berbagai fasilitas untuk berusaha, seperti tempat hiburan, elektronik, konveksi, alat rumah tangga, salon, serta warung makanan dan minuman. Berdasarkan studi pendahuluan, tempat yang disediakan sebanyak 350 petak dan dibagi menjadi 8 blok.

Ada empat blok yang ditempati oleh pedagang makanan dan sebagian ditempati oleh pedagang konveksi, yaitu blok B, blok C, blok G, dan blok H. Adapun pembagiannya adalah sebagai berikut:

- 1) Blok B sebanyak 40 petak; dimana 32 petak disewa oleh pedagang makanan, dan 8 petak disewa pedagang konveksi.
- 2) Blok C sebanyak 50 petak; dimana 48 petak disewa pedagang makanan dan 2 petak disewa oleh pedagang konveksi.
- 3) Blok G sebanyak 63 petak; dimana 22 petak disewa oleh pedagang makanan, dan 41 petak disewa pedagang konveksi.
- 4) Blok H sebanyak 63 petak; dimana 9 petak disewa oleh pedagang makanan, dan 54 petak disewa pedagang konveksi.

Jadi jumlah pedagang makanan secara keseluruhan adalah 111 petak dan pedagang konveksi ada 105 petak. Pedagang makanan di sini tidak hanya menjual satu jenis makanan saja, tetapi bermacam-macam.

Hal inilah yang menarik penulis untuk mengadakan penelitian tentang selera konsumen terhadap jenis makanan

yang dijual oleh pedagang makanan di Koperasi Pasar Citra Niaga Samarinda.

B. Perumusan Masalah

Menurut Poerwadaminta, "masalah adalah soal yaitu sesuatu yang harus dipecahkan." 3)

Sedangkan menurut Kartini Kartono, masalah adalah:

"Sebarang situasi yang di dalamnya terdapat satu karakteristik (sifat khas) yang baru atau yang belum diketahui dengan pasti. Masalah dapat juga dikatakan sebagai suatu statemen/pernyataan matematik yang menuntut dari suatu hal yang tidak diketahui." 4)

Dari pendapat tersebut di atas, maka dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan masalah adalah sesuatu yang belum diketahui dan memerlukan pemecahan.

Hal-hal yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Jenis makanan yang terjual.
- 2) Jenis makanan yang paling disukai konsumen.
- 3) Jenis makanan yang disukai dan yang kurang disukai konsumen.

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan pokok-pokok permasalahan di atas, maka tujuan penelitian adalah:

3) Poerwadaminta, Kamus Umum Bahasa Indonesia, Balai Pustaka, Jakarta, 1983, hal. 446.

4) Kartini Kartono, Pengantar Metodologi Sosial, Sumber, Bandung, 1990, hal. 103.

- 1) Untuk mengetahui jenis makanan yang terjual.
- 2) Untuk mengetahui jenis makanan yang paling disukai konsumen.
- 3) Untuk mengetahui jenis makanan yang disukai dan yang kurang disukai konsumen.

Dalam penelitian ilmiah tentunya hasil dari penelitian diharapkan dapat bermanfaat atau berguna bagi si peneliti dan orang lain yang menggunakannya, antara lain sebagai berikut:

- 1) Sebagai bahan masukan bagi pedagang untuk meningkatkan dan mempertahankan cita rasa makanan yang dijual.
- 2) Sebagai bahan sumbangan pikiran bagi penelitian berikutnya, khususnya yang berkaitan dengan masalah pedagang makanan anggota Koperasi Pasar Citra Niaga di Samarinda.

BAB II

DASAR TEORI.

A. Selera Konsumen

Setiap produsen selalu berusaha agar produk yang dihasilkan dapat terjual atau terbeli oleh konsumen akhir dengan tingkat harga yang memberi keuntungan. Melalui produk yang dapat dijual, pedagang dapat menjamin kehidupannya atau menjaga kestabilan usahanya. Sebagaimana yang dikatakan oleh Sofjan Assauri bahwa:

"Setiap produsen harus memikirkan kegiatan pemasaran produknya, jauh sebelum produk ini dihasilkan sampai produk tersebut dikonsumsi oleh si konsumen akhir." ⁵⁾

Dari pendapat di atas, penulis dapat mengambil suatu kesimpulan bahwa sebelum produsen memproduksi suatu produk hendaknya produsen telah mengetahui kegiatan pemasaran produk itu sendiri. Hal ini kendaknya dilakukan sebelum produk yang dihasilkan sampai kepada konsumen.

Kebutuhan dan keinginan atau selera konsumen sangat penting diketahui oleh produsen. Karena itu semua kegiatan pemasaran yang dilakukan harus diarahkan untuk memberikan kepuasan bagi pemenuhan kebutuhan dan selera konsumen mengingat kebutuhan dan selera konsumen beraneka ragam.

Agar suatu produk dapat memenuhi selera konsumen, maka dalam proses produksinya harus dilakukan dengan sebaik-

5) Sofjan Assauri, Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep dan Strategi, Rajawali Pers, Jakarta, 1987, hal. 801.

baiknya. Adanya kekeliruan di dalam merumuskan secara tepat macam-macam kebutuhan atau selera konsumen tersebut akan mengakibatkan produk yang dihasilkan menjadi sia-sia dan kegiatan pemasaran yang dilakukan tidak akan berhasil. Kegagalan kegiatan itu hendaknya menimbulkan usaha-usaha untuk memikirkan sebab-sebab terjadinya kegagalan tersebut.

Tantangan yang dihadapi pedagang di lingkungan yang persaingannya semakin ketat adalah kemampuan untuk memberikan kepuasan atas keinginan atau selera konsumen. Keinginan umumnya mempunyai tingkatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan kebutuhannya. Jika kebutuhan lebih bersifat rasional, maka keinginan umumnya dipengaruhi oleh sifat emosional yang berkaitan dengan selera konsumen.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia bahwa "selera konsumen adalah nafsu makan, membangkitkan air liur, atau tanda nafsu makan." 6)

Sedangkan "konsumen adalah pemakai barang-barang hasil industri (pakaian, makanan, dan sebagainya." 7)

Berdasarkan pendapat tersebut, yang dimaksud selera konsumen adalah keinginan atau nafsu untuk makan atau menggunakan barang hasil industri dalam bentuk pakaian, makanan dan sejenisnya.

6) Tim Penyusun Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Depdikbud RI, Jakarta, hal. 801.

7) Ibid., hal. 458.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi selera konsumen seperti yang diungkapkan oleh Basu Swastha dan Irawan adalah sebagai berikut:

- 1) Kebudayaan.
- 2) Kelas sosial.
- 3) Kelompok referensi kecil.
- 4) Keluarga.
- 5) Pengalaman.
- 6) Kepribadian.
- 7) Sikap dan kepercayaan.
- 8) Konsep diri. 8)

Perilaku manusia sangat ditentukan oleh kebudayaan yang melingkupinya dan pengaruhnya akan selalu berubah setiap waktu sesuai dengan kemajuan dan perkembangan zaman. Dalam hal ini perilaku konsumen juga ditentukan oleh kebudayaan, yang tercermin oleh cara hidup, kebiasaan dalam permintaan akan bermacam-macam barang dan jasa di pasar. Tidak adanya homogenitas dalam kebudayaan karena banyaknya kelompok etnis yang akan membentuk pasar dan perilaku konsumen yang berbeda-beda. Pedagang dituntut untuk mengerti akan implikasi dari kebudayaan dimana pedagang beroperasi. Hal ini penting karena perilaku konsumen dimantapkan oleh pola-pola dari berbagai sistem budaya.

Lapisan-lapisan sosial dalam masyarakat dapat terjadi

8) Basu Swastha dan Irawan, Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen, Liberty, Yogyakarta, 1987, hal. 105.

dengan sendirinya dalam proses pertumbuhan masyarakat itu, tetapi ada pula yang sengaja disusun untuk mengejar suatu keinginan bersama. Perilaku konsumen antara kelas sosial yang satu akan sangat berbeda dengan kelas yang lain, karena golongan sosial ini menyangkut aspek sikap yang berbeda-beda.

Kelompok referensi menurut Basu Swastha dan Irawan adalah "kelompok sosial yang menjadi ukuran seseorang (bukan anggota masyarakat tersebut) untuk membentuk kepribadian dan perilakunya." 9)

Termasuk dalam kelompok ini antara lain perkumpulan kesenian, tim olah raga, perkumpulan agama, dan lain-lain. Biasanya masing-masing kelompok mempunyai pelopor opini (opinion leader) yang berpengaruh terhadap orang lain dalam membeli sesuatu.

Dalam pasar konsumen, maka keluargalah yang banyak melakukan pembelian. Peranan setiap anggota dalam membeli berbeda-beda menurut barang yang dibelinya. Demikian pula sumber pengaruh pembelian juga berbeda, tergantung jenis barang yang akan dibeli.

Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan seseorang dalam bertingkah laku sebagai konsumen. Pengalaman dapat diperoleh dari semua perbuatannya di masa lalu atau dapat dipelajari, sebab dengan belajar seseorang dapat memperoleh pengalaman.

9) Ibid., hal. 68.

Kepribadian menurut Basu Swastha dan Irawan adalah "pola sifat individu yang menentukan tanggapan untuk tingkah laku." 10)

Pengaruh sifat kepribadian konsumen terhadap perilaku pembelian bersifat sangat umum. Sikap dan kepercayaan merupakan faktor yang mempengaruhi pandangan dan perilaku pembelian konsumen. Sikap dilakukan konsumen berdasarkan pandangan terhadap produk. Sikap konsumen bisa merupakan sikap positif ataupun negatif terhadap perilakunya.

B. Jenis Makanan

Makanan merupakan faktor utama bagi kehidupan rumah tangga, di samping kebutuhan rumah tangga yang lain.

Menurut Winardi, ada lima jenis pengeluaran yang penting bagi mayoritas terbesar rumah tangga, yaitu:

- 1) Bahan pangan.
- 2) Perumahan.
- 3) Pengeluaran-pengeluaran di lingkungan rumah tangga.
- 4) Bahan sandang.
- 5) Pengangkutan dengan mobil. 11)

Dari pendapat di atas, maka penulis dapat mengambil suatu kesimpulan bahwa dari kelima jenis pengeluaran tersebut, bahan pangan atau makanan yang sangat penting/utama

10) Ibid., hal. 25.

11) Winardi, Azas-azas Marketing, Alumni, Bandung, 1980, hal. 107.

dalam mempertahankan kelangsungan hidup berumah tangga. Dan apabila kebutuhan utama tersebut telah terpenuhi baru pemenuhan kebutuhan lainnya seperti perumahan, pengeluaran-pengeluaran di lingkungan rumah tangga, bahan sandang dan pengangkutan dengan mobil.

Makanan yang dibutuhkan manusia dalam mempertahankan kehidupan ada bermacam-macam, di antaranya:

- 1) *Makanan pokok*, yaitu jenis makanan yang menjadi bahan pokok untuk makan sehari-hari dengan tujuan untuk mencukupi kebutuhan jasmani dalam segala hal.
- 2) *Makanan sambilan*, yaitu semua makanan yang berfungsi sebagai selingan makanan pokok.
- 3) *Makanan jajanan*, yaitu makanan yang dimakan sepanjang hari, tidak terbatas pada waktu, tempat, dan jumlah yang dimakan.

Dengan demikian berarti bukan hanya makanan pokok saja yang harus dipenuhi masyarakat, melainkan makanan sambilan dan makanan jajanan yang berfungsi sebagai selingan makanan sehari-hari dan berguna untuk menambah gizi masyarakat itu sendiri.

C. Koperasi

Pada umumnya yang bekerja dalam koperasi adalah mereka yang lemah ekonominya, yang senasib, setujuan, dan saling mengenal. Koperasi pada dasarnya bukanlah perkumpulan yang mencari keuntungan, tetapi mencapai perbaikan

hidup dan kesejahteraan anggotanya.

Adapun tujuan koperasi adalah untuk mencapai perbaikan hidup dengan usaha bersama berdasarkan kekeluargaan, terutama untuk membela kepentingan anggotanya dalam urusan kebendaan. Kerja sama antara orang seorang dalam hubungan organisasi yang teratur, bebas, bertujuan membela dan memelihara kepentingan sosial bersama.

Timbulnya koperasi disebabkan oleh berbagai kesukaran, di antaranya: kesulitan ekonomi, kepincangan pembagian pendapatan dan sebagainya. Koperasi dilahirkan dalam suatu masyarakat yang dinamis.

Dalam Undang-undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, Bab II Bagian Pertama Pasal 2 yang berbunyi "Koperasi berlandaskan Pancasila dan Undang-undang Dasar 1945 atas dasar kekeluargaan, serta mempunyai tujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur berlandaskan Pancasila dan UUD 1945."

Selanjutnya dalam Bab III Bagian Pertama Pasal 4, dijelaskan pula bahwa fungsi dan peranan koperasi adalah:

- 1) Membangun dan mengembangkan potensi kemampuan ekonomi anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosialnya.
- 2) Berperan secara aktif dalam upaya mempertinggi kualitas kehidupan manusia dan masyarakat.

- 3) Memperkokoh perekonomian rakyat sebagai dasar kekuatan dan ketahanan perekonomian nasional dengan koperasi sebagai sokogurunya.
- 4) Berusaha untuk mewujudkan dan mengembangkan perekonomian nasional yang merupakan usaha bersama berdasarkan atas azas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi.

Sedangkan prinsip koperasi menurut Pasal 5 adalah:

- 1) Keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka.
- 2) Pengelolaan dilakukan secara demokratis.
- 3) Pembagian sisa hasil usaha dilakukan secara adil sebanding dengan besarnya jasa usaha masing-masing anggota.
- 4) Pemberian balas jasa yang terbatas atas modal.
- 5) Kemandirian.

Prinsip koperasi merupakan suatu kesatuan dan tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan berkoperasi. Dengan melaksanakan keseluruhan prinsip tersebut, koperasi mewujudkan dirinya sebagai badan usaha sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berwatak sosial. Prinsip koperasi ini merupakan esensi dari dasar kerja koperasi sebagai badan usaha dan merupakan ciri khas dan jati diri koperasi yang membedakannya dari badan usaha lainnya.

Sifat kesukarelaan dalam keanggotaan koperasi mengandung makna bahwa menjadi anggota koperasi tidak dipaksa oleh siapapun. Sifat kesukarelaan juga mengandung makna bahwa seorang anggota dapat mengundurkan diri dari kopera-

si sesuai dengan syarat yang ditentukan dalam anggaran dasar koperasi. Sedangkan sifat terbuka memiliki arti bahwa dalam keanggotaan tidak dilakukan pembatasan atau diskriminasi dalam bentuk apapun.

Prinsip demokrasi menunjukkan bahwa pengelolaan koperasi dilakukan atas kehendak dan keputusan para anggota. Jadi para anggota itulah yang memegang dan melaksanakan kekuasaan tertinggi dalam koperasi.

Pembagian sisa hasil usaha kepada anggota dilakukan tidak semata-mata berdasarkan besarnya modal yang dimiliki seseorang dalam koperasi, tetapi juga berdasarkan perimbangan jasa usaha anggota koperasi terhadap koperasi. Ketentuan yang demikian ini merupakan perwujudan nilai kekeluargaan dan keadilan.

Modal dalam koperasi pada dasarnya dipergunakan untuk kesejahteraan anggota dan bukan untuk sekedar mencari keuntungan. Oleh karena itu balas jasa terhadap modal yang diberikan kepada para anggota juga terbatas dan tidak didasarkan semata-mata atas besarnya modal yang diberikan. Terbatas adalah wajar dalam artian tidak melebihi suku bunga yang berlaku di pasar.

Kemandirian mengandung pengertian dapat berdiri sendiri, tanpa bergantung pada pihak lain yang dilandasi oleh kepercayaan kepada pertimbangan, keputusan dan kemampuan dan usaha sendiri. Dalam kemandirian terkandung pula pengertian kebebasan yang bertanggungjawab, otonomi, swadaya, berani mempertanggungjawabkan perbuatan sendiri dan

kehendak untuk mengelola diri sendiri.

Di samping kelima prinsip sebagaimana dimaksud dalam Ayat 1, untuk pengembangan dirinya koperasi juga melaksanakan dua prinsip koperasi antara lain: pendidikan perkoperasian dan kerja sama antar koperasi. Penyelenggaraan pendidikan perkoperasian dan kerja sama antar koperasi merupakan prinsip koperasi yang penting dalam meningkatkan kemampuan, memperluas wawasan anggota dan memperkuat solidaritas dalam mewujudkan tujuan koperasi. Kerja sama dimaksud dapat dilakukan antar koperasi di tingkat lokal, regional, nasional dan internasional.

Persyaratan ini dimaksud untuk menjaga kelayakan usaha dan kehidupan koperasi. Orang seorang pembentuk koperasi adalah mereka yang memenuhi persyaratan keanggotaan dan mempunyai kepentingan ekonomi yang sama.

Menurut fungsinya dalam masyarakat, koperasi dapat digolongkan ke dalam tiga jenis, yakni:

- 1) Koperasi Konsumsi.
- 2) Koperasi Produksi.
- 3) Koperasi Kredit.

Menurut Syamsuddin Mahmud, tujuan koperasi konsumsi adalah:

"Berusaha untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari para anggotanya, agar para anggota dapat memperoleh keperluan rumah tangganya dengan harga yang murah dan pantas." ¹²⁾

12) Syamsuddin Mahmud, Dasar-dasar Ilmu Ekonomi dan Koperasi, Intermassa, Banda Aceh, 1986, hal. 129.

Sedangkan koperasi produksi adalah:

"Koperasi yang usahanya untuk menghasilkan barang-barang secara bersama." 13)

Tujuan koperasi produksi adalah untuk menghilangkan persaingan sesama mereka dan berupaya supaya barang-barang yang mereka hasilkan tidak merosot harganya. Di samping itu mereka juga berusaha menaikkan mutu barang dan jumlah barang-barang yang mereka hasilkan.

Usaha-usaha yang dapat didirikan dalam bentuk koperasi produksi banyak sekali menurut jenis perusahaan dan banyaknya cabang penghasilan. Usaha-usaha kerja sama dalam bentuk koperasi produksi yang terpenting di Indonesia antara lain adalah:

- 1) Koperasi Pertanian.
- 2) Koperasi Peternakan.
- 3) Koperasi Perikanan.
- 4) Koperasi Kerajinan.

Menurut Syamsuddin Mahmud, tujuan koperasi kredit adalah:

"Untuk menerima tabungan dan memberikan pinjaman kepada para anggota dengan syarat-syarat yang mudah dan dengan bunga yang rendah." 14)

Koperasi ini juga berusaha mendidik para anggota supaya dapat menabung dengan teratur dan mendidik mereka untuk hidup hemat.

Koperasi kredit disebut juga koperasi simpan pinjam.

13) Ibid., hal. 130.

14) Ibid., hal. 131.

Koperasi ini didirikan berdasarkan rasa perikemanusiaan yaitu hendak melepaskan rakyat yang miskin dan lemah ekonominya.

Faedah koperasi tidak semata-mata hanya diukur dengan keuntungan material yang akan diperoleh para anggota atau jumlah uang yang dipinjamkan kepada anggota-anggotanya.

Jika ditinjau dari sudut keuntungan uang, memang koperasi belum seberapa artinya bagi kemakmuran rakyat, walaupun ada juga koperasi yang telah berkembang dengan baik.

Adapun keanggotaan koperasi bersifat melekat pada diri anggota, artinya tidak dapat diwariskan atau dipindahkan kepada orang lain. Hal ini erat hubungannya dengan sifat perkumpulan yang terdiri dari orang atau badan hukum.

Kekuasaan tertinggi terletak pada rapat umum anggota koperasi. Pengurus dipilih dari dan oleh anggota-anggota. Anggota pengurus dapat diberhentikan sewaktu-waktu, begitu pula apabila mereka diangkat untuk waktu yang telah ditentukan. Hubungan antara sesama anggota dan antara anggota dengan pengurus yang ada senantiasa dapat dilihat bahwa sifat koperasi adalah demokratis.

Hal yang terpenting mendapatkan perhatian adalah soal modal yang meliputi bukan hanya modal uang atau barang-barang, tetapi juga ilmu pengetahuan dan kemauan keras.

Sejarah koperasi membuktikan bahwa betapa pentingnya kemauan keras sebagai modal koperasi untuk mencapai suatu

hasil yang memuaskan. Untuk menyelenggarakan dan menyempurnakan mobilitas modal diperlukan adanya tenaga yang cakap, giat dan jujur.

Oleh sebab itu penting sekali peranan pendidikan dan penerangan tentang koperasi untuk membangkitkan dan mere-sapkan semangat atau jiwa koperasi di kalangan masyarakat.

Hal tersebut di atas tidak jauh berbeda dengan kope-rasi yang ada di Citra Niaga Samarinda. Anggota koperasi di Citra Niaga terdiri dari para pedagang yang ada di lingkungan itu sendiri, misalnya pedagang konveksi, peda-gang elektronik, pedagang makanan dan pedagang lainnya.

D. Definisi Konsepsional

Menurut pendapat Kartini Kartono, dikatakan bahwa:

"Konsep adalah rencana, sketsa, pikiran yang diutarakan dengan sederetan kata-kata yang jelas mengutarakan sesuatu hal atau peristiwa-peristiwa yang bisa diverifikasikan, merupakan bagian pikiran yang mencoba menggambarkan dengan sederetan kata-kata tentang eksistensi su-atu fenomena sosial dengan ciri-cirinya yang karakteristik." 15)

Sedangkan pengertian analisis yang dikemukakan oleh Panitia Istilah Manajemen adalah:

"Penguraian suatu pokok menjadi bagian-bagian-nya dan penelaahan suatu bagian secara tersen-diri serta hubungan antara bagian untuk mempe-roleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan." 16)

15) Kartini kartono, Opcit., hal. 29.

16) Panitia Istilah Manajemen Lembaga Pendidikan dan Pembinaan Manajemen, Kamus Istilah Manajemen, Balai Aksa-ra, Jakarta, 1983, hal. 17.

Selera konsumen adalah keinginan atau nafsu untuk makan atau menggunakan barang hasil industri dalam bentuk pakaian, makanan dan sejenisnya.

Jenis makanan adalah bermacam-macam jenis makanan yang dibutuhkan manusia untuk mempertahankan kehidupan. Di antaranya makanan pokok, sebagai salah satu kebutuhan esensial (makan dan minum) yang diperlukan untuk mempertahankan kehidupan manusia.

BAB III

METODE PENDEKATAN

A. Definisi Operasional

Menurut Natsir, definisi operasional adalah sebagai berikut:

"Suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel tersebut." 17)

Sedangkan Koentjoroningrat mengemukakan bahwa definisi operasional adalah:

"Mengubah konsep-konsep yang berupa constructs kata-kata yang menggambarkan perilaku atau gejala yang dapat diamati dan dilihat, ditentukan kebenarannya oleh orang lain." 18)

Bertolak dari pendapat tersebut di atas, maka penulis merumuskan definisi operasional dalam penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Selera konsumen adalah keinginan untuk mengkonsumsi makanan dalam jumlah tertentu pada periode tertentu.
- 2) Jenis makanan pokok yang dijual pedagang oleh makanan pokok sehari-hari, kecuali makan ringan seperti roti, kue kering dan lain-lain.

17) M. Nasir, Metodologi Penelitian, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1988, hal. 152.

18) Koentjoroningrat, Metodologi Penelitian Masyarakat, Gramedia, Jakarta, 1990, hal. 23.

Adapun jenis makanan pokok yang dijual pedagang makanan adalah:

- 1) Nasi campur.
- 2) Nasi pecel.
- 3) Nasi rawon.
- 4) Nasi sop.
- 5) Soto ayam.
- 6) Soto banjar.
- 7) Sop kikil.
- 8) Sop buntut.
- 9) Sate ayam.
- 10) Sate kambing.
- 11) Sate daging sapi.
- 12) Sate hati ayam.
- 13) Sate usus sapi.

Sedangkan pedagang makanan pokok di sini adalah pedagang anggota Koperasi Pasar Citra Niaga Samarinda.

B. Perincian Data yang Diperlukan

Populasi adalah objek dari suatu penelitian. Menurut Sutrisno Hadi, "populasi adalah semua individu untuk siapa kenyataan yang diperoleh dari sampel itu hendaknya digeneralisasikan." 19)

Kemudian Kartini Kartono menyatakan populasi sebagai berikut:

19) Sutrisno Hadi, Metode Research, Jilid I, Hadi Offset, Yogyakarta, 1989, hal. 70.

"Populasi itu dapat berwujud manusia, di samping itu juga berupa kurikulum, alat-alat mengajar, cara mengajar, kemampuan manajemen, cara pengadministrasian, kepemimpinan dan lain-lain." 20)

Dari kedua pendapat di atas, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang makanan atau makanan yang dihidangkan dan dimakan di tempat dan menjadi anggota Koperasi Pasar Citra Niaga hingga pertengahan tahun 1995. Berdasarkan hasil studi pendahuluan didapatkan bahwa jumlah pedagang makanan ada 39 orang.

Sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian dari seluruh populasi penulis mengambil sampel 18 pedagang, yaitu pedagang yang hanya menjual jenis makanan seperti nasi campur, nasi pecel, nasi rawon, nasi sop, soto ayam, soto banjar, sop kikil, sop buntut, sate ayam, sate kambing, sate daging sapi, sate hati ayam, dan sate usus sapi.

Winarno Surakhmad mengatakan bahwa "sampel adalah penarikan sebagian dari populasi untuk mewakili dari seluruh populasi." 21)

C. Jenis dan Jangkauan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif.

Menurut Suharsimi Arikunto, pengertian penelitian deskriptif sebagai berikut:

20) Kartini Kartono, Opcit.

21) Winarno Surakhmad, Pengantar Penelitian Ilmiah, Tarsito, Bandung, 1981, hal. 93.

"Penelitian deskriptif adalah penelitian non hipotesis sehingga dalam langkah penelitiannya tidak perlu merumuskan hipotesis." 22)

Adapun pengertian deskriptif adalah bertujuan untuk menguraikan, menjelaskan dan memaparkan gejala-gejala atau fakta-fakta yang ditemui di lapangan dalam hal ini menganalisis selera konsumen terhadap jenis makanan pedagang anggota Koperasi Pasar Citra Niaga di Samarinda.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

- 1) *Metode observasi*, mengadakan pengamatan di ke objek yang akan diteliti, yaitu dengan mendatangi langsung ke lokasi Pusat Perbelanjaan Citra Niaga untuk mengetahui jumlah warung dan jenis makanan yang dijual.
- 2) *Angket*, penulis menyebarkan daftar isian dan menanyakan jumlah makanan yang dibeli konsumen dalam sehari selama satu bulan.
- 3) *Studi kepustakaan*, sumber dan bahan informasi yang diperoleh dari buku atau laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah penelitian.

E. Alat Analisis Data

Alat analisis data yang dipergunakan penulis adalah analisis data persentase.

22) Suharsimi Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, Bina Aksara, Jakarta, 1989, hal. 194.

Menurut Anas Sudijono, rumus persentase adalah sebagai berikut:

$$P = \frac{f}{N} \times 100\% \quad 23)$$

Keterangan rumus:

f = frekuensi yang sedang dicari persentasenya (jumlah satu jenis makanan yang terjual);

N = jumlah frekuensi individu (jumlah seluruh jenis makanan yang terjual);

P = angka persentase.

23) Anas Sudijono, Pengantar Statistik Pendidikan, Rajawali, Jakarta, 1987, hal. 40-41.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Keadaan Koperasi Pasar Citra Niaga

Perkembangan Koperasi Pasar Citra Niaga yang dibentuk pada tanggal 10 Nopember 1985 dengan Badan Hukum No. 897/BH/15 Tanggal 2 Januari 1986 cukup pesat.

Melalui wadah koperasi, para pedagang yang sebelumnya adalah para pedagang kaki lima dapat dikoordinir dengan tertib dalam memperoleh petak K-5 di Komplek Citra Niaga, yang di samping untuk pembangunan usaha juga untuk peningkatan kesejahteraannya.

Modal koperasi diperoleh sebagian dari bantuan kredit Bukopin, Bank Pacifik, Bank Pembangunan Daerah, Bank Da-gang Negara dan bantuan kredit tanpa bunga dari Pemerintah Daerah Tingkat II Kotamadya Samarinda.

Usaha-usaha yang telah dilaksanakan koperasi pada pa-ra anggotanya berupa pengadaan perumahan anggota, bantuan modal kepada para penyemir sepatu yang beroperasi di Komplek Citra Niaga serta pemberian bea siswa kepada putra putri para anggota dari tingkat SD sebesar Rp 15.000,- sampai tingkat perguruan tinggi sebesar Rp 60.000,-.

Bantuan yang diberikan pemerintah daerah kepada Kope-rasi Pasar Citra Niaga selama ini berbentuk pembinaan/pe-nyuluhan dan anjongsana, penyediaan tenaga konsultan, ban-tuan modal tanpa bunga, dan yang paling penting adalah pe-nyediaan fasilitas tempat usaha termasuk kantor koperasi.

Pusat Perbelanjaan dan Arena Promosi Citra Niaga berlokasi di pusat kegiatan kota dan termasuk di dalam wilayah Kelurahan Pelabuhan Kecamatan Samarinda Ilir dengan batas-batas sebagai berikut:

- 1) Sebelah Utara berbatasan dengan Jalan Panglima Batur.
- 2) Sebelah Timur berbatasan dengan Jalan Niaga Timur.
- 3) Sebelah Selatan berbatasan dengan Jalan Niaga Selatan.
- 4) Sebelah Barat berbatasan dengan Jalan Niaga Barat.

Pusat Perbelanjaan dan Arena Promosi Citra Niaga diresmikan oleh Menteri Tenaga Kerja Sudomo bersama Gubernur Kalimantan Timur, H. Suwandi pada tanggal 27 Agustus 1987.

Dengan dibangunnya Komplek Citra Niaga ini sebagai pusat perbelanjaan, tujuan yang ingin dicapai oleh Pemerintah Daerah sebagai berikut:

- 1) Menjadikan Kotamadya Samarinda sebagai Kota Tepian, yaitu Teduh, Rapi, Aman dan Nyaman.
- 2) Menciptakan hubungan yang baik dan serasi antara masyarakat dan pemerintah.
- 3) Menciptakan suasana kehidupan ekonomi yang serasi dan harmonis dalam hidup berdampingan, antara golongan ekonomi lemah, sedang dan kuat.
- 4) Mengurangi beban pemerintah daerah dalam mengelola fasilitas umum dan tetap mempertahankan sumber penerimaan daerah dengan satu sistem manajemen yang lebih efektif.

- 5) Memberikan rasa aman dan tempat usaha yang layak bagi pedagang.

B. Kepengurusan dan Anggota Koperasi Citra Niaga

Pengurus dipilih oleh anggota dan dari anggota dalam Rapat Anggota Tahunan dengan masa baktinya selama 3 tahun.

Para pengurus yang terpilih dalam Rapat Anggota Tahunan pada tanggal 28 Pebruari 1992 akan menjalankan tugasnya dalam masa bakti tahun 1992 - 1994 (berakhir tanggal 31 Desember 1994), namun sehubungan mereka belum menyampaikan laporan pertanggungjawaban mengenai pengelolaan koperasi dalam Rapat Anggota, maka masa kepengurusannya diperpanjang sampai setelah laporan pertanggungjawaban disampaikan. Kemudian selanjutnya dilakukan pemilihan dan pengangkatan kepengurusan baru.

Struktur dan Personalia Kepengurusan Koperasi Citra Niaga Samarinda sebagai berikut:

Pembina:

- 1) Walikotaamadya KDH Tk. II Samarinda.
- 2) Kepala Kantor Departemen Kopersi dan Pembina Pedagang Kaki Lima Samarinda.
- 3) Kepala Kantor Departemen Perdagangan Samarinda.
- 4) Kepala Kantor Departemen Perindustrian Samarinda.
- 5) Kepala Kantor Departemen Tenaga Kerja Samarinda.
- 6) Direktur Lembaga Studi Pembangunan (LSP) Jakarta.
- 7) Direktur PT. Pandurata Indah Jakarta.
- 8) Direktur Unit Swadana Daerah Citra Niaga Samarinda.

Penasehat:

- 1) H.M. Siddik Isola.
- 2) H. Niclan.
- 3) H. Shahar Angka.
- 4) H. Ibnu Hajar.
- 5) Sujari.
- 6) Sutrisno.

Pengurus:

- | | |
|-----------------------|--------------------|
| 1) Syamsuddin | - Ketua. |
| 2) H. Said Moehsin | - Wakil Ketua. |
| 3) Drs. Suardi Amin | - Sekretaris. |
| 4) Riyo Hari Mulyanto | - Bendahara. |
| 5) Arpani | - Wakil Bendahara. |

Badan Pengawas/Pemeriksa:

- | | |
|-----------------|-----------------------|
| 1) H. Kamarudin | - Ketua. |
| 2) La Raya | - Sekretaris/Anggota. |
| 3) Hasbullah | - Anggota. |

Ketua Blok/Unit:

- | | |
|---------------|--|
| 1) M. Idris | - Ketua Blok A (sementara diganti oleh Arpani). |
| 2) M. Tambah | - Ketua Blok B dan C. |
| 3) H.M. Hatta | - Ketua Blok D dan E. |
| 4) M. Mursid | - Ketua Blok F (sementara digantikan oleh H.S. Moehsin). |

- | | |
|-------------------|--|
| 5) Rustam Hidayat | - Ketua Blok G dan H. |
| 6) M. Suchan | - Ketua Unit Persatuan
Pedagang Sepeda Motor
(PPSM) Citra Niaga. |
| 7) Mise | - Ketua Unit Jalan Pabean |
| 8) Kasno | - Ketua Unit Jalan Harmo-
nika. |

Karyawan:

Kedudukan karyawan di dalam manajemen Koperasi Citra Niaga adalah sebagai pembantu dari pengurus untuk ikut menangani kegiatannya sehari-hari. Dalam hal ini mereka adalah sebagai pembantu pengurus dalam melancarkan dan menyukseskan kegiatan organisasi dan usaha koperasi. Tugas-tugas para karyawan adalah:

- | | |
|---------------------|---------------------------------|
| 1) Radiansyah, SMAK | - Kepala Tata usaha/Accounting. |
| 2) Dwi Purwani, Bsc | - Staf Accounting/Book Posting. |
| 3) Masnah | - Kasir. |
| 4) Supriyono | - Pembantu Umum. |
| 5) Tarmo | - Pembantu Kantor. |

Kegiatan administrasi keuangan dilaksanakan menurut kaidah akuntansi yang berlaku pada umumnya dan menganut pola akuntansi koperasi. Dalam penerapannya dilakukan dan disesuaikan dengan kebutuhan yang dianggap cocok dengan pola dan kondisi koperasi ini, yaitu sebagai Koperasi Pasar (Koppas).

Sedangkan administrasi kantor dilaksanakan menurut kaidah administrasi standar dari Departemen Koperasi, terutama yang berkaitan dengan:

- 1) Buku anggota.
- 2) Buku daftar pengurus dan badan pemeriksa.
- 3) Buku keputusan rapat.
- 4) Buku tamu dan lain-lain.

Sejak dibentuknya Koperasi Citra Niaga ini, jumlah anggota koperasi mengalami perkembangan atau peningkatan sebagaimana terlihat dari data lima tahun terakhir, sejak tahun 1990 sampai dengan tahun 1994, yaitu:

- 1) Tahun 1990 = 417 orang.
- 2) Tahun 1991 = 487 orang.
- 3) Tahun 1992 = 562 orang.
- 4) Tahun 1993 = 692 orang.
- 5) Tahun 1994 = 713 orang.

Hal-hal yang mendorong bertambahnya jumlah anggota koperasi adalah:

- 1) Mereka menaruh harapan yang besar terhadap koperasi, di dalam upaya meningkatkan kesejahteraannya.
- 2) Koperasi Citra Niaga telah mendapatkan pengakuan oleh masyarakat atas kiprahnya di dalam meningkatkan kesejahteraan dan peningkatan pendapatan para anggotanya.

Pada satu sisi, hal ini cukup membanggakan bagi seluruh pengelola dan anggotanya, namun pada sisi lain hal ini merupakan beban moral dan tanggung jawab yang harus diper-

tahankan dan ditingkatkan oleh seluruh pengelola dan tidak terkecuali oleh para anggotanya serta komponen organisasi Koperasi Citra Niaga Samarinda.

C. Faktor-faktor Ekonomi yang Mendorong Kegiatan Pedagang Makanan

Dengan kemampuan yang dimiliki oleh pedagang, mereka tetap berusaha dan bekerja untuk dapat hidup layak sebagaimana mestinya, baik ditinjau dari sudut ekonomi maupun dari sudut sosial.

Mereka memasuki sektor informal yang lebih mudah untuk dikerjakan walaupun tidak mempunyai pendidikan dan keterampilan yang cukup karena terbatasnya lapangan pekerjaan yang disediakan oleh pemerintah. Di samping itu mereka melakukan usaha ini karena modal yang diperlukan tidak terlampau besar, peralatan yang dipergunakan sederhana, lokasi tersedia dimana saja (dengan tidak mengindahkan ketentuan atau peraturan pemerintah), dapat dikelola sendiri, perputaran keuangan cukup lancar (karena berhubungan langsung dengan konsumen) dan risikonya tidak terlalu tinggi, apabila mereka mengalami kerugian.

D. Jenis Makanan Pokok yang Dijual

Jenis makanan pokok yang dijual oleh para pedagang makanan di Pusat Perbelanjaan dan Arena Promosi Citra Niaga adalah:

- 1) Nasi campur.
- 2) Nasi pecel.

- 3) Nasi rawon.
- 4) Nasi sop.
- 5) Soto ayam.
- 6) Soto banjar.
- 7) Sop kikil.
- 8) Sop buntut.
- 9) Sate ayam.
- 10) Sate kambing.
- 11) Sate daging sapi.
- 12) Sate hati ayam.
- 13) Sate usus sapi.

Dari hasil penelitian, penulis memperoleh data mengenai besarnya jenis makanan yang terjual, seperti yang terlihat pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Jenis Makanan yang Terjual Selama Satu Bulan.

No.	N a m a Pedagang	Makanan yang terjual (dalam porsi)													Jumlah
		A ₁	A ₂	A ₃	A ₄	A ₅	A ₆	A ₇	A ₈	A ₉	A ₁₀	A ₁₁	A ₁₂	A ₁₃	
1	A	604	492	-	411	-	-	268	223	-	-	-	-	-	1.998
2	B	728	-	268	-	-	-	-	-	566	113	128	152	-	1.995
3	C	641	483	-	-	-	-	331	310	-	-	-	-	-	1.765
4	D	611	463	-	-	-	-	318	251	-	-	-	-	-	1.643
5	E	682	-	315	358	771	239	-	-	-	-	-	-	-	2.365
6	F	673	-	240	362	748	281	-	-	-	-	-	-	-	2.304
7	G	758	519	-	-	-	-	-	-	468	228	265	321	-	2.379
8	H	723	-	283	270	687	-	-	-	-	-	-	-	-	1.945
9	I	610	-	-	-	423	269	287	267	-	-	-	-	-	1.856
10	J	627	-	-	-	388	323	261	242	-	-	-	-	-	1.841
11	K	632	-	206	281	-	-	303	280	-	-	-	-	-	1.702
12	L	644	484	-	-	489	210	283	241	-	-	-	-	-	2.306
13	M	-	-	-	-	-	-	-	-	590	223	287	330	152	1.582
14	N	-	-	-	-	-	-	-	-	535	-	245	332	84	1.186
15	O	-	-	-	-	-	-	-	-	693	251	270	399	187	1.800
16	P	-	-	-	-	-	-	-	-	610	-	218	283	122	1.233
17	Q	-	-	-	-	-	-	-	-	715	-	234	330	-	1.279
18	R	-	-	-	-	-	-	-	-	641	338	285	333	-	1.597
Jumlah		7.753	2.441	1.312	1.682	3.497	1.322	2.006	1.814	4.818	1.153	1.932	2.470	545	32.745

Sumber data: Hasil Penelitian

Keterangan:

A₁ = Nasi campur.

A₂ = Nasi pecel.

A₃ = Nasi rawon.

- A₄ = Nasi sop.
- A₅ = Soto ayam.
- A₆ = Soto banjar.
- A₇ = Sop kikil.
- A₈ = Sop buntut.
- A₉ = Sate ayam.
- A₁₀ = Sate kambing.
- A₁₁ = Sate daging sapi.
- A₁₂ = Sate hati ayam.
- A₁₃ = Sate usus sapi.

BAB V

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Analisis

Berdasarkan Tabel 1 mengenai jenis makanan dan jumlah makanan yang terjual, maka dapat dilakukan analisis perhitungan persentasenya, yaitu dengan menggunakan rumus:

$$P = \frac{f}{N} \times 100\%$$

Keterangan rumus:

f = frekuensi yang sedang dicari persentasenya (jumlah satu jenis makan yang terjual);

N = jumlah frekuensi individu (jumlah seluruh jenis makanan yang terjual);

F = angka persentase.

Selanjutnya untuk mengetahui jumlah persentase jenis makanan yang terjual adalah sebagai berikut:

1) $A_1 = \text{Nasi campur}$

$$\frac{7.753}{32.745} \times 100\% = 23,68\%$$

2) $A_2 = \text{Nasi pecel}$

$$\frac{2.441}{32.745} \times 100\% = 7,45\%$$

3) $A_3 = \text{Nasi rawon}$

$$\frac{1.312}{32.745} \times 100\% = 4,01\%$$

- 4) $A_4 = \text{Nasi sop}$
- $$\frac{1.682}{32.745} \times 100\% = 5,14\%$$
- 5) $A_5 = \text{Soto ayam}$
- $$\frac{3.497}{32.745} \times 100\% = 10,68\%$$
- 6) $A_6 = \text{Soto banjar}$
- $$\frac{1.322}{32.745} \times 100\% = 4,04\%$$
- 7) $A_7 = \text{Sop kikil}$
- $$\frac{2.006}{32.745} \times 100\% = 6,13\%$$
- 8) $A_8 = \text{Sop buntut}$
- $$\frac{1.814}{32.745} \times 100\% = 5,54\%$$
- 9) $A_9 = \text{Sate ayam}$
- $$\frac{4.818}{32.745} \times 100\% = 14,71\%$$
- 10) $A_{10} = \text{Sate kambing}$
- $$\frac{1.153}{32.745} \times 100\% = 3,52\%$$
- 11) $A_{11} = \text{Sate daging sapi}$
- $$\frac{1.932}{32.745} \times 100\% = 5,90\%$$
- 12) $A_{12} = \text{Sate hati ayam}$
- $$\frac{2.470}{32.745} \times 100\% = 7,54\%$$

13) A_{13} = Sate usus sapi

$$\frac{545}{32.745} \times 100\% = 1,66\%$$

Hasil analisis data persentase jenis makanan yang terjual disajikan dalam tabel rekapitulasi berikut.

Tabel 2. Rekapitulasi Analisis Persentase Jenis Makanan yang Terjual.

No.	Jenis makanan yang terjual	Jumlah yang terjual	
		dalam porsi	dalam persen
1.	Nasi campur (A_1)	7.753	23,68
2.	Nasi pecel (A_2)	2.441	7,45
3.	Nasi rawon (A_3)	1.312	4,01
4.	Nasi sop (A_4)	1.682	5,14
5.	Soto ayam (A_5)	3.497	10,68
6.	Soto banjar (A_6)	1.322	4,04
7.	Sop kikil (A_7)	2.006	6,13
8.	Sop buntut (A_8)	1.814	5,54
9.	Sate ayam (A_9)	4.818	14,71
10.	Sate kambing (A_{10})	1.154	3,52
11.	Sate daging sapi (A_{11})	1.932	5,90
12.	Sate hati ayam (A_{12})	2.470	7,54
13.	Sate usus sapi (A_{13})	545	1,66
Jumlah		32.745	100,00

Sumber data: Hasil penelitian yang diolah kembali

Untuk menentukan makanan mana yang disukai oleh konsumen serta makanan mana yang kurang disukai oleh konsumen, maka dicari nilai persentase rata-rata dari ketiga belas jenis makanan di atas sebagai standar, yaitu:

$$\text{Nilai persentase rata-rata} = \frac{100\%}{13} = 7,69\%$$

Dari analisis di atas, yang nilai persentasenya lebih dari 7,69% adalah makanan yang disukai oleh konsumen, sedangkan yang nilai persentasenya kurang dari 7,69% adalah makanan yang kurang disukai oleh konsumen. Dengan demikian dapat pula diketahui bahwa dari semua jenis makanan yang disukai, maka jenis makanan yang paling disukai oleh konsumen adalah yang nilai persentasenya paling tinggi.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis di atas, dari ketiga belas jenis makanan yang dijual oleh pedagang makanan anggota Koperasi Pasar Citra Niaga ada tiga jenis makanan yang nilai persentasenya lebih dari 7,69%, yaitu:

- 1) Nasi campur (A_1) = 23,68%
- 2) Sate ayam (A_9) = 14,71%
- 3) Soto ayam (A_5) = 10,68%.

Hal ini menunjukkan bahwa jenis makanan yang disukai oleh konsumen adalah sate ayam dan soto ayam, sedangkan makanan yang paling disukai oleh konsumen adalah nasi campur.

Sedangkan jenis makanan yang nilai persentasenya kurang dari 7,69% ada sepuluh jenis, yaitu:

- 1) Sate hati ayam (A_{12}) = 7,54%
- 2) Nasi pecel (A_2) = 7,45%
- 3) Sop kikil (A_7) = 6,13%
- 4) Sate daging sapi (A_{11}) = 5,90%

- 5) Sop buntut (A_8) = 5,54%
- 6) Nasi sop (A_4) = 5,14%
- 7) Soto banjar (A_6) = 4,04%
- 8) Nasi rawon (A_3) = 4,01%
- 9) Sate kambing (A_{10}) = 3,52%
- 10) Sate usus sapi (A_{13}) = 1,66%.

Hal ini menunjukkan bahwa jenis makanan yang kurang disukai oleh konsumen adalah sate hati ayam, nasi pecel, sop kikil, sate daging sapi, sop buntut, nasi sop, soto banjar, nasi rawon, sate kambing, sate usus sapi.

Dengan demikian dari ketigabelas jenis makanan yang dijual oleh pedagang makanan anggota Koperasi Pasar Citra Niaga Samarinda dapat diklasifikasikan bahwa:

- 1) Jenis makanan yang disukai oleh konsumen ada dua jenis.
- 2) Jenis makanan yang paling disukai oleh konsumen ada satu jenis.
- 3) Jenis makanan yang kurang disukai oleh konsumen ada sepuluh jenis.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah dilakukan analisis, maka dapat diambil suatu kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Ada tiga belas jenis makanan yang dijual oleh pedagang anggota Koperasi Pasar Citra Niaga Samarinda, yaitu:
 - a) Nasi campur.
 - b) Nasi pecel.
 - c) Nasi rawon.
 - d) Nasi sop.
 - e) Soto ayam.
 - g) Soto banjar.
 - h) Sop kikil.
 - i) Sop buntut.
 - j) Sate ayam.
 - k) Sate kambing.
 - l) Sate daging sapi.
 - m) Sate hati ayam.
 - n) Sate usus sapi.

- 2) Dari hasil analisis diketahui bahwa ada dua jenis yang disukai oleh konsumen, yaitu sate ayam dan soto ayam, sedangkan yang paling disukai adalah nasi campur. Jenis makanan yang kurang disukai oleh konsumen ada sepuluh jenis, yaitu sate hati

ayam, nasi pecel, sop kikil, sate daging sapi, sop buntut, nasi sop, soto banjar, nasi rawon, sate kambing, sate usus sapi.

B. Saran-saran

Adapun saran-saran yang dapat penulis sampaikan sebagai sumbangsih dari hasil penelitian adalah:

- 1) Hendaknya pedagang yang menjual jenis makanan yang disukai oleh konsumen dapat mempertahankan cita rasa masakannya dan sebaliknya bagi pedagang yang menjual jenis makanan yang kurang disukai oleh konsumen hendaknya membuat persediaan makanan yang sesuai atau tidak terlalu banyak dalam menyediakan makanan yang akan dijual, agar pedagang dapat memperoleh keuntungan.
- 2) Menghimbau kepada instansi yang terkait, khususnya Koperasi Pasar Citra Niaga agar dapat membina para pedagang tersebut dalam mengembangkan usahanya terutama yang berkaitan dengan masalah permodalan. Dengan bantuan tersebut usaha untuk meningkatkan kualitas makanan yang dijual dan pelayanan yang baik terhadap konsumen dapat tercapai.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 1983. *UUD45, P-4, GBHN*. Sekretariat Negara Republik Indonesia, Jakarta.
- Anonim. 1988. *GBHN 1988*. Aneka Ilmu, Semarang.
- Arikunto, Suharsimi. 1989. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Bina Aksara, Jakarta.
- Absauri, Sofjan. 1987. *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep dan Strategi*. Rajawali Pers, Jakarta.
- Hadi, Sutrisno. 1989. *Metode Research*. Jilid I. Hadi Offset, Yogyakarta.
- Kartono, Kartini. 1990. *Pengantar Metodologi Sosial*. Sumber Maju, Bandung.
- Koentjoroningrat. 1990. *Metodologi Penelitian Masyarakat*. Gramedia, Jakarta.
- Mahmud, Syamsuddin. 1986. *Dasar-dasar Ilmu Ekonomi dan Koperasi*. Intermassa, Banda Aceh.
- Nasir, M. 1988. *Metodologi Penelitian*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Panitia Istilah Manajemen Lembaga Pendidikan dan Pembinaan Manajemen. 1993. *Kamus Istilah Manajemen*. Balai Aksara, Jakarta.
- Poerwadaminta. 1983. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka, Jakarta.
- Sudijono, Anas. 1987. *Pengantar Statistik Pendidikan*. Rajawali, Jakarta.
- Surakhmad, Winarno. 1981. *Pengantar Penelitian Ilmiah*. Tarsito, Bandung.
- Swastha, B dan Irawan. 1987. *Manajemen Pemasaran, Analisa dan Perilaku Konsumen*. Liberty, Yogyakarta.
- Tim Penyusun Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Depdikbud, Jakarta.
- Winardi. 1980. *Azas-azas Marketing*. Alumni, Bandung.