

**PENGARUH FAKTOR LINGKUNGAN
TERHADAP KEPUTUSAN PENGAMBILAN MODAL
PADA LEMBAGA KREDIT INFORMAL
(Studi Pada Pedagang Kaki Lima Di Pasar Singosari Malang)**

SKRIPSI

Oleh

IVA ROHMAWATI

NIM. 02220004



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MALANG
2008**

**PENGARUH FAKTOR LINGKUNGAN
TERHADAP KEPUTUSAN PENGAMBILAN MODAL
PADA LEMBAGA KREDIT INFORMAL
(Studi Pada Pedagang Kaki Lima Di Pasar Singosari Malang)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada :
Universitas Islam Negeri (UIN) Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Oleh

IVA ROHMAWATI
NIM. 02220004



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MALANG
2008**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH FAKTOR LINGKUNGAN
TERHADAP KEPUTUSAN PENGAMBILAN MODAL
PADA LEMBAGA KREDIT INFORMAL
(Studi Pada Pedagang Kaki Lima Di Pasar Singosari Malang)**

S K R I P S I

oleh

IVA ROHMAWATI
NIM. 02220004

Telah Disetujui 25 Juli 2008
Dosen Pembimbing,

Indah Yuliana SE., MM
NIP. 150327250

Mengetahui :
Dekan,

Drs. HA. MUHTADI RIDWAN, MA
NIP. 150231828

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH FAKTOR LINGKUNGAN
TERHADAP KEPUTUSAN PENGAMBILAN MODAL
PADA LEMBAGA KREDIT INFORMAL
(Studi Pada Pedagang Kaki Lima Di Pasar Singosari Malang)**

SKRIPSI

Oleh

IVA ROHMAWATI

NIM : 02220004

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada 4 Agustus 2007

Susunan Dewan Penguji	Tanda Tangan
1. Ketua <u>Drs. HA. Muhtadi Ridwan, MA</u> NIP. 150231828	: ()
2. Sekretaris / Pembimbing <u>Indah Yuliana, SE,MM.</u> NIP. 150327250	: ()
3. Penguji Utama <u>Umrotul Khasanah, S.Ag., M.Si.</u> NIP. 150287782	: ()

Disahkan Oleh:
Dekan,

Drs. HA. MUHTADI RIDWAN, MA
NIP. 150231828

Persembahan

Karya ini saya persembahkan kepada orang-orang yang sangat berarti bagi penulis

- *Suami tercintaku, terima kasih atas ketulusan jiwa, bening cinta, dan sucinya doa untukku.*
- *Abah dan Umi, terima kasih atas doa, kasih-sayang, perhatian dan pengertiannya pada ananda serta maafkanlah bila ananda belum bisa membalas budi baik yang telah kalian berikan pada ananda.*
- *Anandaku Muhammad Qodry Azizi Al-dhifaqy semoga menjadi anak sholeh, qurrata a'yun dan bermanfaat bagi nusa, bangsa, dan agama.*
- *Keluarga Besar Al-Hikmah, mas uul dan mbak Ummu, Mas Zaki dan mbak Ninuk, terima kasih banyak atas doa, dukungan, semangat dan motivasi untuk segera menyelesaikan skripsi ini.*

Semoga Allah SWT Senantiasa Melimpahkan Rahmat, Maghfiroh, dan Inayah-Nya, menjernihkan hati kita, dan menyelamatkan kita beserta keturunan kita dari fitnah akhirat. Amin

MOTTO



Hai manusia, ingatlah akan nikmat Allah kepadamu. Adakah Pencipta selain Allah yang dapat memberikan rezki kepada kamu dari langit dan bumi ? tidak ada Tuhan selain Dia. (Al-Fathir : 3)

Visi kaya adalah sebuah harapan, cita-cita, dan prediksi luhur apabila dikaitkan dengan langkah mencari ridha Allah dan mengoptimalkan diri sebagai khalifah di muka bumi ini. (Aa Gym)

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT, karena hanya atas segala rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini dapat diselesaikan, hingga tersusun sebuah skripsi dengan judul, "Pengaruh Faktor Lingkungan Terhadap Keputusan Pengambilan Modal Pada Lembaga Kredit Informal (Studi Pada Pedagang Kaki Lima Di Pasar Singosari Malang)". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Malang.

Atas terselesaikan skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga kepada:

1. Prof Dr. H. Imam Suprayogo selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Malang
2. Drs. H. A. Muhtadi Ridwan, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Malang
3. Dosen pembimbing skripsi Ibu Indah Yuliana Se., MM. atas segala masukan dan kesabaran beliau dalam membimbing sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Malang yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama di bangku kuliah.
5. Seluruh karyawan dan staf Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Malang

6. Kedua orang tua, Bpk. H. Abdul Rochman dan Ibu Hj. Fatimah yang telah membesarkan dengan kasih sayang dan kesabaran yang tiada batas. Terima kasih pula atas ilmu terapan bisnis sehingga ananda dapat menjalankan usaha yang insya Allah penuh barokah.
7. Suamiku tercinta, Diki Junindra terima kasih atas perhatian dan kasih sayangnya selama ini, semoga kita tetap berjodoh hingga di surga nanti.
8. Anandaku tercinta M. Qodri Azizy Al-dhifaqy, terima kasih atas canda tawa dan kecerdasanmu yang membuat bundamu bangga, semoga menjadi anak yang penuh barokah dan manfaat.
9. Semua kakak-kakakku Mas Fatkhullah dan mbak Ummu, mas Zaki dan mbak Linukplik terima kasih atas doa, dukungan, motivasi dan wejangan yang diberikan sehingga penulis dapat termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Pak Tukijan selaku ketua paguyuban pedagang kaki lima beserta para pedagang kaki lima yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kueioner penelitian
11. Mbak Nurul Qomariah, Mbak Laila Fitriani, Mbak Dian, terima kasih banyak atas bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga persaudaraan kita tetap langgeng
12. Seluruh teman-teman angkatan 2002 Laili Athifah, Risma Nur Arifah, Nurul Basyiroh, Diah Retno, Niri Syamilia, Mahlatin, dan

Siva terima kasih atas hari-hari yang indah bersama kalian,
kenangan itu tak akan kulupakan

13. Dan semua pihak yang telah mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini namun tak bisa disebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini, maka dari itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak.

Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak pada umumnya dan bagi penulis sendiri pada khususnya.

Malang, 25 Juli 2008

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	ii
Lembar Persetujuan.....	iii
Lembar Pengesahan.....	iv
Lembar Persembahan.....	v
Motto.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi.....	x
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Tabel.....	xiv
Daftar Lampiran.....	xv
Abstrak.....	xvi

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Batasan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	7

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Empiris Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu.....	9
B. Kajian Teoritis.....	14
1. Konsep Pemasaran.....	14
2. Perilaku Konsumen.....	15
a. Pengertian Perilaku Konsumen.....	15
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	16
c. Proses Pengambilan Keputusan.....	23
d. Tinjauan Perilaku Konsumen dalam Islam.....	25
3. Pedagang Kaki Lima.....	30
a. Pengertian Pedagang Kaki Lima.....	30
b. Keunggulan Pedagang Kaki Lima.....	32
c. Kunci Sukses Bisnis Kaki Lima.....	32
4. Tinjauan Wirausaha Dalam Islam.....	36
a. Pengertian tentang Wirausaha.....	36
b. Unsur Wirausaha.....	37
c. Modal dan Kerja Lebih.....	40
d. Langkah Mewujudkan Karya.....	41
e. Kreatifitas.....	42
5. Tinjauan Umum Tentang Modal Usaha.....	43

a.	Pengertian tentang Modal	43
b.	Pendekatan tentang Modal.....	45
c.	Sumber Modal	45
d.	Tinjauan Modal Secara Islami	47
6.	Perkreditan	49
a.	Pengertian Kredit	49
b.	Lembaga-Lembaga Kredit	50
c.	Unsur-Unsur Kredit.....	53
d.	Tujuan dan Fungsi Kredit.....	54
e.	Tinjauan Kredit Dalam Islam	55
f.	Etika Mengambil Pembiayaan Secara Syariah.....	56
g.	Bisnis dan Usaha yang Dibiayai	58
C.	Kerangka Berfikir	59
D.	Hipotesis	60
BAB III	: METODE PENELITIAN.....	61
A.	Lokasi Penelitian.....	61
B.	Jenis dan Pendekatan Penelitian	61
C.	Populasi dan Sampel.....	61
1.	Populasi.....	61
2.	Sampel	62
D.	Teknik Pengambilan Sampel	62
E.	Data dan Sumber Data.....	63
F.	Metode Pengumpulan Data	63
1.	Observasi.....	63
2.	Kuesioner	64
3.	Wawancara	64
4.	Dokumentasi	64
G.	Definisi Operasional Variabel.....	65
H.	Identifikasi Variabel	67
I.	Skala Pengukuran	71
J.	Model Analisis Data.....	72
1.	Uji Validitas dan reliabilitas	72
2.	Uji Regresi Linier Berganda	74
3.	Uji Hipotesis	75
BAB IV	: PAPARAN DAN PEMBAHASAN DATA HASIL PENELITIAN	
A.	Gambaran Data Hasil Penelitian.....	78
1.	Gambaran Umum Pedagang Kaki Lima	78
2.	Paguyuban Pedagang Kaki Lima	80
B.	Paparan Data Hasil Penelitian.....	84
1.	Karakteristik Responden	84
2.	Tanggapan Responden.....	88

C. Intepretasi Data.....	96
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	96
2. Uji Regresi Linier Berganda	98
3. Uji Determinasi	101
4. Uji F (Simultan)	102
5. Uji t (Parsial)	103
6. Uji Variabel Dominan.....	106
D. Pembahasan Hasil Analisis Data.....	107

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	119
B. Saran	120

Daftar Pustaka

Lampiran

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Pengaruh-Pengaruh Terhadap Pengambilan Keputusan	17
Gambar 2.2 : Perspektif Pemecahan Masalah	25
Gambar 2.3 : Kerangka Berfikir	56
Gambar 4.1 : Bagan Organisasi Paguyuban PKL	79

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Penelitian-Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.1 : Definisi Operasional	66
Tabel 4.1 : Jumlah responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	82
Tabel 4.2 : Jumlah responden Berdasarkan Agama	82
Tabel 4.3 : Jumlah responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	82
Tabel 4.4 : Jumlah responden Berdasarkan Pendapatan	83
Tabel 4.5 : Jumlah responden Berdasarkan Barang Dagangan	83
Tabel 4.6 : Tanggapan Reponden Pada Item-Item Variabel X185 (Budaya)	85
Tabel 4.7 : Tanggapan Reponden Pada Item-Item Variabel X288 (Kelas Sosial).....	86
Tabel 4.8 : Tanggapan Reponden Pada Item-Item Variabel X3 (Pengaruh Pribadi).....	88
Tabel 4.9 : Tanggapan Reponden Pada Item-Item Variabel X4 (Keluarga).....	89
Tabel 4.10 : Tanggapan Reponden Pada Item-Item Variabel X5 (Situasi).....	90
Tabel 4.11 : Tanggapan Reponden Pada Item-Item Variabel Y (Keputusan Pengambilan)	92
Tabel 4.12 : Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X1 (Budaya).....	94
Tabel 4.13 : Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X2 (Kelas Sosial)	94
Tabel 4.14 : Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X3 (Pengaruh Pribadi).....	94
Tabel 4.15 : Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X4 (Keluarga)	94
Tabel 4.16 : Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X5 (Situasi)	94
Tabel 4.17 : Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Y (Keputusan Pengambilan)	95
Tabel 4.18 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	96
Tabel 4.19 : Hasil Uji Variabel Dominan.....	103

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Out put Kuesioner
- Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas Item Variabel X1
- Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas Item Variabel X2
- Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas Item Variabel X3
- Lampiran 6 : Hasil Uji Validitas Item Variabel X4
- Lampiran 7 : Hasil Uji Validitas Item Variabel X5
- Lampiran 8 : Hasil Uji Validitas Item Variabel Y
- Lampiran 9 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda
- Lampiran 10 : Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Responden X1
- Lampiran 11 : Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Responden X2
- Lampiran 12 : Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Responden X3
- Lampiran 13 : Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Responden X4
- Lampiran 14 : Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Responden X5
- Lampiran 15 : Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Y
- Lampiran 16 : Tabel F
- Lampiran 17 : Tabel t

ABSTRAK

Iva Rohmawati, 2008 SKRIPSI. Judul : "Pengaruh Faktor Lingkungan Terhadap Keputusan Pengambilan Modal Pada Lembaga Kredit Informal (Studi Pada Pedagang Kaki Lima Di Pasar Singosari Malang)"

Pembimbing : Indah Yuliana SE., MM.

Kata Kunci : Faktor Lingkungan, Keputusan Pengambilan Modal, Pedagang Kaki Lima, Lembaga Keuangan Informal (Pelepas Uang)

Wirausaha merupakan salah satu cara menciptakan lapangan pekerjaan guna mengurangi pengangguran. Wirausaha yang berskala kecil salah satunya dengan menjadi pedagang kaki lima. Pedagang kaki lima merupakan salah satu usaha informal yang paling mudah dilakukan dan tidak membutuhkan modal besar. Sekalipun demikian dalam memulai suatu usaha tetap membutuhkan modal kerja, begitu pula menjadi pedagang kaki lima yang notabene dilakukan oleh orang golongan ekonomi lemah, sekalipun modal yang dibutuhkan relatif kecil tapi bagi pedagang kaki lima merupakan hal yang cukup sulit untuk mendapatkan modal kerja. Keputusan pengambilan modal oleh pedagang kaki lima di lembaga keuangan baik formal maupun informal tidak

terlepas oleh faktor lingkungan yang dalam penelitian ini menggunakan teori Prilaku konsumen Engel (1992) yang meliputi variabel budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga, dan situasi.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh faktor lingkungan terhadap keputusan pengambilan modal di lembaga kredit informal (pelepas uang) baik secara simultan maupun parsial serta untuk mengetahui variabel yang dominan terhadap keputusan pengambilan modal. Teknik analisis data yang digunakan yakni uji validitas dan reliabilitas, uji regresi linier berganda. Kemudian model regresi tersebut dilakukan pengujian hipotesis yakni secara simultan (Uji F), secara parsial (Uji T), dan variabel yang dominan.

Dari hasil analisis secara simultan dengan *level of significant* 5% variabel faktor lingkungan mempengaruhi secara signifikan terhadap keputusan pengambilan modal. Variabel faktor lingkungan dalam penelitian ini mampu menjelaskan pengaruh faktor lingkungan sebesar 15,5% dan sisanya sebesar 84,5% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model. Adapun variabel yang dominan mempengaruhi keputusan pengambilan modal di lembaga kredit informal adalah variabel situasi. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien beta sebesar 0,487.

ABSTRACT

Rohmawati, Iva. 2008. Thesis. Title: **“The Effect of Environment Factor to Capital Withdrawal Decision at Informal Credit Institution (Study on Street Seller in Singosari Market of Malang)”**

Counselor : Indah Yuliana, SE. MM.

Key words: Environment factor, capital withdrawal decision, street seller, and informal financial institution (money releaser)

Entrepreneurship is one of the way to create a work and also to do subtrack jobless. Small scale entrepreneurship is one of become street seller. A street seller is one of business informal that easier to do and didn't need a big capital, although to begin a business need of business capital fixed, so do street seller that usually to do weak economy group, although capital using a small sufficient but for street seller is a difficult to get business capital. Capital withdrawal decision by street seller in financial institution both formal and informal is not free from environment that in this thesis use behaviour consumer by Engel Teory (1992) that includes cultural variabel, social class, and private, family and situation influences.

The purpose of this research is to explain the effect of environment factor on capital withdrawal decision in informal credit institution (money releaser) both partially and simultaneously, and also to know the dominant variable on capital withdrawal decision. Data analysis techniques used are validity and reliability test, multiple linear regression tests. Further, it is conducted hypothesis test that includes simultan test (F-test), partially (T-test) and the dominant variable.

From the analysis result, simultaneously in significance level of 5%, variabel of environment factor have significant effect on capital withdrawal decision. Variable of environment factor in this research is able to explain the effect of environment factor of 15.5% and its remains of 84.5% is effected by another factor beyond the model. While, the variable effecting capital withdrawal decision dominantly in informal credit institution is situation variable. It is shown by beta-coefficient value of 0.487.

المستخلص

عيفا رحماواتي، 2008. البحث الجامعي. الموضوع: أثر عامل البيئة على قرار طلب رأس المال في مؤسسات الاعتماتن غير رسمية (دراسة على التجار الصغار في سوق سيغاساري مالانج)"
المشرفة: اينداه يوليانا الماجستير

الكلمة الرئيسية: عامل البيئة، قرار طلب رأس المال، تجار الصغار ، مؤسسة الاعتماتن غير رسمية (مُرَابِ)

محاول النفس هو إحدى طريقة التي تخلق ميدان العمل لينقص العاطل. ومحاول النفس الذي يملك مقياس صغير وهو أن يكون تجار الصغار . تجار الصغار هو أحد عمل غير رسمي أسهل من عمل الآخر في عمله ولا يحتاج إلى رأس المال كثير. ولو يبدأ عمل يحتاج إلى رأس المال بثابت، وكذلك أن يكون تجار الصغار الذي يعمل من فرقة إقتصادية ضعيفة، ولو يحتاج إلى رأس المال صغير بل للتجار الصغار هو كفاءة الحال الصعب ليحتصل رأس المال. تقرير مأخذ رأس المال لل تجار الصغار في مؤسسة الاعتماتن رسمية وغير رسمية لا يفصل بالعامل البيئة الذي يستعمل في هذا البحث بالنظر أخلاق المستهلك انكيل (1992) الذي يتكون من عامل الثقافة، فصل الإجتماعي، مؤثر النفس، الأسرة، وحال.

يهدف هذا البحث لبيّن مؤثر عامل البيئة على قرار طلب رأس المال في مؤسسة الاعتماتن غير رسمية (مُرَابِ) بالمتواقف والفرانسيال مع ليعرف أعظم العامل على قرار طلب رأس المال. تقنية تحليلية بيانة التي تستعمل يعنى تجربة صحة وتجربة تعقيدة وتجربة إرتداد قطعي ضاعف. ثم ذلك الطرز الإرتداد يعمل تجربة فرضية يعنى بمتواقف (تجربة F)، وبفرانسيال (تجربة T) وأعظم العامل. من إنتاج التحليل بمتواقف بالمرحلة ذومعنى 5% عامل البيئة يؤثر بذومعنى على قرار طلب رأس المال. وعامل البيئة في هذا البحث يستطيع أن بيّن مؤثر عامل البيئة في 15,5% وبقيته 84,5% يؤثر بعامل الآخر في خارج الطرز. أما أعظم العامل الذي يؤثر قرار طلب رأس المال في مؤسسة الاعتماتن غير رسمية هو عامل الحال. يدل هذا الحال بقيمة مؤثرة بيتا 0,487.

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Iva Rohmawati
NIM : 02220004
Alamat : Jl. Rogonoto 395 Singosari Malang

Menyatakan bahwa "**Skripsi**" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Malang, dengan judul:

**PENGARUH FAKTOR LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN
PENGAMBILAN MODAL PADA LEMBAGA KREDIT INFORMAL
(Studi Pada Pedagang Kaki Lima Di Pasar Singosari Malang)**

adalah hasil karya saya sendiri, bukan "**duplikasi**" dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada "**klaim**" dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab dosen pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 25 Juli 2008
Hormat saya,

Iva Rohmawati
NIM: 02220004

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Iva Rohmawati
NIM : 02220004
Alamat : Jl. Rogonoto 395 Singosari Malang

Menyatakan bahwa saya sebagai seorang muslimah berbusana sesuai dengan keyakinan saya yaitu dengan menutup aurat kepala (jilbab).

Karena itu saya tidak bersedia difoto tanpa menggunakan penutup kepala, dan bila dibelakang hari terdapat masalah yang berkaitan dengan hal ini, maka saya akan menanggung segala resiko yang terjadi tanpa melibatkan pihak universitas.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dalam keadaan sadar dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 25 Juli 2008
Hormat saya,

Iva Rohmawati

NIM:02220004

DEPARTEMEN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MALANG
Jl. Gajayana 50 Malang Telp. (0341) 551354 Fax. (0341) 572533

BUKTI KARTU BIMBINGAN

Nama : Iva Rohmawati
NIM : 02220004
Minat : Pemasaran
Judul : Pengaruh Faktor Lingkungan Terhadap Keputusan
Pengambilan Modal Pada Lembaga Kredit Informal
(Studi Pada Pedagang Kaki Lima Di Pasar Singosari Malang)

No	Tanggal	Keterangan	Tanda Tangan
1.	25 Maret 2008	Pengajuan Proposal	1.
2.	8 April 2008	Revisi Proposal	2.
3.	13 Mei 2008	ACC Proposal Bab I,II,III	3.
4.	9 Juni 2008	Bab I, II, III	4.
5.	6 Juni 2008	ACC Bab I, II, III	5.
6.	21 Juni 2008	Bab IV, V	6.
7.	22 Juli 2008	Revisi Bab IV, V	7.
8.	24 Juli 2008	ACC Bab IV, V	8.
9.	24 Juli 2008	ACC Bab I, II, III, IV, V	9.

Mengetahui :
Dekan,

Drs. H. A. Muhtadi Ridwan, MA
NIP. 150231828

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di dalam upaya mewujudkan masyarakat yang sejahtera, adil dan makmur baik materil maupun spiritual, pemerintah telah melakukan berbagai usaha pembangunan di berbagai bidang. Dari tahun ke tahun kegiatan pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah ataupun swasta telah membuahkan hasil yang menggembirakan yang ditandai dengan peningkatan kesejahteraan hidup. Namun, peningkatan kesejahteraan hidup tersebut belum dirasakan oleh seluruh masyarakat Indonesia. Hal itu tercermin pada bulan Maret 2006 jumlah penduduk Indonesia yang masih berada di bawah garis kemiskinan sebesar 39, 05 juta (17,75 %), dibanding pada bulan Februari 2005 yang jumlahnya 35, 10 juta (15, 97 %). Berarti jumlah penduduk miskin meningkat 3,95 juta. (Data Survei Sosial ekonomi Nasional Panel Februari 2005 dan Maret 2006).

Penduduk yang miskin pada umumnya banyak terdapat di perkotaan maupun di pedesaan di seluruh Indonesia. Kemiskinan tersebut ditandai oleh ketidak bekerja seseorang pada usia kerja karena sulitnya mendapatkan pekerjaan atau karena pemutusan

hubungan kerja, sehingga setiap tahun jumlah pengangguran kian menumpuk.

Pengangguran dapat diatasi dengan menempatkan penganggur pada lapangan pekerjaan. Penciptaan lapangan kerja baru sebenarnya telah dilakukan oleh pemerintah dan swasta. Namun jumlah lapangan kerja yang diciptakan tersebut masih relatif kecil jika dibandingkan dengan jumlah pengangguran yang ada.

Usaha wiraswasta merupakan salah satu cara dalam mengentaskan pengangguran. Wiraswasta tidak hanya berskala besar, yang berskala kecilpun sangat diperlukan kehadirannya. Mereka dapat saling menunjang dengan wiraswasta yang berskala menengah maupun yang berskala besar (Sudradjad, 2000:11). Salah satu wiraswasta yang berskala kecil adalah pedagang kaki lima. Pedagang kaki lima merupakan salah satu penciptaan lapangan pekerjaan, baik untuk dirinya sendiri ataupun untuk orang lain.

Dalam berwirausaha terdapat dua modal yang harus dipenuhi yaitu Modal Non Fisik yang berupa berani bermimpi, berani mencoba, berani untuk gagal dan berani untuk sukses. Dan yang kedua adalah Modal Fisik yakni modal yang berupa uang. Kedua modal ini sangat saling melengkapi (Royan, 2004: 24).

Sedangkan, secara umum modal fisik bisa diambil dari lembaga keuangan baik Lembaga Keuangan Bank ataupun Lembaga Keuangan

Bukan Bank. Tetapi ada juga modal yang bisa diambil dari Lembaga Kredit Formal seperti BRI, Bukopin, Danamon, dan Koperasi Kredit. ataupun Lembaga Kredit Informal seperti tukang kredit keliling, pelepas uang informal (rentenir) dan ijon (Wijaya dan Soetatwo, 1991:409-414).

Modal, baik fisik ataupun non fisik sangat dibutuhkan dalam sebuah usaha, begitupula sebagai pedagang kaki lima, dalam merintis ataupun mengembangkan usahanya, pedagang kaki lima sangat membutuhkan modal usaha. Berbagai faktor yang mempengaruhi pedagang kaki lima dalam pengambilan modal pada pelepas uang. Diantaranya faktor lingkungan, perbedaan individu, dan faktor proses psikologi.

Faktor lingkungan yang meliputi budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, pengaruh keluarga, dan situasi pembelian merupakan faktor dalam pengambilan keputusan yang sangat mendasar dan dipertimbangkan oleh konsumen. Selain itu, faktor lingkungan merupakan faktor pembentuk dan penghambat dalam pengambilan keputusan (Budiyanto 1994:63).

Kebutuhan akan modal usaha guna menjalankan ataupun mengembangkan usaha adalah salah satu faktor utama dalam suatu usaha. Begitu pula menjadi seorang pedagang, persaingan di pasar membuat para pedagang lebih giat untuk mencari tambahan modal

untuk memperbaiki usahanya. Banyaknya pemodal formal yang memberikan modal dengan bunga yang cukup ringan, namun kesulitan dalam proses peminjaman membuat para pedagang lebih tertarik pada pemodal informal seperti pelepas uang (rentenir). Hal ini dikarenakan pemodal informal tampak mempermudah dengan cara cepat dan mudah meskipun dalam prosesnya justru mencekik leher.

Pengambilan modal di pelepas uang (rentenir) telah membudaya di pedagang kecil seperti pedagang kaki lima. Disatu sisi, hal ini dikarenakan kondisi pedagang untuk membutuhkan dana cepat tanpa disertai persyaratan yang rumit seperti jaminan sertifikat atau Bukti Pemilikan Kendaraan Bermotor (BPKB) dan sebagainya. Sedangkan disisi lain, pemahaman agama masing-masing individu masih sangat minim dilingkungan pedagang kaki lima.

Peran pemerintah dalam memberikan modal bagi pedagang kecil telah diwujudkan, dengan persyaratan yang mudah dan bunga yang kecil. Namun biaya administrasi yang diambil ketika modal diterima cukup besar yakni sekitar 20%, membuat pedagang lebih tertarik untuk mengambil modal di pelepas uang (rentenir). Padahal jual beli tingkat menengah kebawah adalah salah satu wirausaha dalam mengentaskan kemiskinan.

Keputusan pengambilan modal oleh pedagang kaki lima di pasar Singosari tidak terlepas oleh pengaruh dari rekan kerja, dan keluarga.

Tingginya tingkat kebutuhan hidup baik secara pribadi ataupun keluarga menimbulkan dampak yang positif dalam membangun etos kerja. Pengambilan modal untuk mengembangkan usahanya adalah salah satu upaya agar pendapatan semakin meningkat. Tetapi, tanpa didasari dengan pengetahuan akan sumber modal yang baik, maka pedagang akan semakin terlibat dalam hutang yang dalam perputarannya justru tidak dipergunakan untuk kepentingan usaha. Hal ini pasti akan menyebabkan kesulitan di kemudian hari.

Dengan adanya faktor lingkungan yang mempengaruhi sebuah keputusan pembelian dalam hal ini keputusan pengambilan modal, maka konsumen akan memiliki persepsi sendiri dalam menentukan keputusan pengambilan modal di lembaga kredit informal (pelepas uang) mana yang akan dipilih sebagai tempat untuk pengambilan modal. Dengan pertimbangan hal-hal tersebut, maka penulis mengambil judul penelitian : *“Pengaruh Faktor Lingkungan Terhadap Keputusan Pengambilan Modal Pada Lembaga Kredit Informal, (Studi Pada Pedagang Kaki Lima Di Pasar Singosari Malang)”*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka identifikasi masalah yang diperoleh adalah sebagai berikut :

1. Apakah faktor lingkungan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pengambilan modal pada lembaga kredit informal di pasar Singosari Malang?
2. Faktor lingkungan manakah secara dominan berpengaruh terhadap keputusan pengambilan modal pada lembaga kredit informal di pasar Singosari Malang ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui faktor lingkungan berpengaruh simultan terhadap keputusan pengambilan modal pada lembaga kredit informal di pasar Singosari Malang.
2. Untuk mengetahui faktor lingkungan yang dominan berpengaruh terhadap keputusan pengambilan modal pada lembaga kredit informal di pasar Singosari Malang.

D. Batasan Penelitian

Agar pembahasan penelitian ini tidak bias, maka perlu diadakan batasan sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini, peneliti hanya meneliti para pedagang kaki lima di pasar Singosari Malang.
2. Teori yang dipakai untuk menentukan hasil dari penelitian adalah teori James F. Engel dkk (1992) dalam Budiyanto (1994). Yaitu, faktor-faktor yang dipertimbangkan perilaku konsumen adalah faktor lingkungan, faktor psikologi, dan perbedaan individu
3. Variabel perilaku konsumen dalam penelitian ini adalah faktor lingkungan yang berupa budaya, kelas sosial, pengaruh individu, pengaruh keluarga, dan situasi. Faktor lingkungan ini diteliti karena hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa sub variabel faktor lingkungan yang meliputi kelas sosial yaitu pendapatan merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan dalam pengambilan kredit. Faktor lingkungan juga membentuk dan menghambat individu dalam pengambilan keputusan konsumen.
4. Pada penelitian ini hanya menyoroti lembaga kredit informal yang tertuju pada pelepas uang (rentenir).

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan dan kajian ilmu serta bisa membandingkan teori yang telah didapatkan di bangku kuliah dengan kenyataan yang ada di lapangan.

2. Bagi Pedagang Kaki lima

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan bagi pedagang kaki lima dalam memilih pemodal yang lebih baik.

3. Bagi Pihak Lain

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam merintis usaha guna mengentaskan pengangguran atau untuk menambah penghasilan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Empiris Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, hasil penelitian terdahulu digunakan untuk membantu mendapatkan gambaran dalam menyusun kerangka pikir mengenai penelitian ini, disamping itu juga dapat mengembangkan wawasan berfikir peneliti.

Penelitian Fajris Zakki Lubis (2005). Penelitian ini ingin mengetahui perilaku pedagang pasar besar dalam pengambilan kredit kerja baik dipemodal formal ataupun pemodal informal. Dengan menggunakan analisis faktor dan regresi linier berganda, hasil penelitian ini adalah pendapatan, tingkat pendidikan dan fasilitas kredit adalah faktor-faktor yang dipertimbangkan pedagang pasar besar dalam pengambilan kredit. Sedangkan faktor yang dominan yang dipertimbangkan pedagang pasar besar adalah pendapatan.

Penelitian Tina Widyaningtyas (2005). Dari penelitian ini ingin mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pengambilan kredit pada bank oleh pedagang pasar di Dinoyo. Hasil penelitian dengan menggunakan metode Chi Square adalah performa bank dan prosedur pinjaman mempengaruhi dalam pengambilan kredit.

Penelitian Laily Novi Andriani (2005). Membahas tentang pemanfaatan pengambilan kredit dari koperasi simpan pinjam oleh pedagang sayur. dengan menggunakan regresi linier, diketahui faktor yang dipertimbangkan adalah besar kredit.

Penelitian Windhu Anggara Wahyuning Widi (2007). Dari penelitian ini ingin diketahui perilaku anggota dan non anggota KUD yang mempengaruhi pengambilan kredit di KUD Dewi Sri dan KPRI Tut Wuri Handayani. Teknik analisisnya menggunakan analisis regresi linier berganda, yang menghasilkan variabel pendapatan, pendidikan, dan jumlah anggota keluarga berpengaruh dalam pengambilan kredit di KUD Dewi Sri sedangkan di KPRI Tut Wuri Handayani, jumlah keluarga dan sisa hasil usaha berpengaruh dalam pengambilan kredit.

Adapun penjelasan secara terperinci tentang penelitian terdahulu sebagai berikut:

Tabel 2.1.
Penelitian-Penelitian Terdahulu

PENELITI	JUDUL	POPULASI DAN SAMPEL	VARIABEL DAN INDIKATOR	METODE ANALISIS DATA	HASIL
Fajris Zakki Lubis (2005)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertimbangan Dan Keputusan	1.Populasi: semua pedagang pasar besar Malang 2.Sampel : 80 responden	1. Faktor lingkungan a. Kelas sosial ♦ Pendapatan ♦ Pendidikan b. Keluarga ♦ Pengaruh keluarga ♦ Jumlah tanggungan c. Kelompok acuan	1. Analisis faktor 2. Regresi linier berganda	1. Hasil uji validitas dan reliabilitas diketahui semua nilai korelasi dari setiap variabel lebih dari 0,396. 6 variabel yang dipengaruhi pedagang pasar

	Pengambilan Kredit Modal Kerja Para Pedagang Pasar Besar Malang		<ul style="list-style-type: none"> ♦ Tetangga ♦ Relasi kerja d. Pribadi ♦ Keadaan ekonomi 2. Fasilitas kredit <ul style="list-style-type: none"> a. Bunga kredit b. Prosedur kredit c. Jangka waktu kredit d. Besar kredit 		yaitu: besar pendapatan (0,886), pengaruh keluarga (0,707), besar bunga (0,857), besar kredit (0,681), tingkat pendidikan (0,815), dan pengaruh tetangga (0,680) 2. Faktor yang paling berpengaruh adalah faktor lingkungan
Tina Widyaning-tiyas (2005)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pengambilan Kredit Pada Bank Oleh Pedagang Pasar di Pasar Dinoyo	1. Pedagang pasar yang mengambil kredit <ul style="list-style-type: none"> a. Populasi : Pedagang pasar Dinoyo Malang b. Sampel : 55 orang 2. Pedagang pasar yang tidak mengambil kredit <ul style="list-style-type: none"> a. Populasi: 789 orang b. Sampel: 100 orang 	1. Prosedur Pinjaman 2. Performa dan Pelayanan Bank 3. Prospek Usaha	1. Metode Chi Square	1. Pedagang pasar dipengaruhi pelayanan Bank (X^2 hitung 24, 89 lebih besar dari X^2 tabel 3,84) dan Prosedur pinjaman (X^2 hitung 6,5636 lebih besar dari X^2 tabel 3,84) 2. Pedagang pasar yang mengambil kredit di Bank mempertimbangkan performa pelayanan Bank (X^2 hitung 24, 89 lebih besar dari X^2 tabel 3,84) dan Prosedur pinjaman (X^2 hitung 6,5636 lebih besar dari X^2 tabel 3,84)
Laili Novi	Analisis	1. Populasi :	1. Usia	1. Regresi	1. Faktor-faktor yang

Andriani (2005)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Pemanfaatan Kredit dari Koperasi Simpan Pinjam oleh Pedagang Sayur di pasar Setono Betek Kediri	Pedagang sayur pasar Setono Betek Kediri = 201 pedagang pedagang sayur yang kredit KSP yaitu 30 responden dan 20 pedagang sayur yang tidak kredit KSP.	2. Jumlah keluarga 3. Pendapatan 4. Besar kredit 5. Pekerjaan 6. Sistem pembayaran angsuran	linier 2. Pengujian parameter	berpengaruh dalam pengambilan kredit dengan tingkat signifikansi α 20% adalah usia (0,187), pendapatan (0,152), besar kredit (0,078), dan pekerjaan sampingan (0,091). 2. Sedangkan faktor yang paling berpengaruh adalah besar kredit.
Windhu Anggara Wahyu-ning Widi (2007)	Analisis Komparatif Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Kredit Non Program, Antara Anggota KUD Dengan Anggota Non KUD. (Studi di KUD Dewi Sri dan KPRI	1. Kud Dewi Sri a. Populasi : Jumlah Anggota Aktif KUD Dewi Sri 165 Orang b. Sampel : 10% Dari 165 = 17 Orang 2. KPRI Tut Wuri Handayani a. Populasi :	1. Pendapatan 2. Pendidikan 3. Jumlah keluarga 4. Jarak lokasi 5. SHU atau balas jasa	1. Analisis Regresi linier berganda dengan bantuan SPSS	1. Estimasi menurut uji F, KUD Dewi sri dan KPRI Tut wuri handayani semua variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. 2. Menurut uji T, dengan tingkat signifikansi α 20% di KUD dewi sri variabel yang berpengaruh dalam pengambilan kredit adalah pendapatan

	Tut Wuri Handayani di Kab. Tulungagung)	Jumlah Aktif Anggota KPRI Tut Wuri Handaya-ni 381 Orang b.Sampel : 10% dari 381 =38 orang		(0,003), pendidikan (0,004), jumlah anggota keluarga (0,036). Sedangkan di KPRI Tut Wuri Handayani, adalah Jumlah anggota keluarga (0,047) dan SHU (0,000).
--	---	--	--	---

Sumber: Fajris Zakki Lubis (2005), Tina Widyaningtiyas (2005), Laili Novi Andriani (2005), Windhu anggota Wahyuning Widi (2007)

Sedangkan perbedaan dan persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu secara global adalah:

1. Penelitian ini lebih spesifik meneliti faktor lingkungan yang mempengaruhi pedagang dalam pengambilan kredit, sedangkan penelitian yang lainnya pada faktor lingkungan dan prosedur kredit.
2. Pedagang kaki lima adalah subjek dari penelitian ini, sedangkan yang lainnya pada pedagang yang berjualan di pasar dan pada anggota koperasi.
3. Lembaga kredit yang disoroti dalam penelitian ini hanya tertuju pada lembaga kredit informal yang dikhususkan pada pelepas uang (rentenir), sedangkan yang lainnya pada lembaga kredit formal seperti bank dan koperasi.

4. Teori perilaku konsumen menggunakan teori James f. Engel dkk. dalam Budiyanto, sedangkan penelitian lainnya menggunakan teori James F. Engel dalam Amirullah

B. Kajian Teoritis

1. Konsep Pemasaran

Menurut Swasta (2000:6) konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen dan merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan.

Menurut Kotler (2002:9) pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Sedangkan menurut Asosiasi Pemasaran Amerika menawarkan definisi sebagai berikut: (manajemen) pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi, serta penyaluran gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran-sasaran individu dan organisasi (kotler, 2002:9)

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa konsep pemasaran adalah suatu proses bagaimana mengimplementasikan ilmu melalui perencanaan, pemikiran dalam mengembangkan dari masing-masing pemasar dalam menetapkan harga, promosi agar dapat mempengaruhi individu dan kelompok dalam melakukan pertukaran produk barang dan jasa secara bebas.

2. Perilaku Konsumen

a. Pengertian Perilaku Konsumen

Menurut James F. Engel, dkk. (1992) dalam budiyanto (1994:3) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.

Sedangkan menurut Kotler (2000:182) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai tindakan individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, memakai, serta memanfaatkan barang, jasa, gagasan, atau pengalaman dalam rangka memuaskan kebutuhan.

Amirullah (2002:3) juga mendefinisikan perilaku konsumen sebagai tindakan-tindakan nyata individu (konsumen) yang dipengaruhi faktor-faktor kejiwaan (psikologis) dan faktor-faktor

luar lainnya (eksternal) yang mengarahkan mereka untuk memilih dan mempergunakan barang-barang yang diinginkannya.

Berdasarkan definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen memiliki dua elemen penting, yaitu:

- 1) Proses pengambilan keputusan
- 2) Kegiatan fisik yang semuanya melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa ekonomi.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Dalam memahami perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pemilihan produk yang memuaskan kebutuhan mereka adalah dengan memahami karakteristik dan konsumen itu sendiri.

Menurut Kotler (2002:183), faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis.

Menurut Engel (1992) dalam budiyanto (1994:46) faktor-faktor yang mempengaruhi dan membentuk perilaku proses keputusan dapat dibagi menjadi tiga bagian. Masing-masing bagian akan bergerak ke bagian yang sifatnya spesifik. Faktor-faktor yang dimaksud itu meliputi: pengaruh lingkungan, perbedaan individu, dan proses psikologis.

Model yang lengkap terhadap perilaku pengambilan keputusan dan pengaruh-pengaruhnya muncul pada bagan sebagai berikut:

Gambar 2.1
Pandangan Umum Yang Lengkap Terhadap Model Perilaku
Pengambilan Keputusan Konsumen dan Pengaruh-Pengaruh
Terhadapnya

Sumber: Engel dkk.. (1992) dalam Budiyanto (1994:60)

Menurut Peter dan Olson (1999:3) Lingkungan adalah semua karakteristik fisik dan sosial dari dunia eksternal konsumen, termasuk di dalamnya objek fisik dan sosial dari dunia eksternal konsumen, termasuk didalamnya objek fisik, hubungan keruangan, dan perilaku sosial orang lain. Sedangkan menurut Engel dalam Budiyanto (1994:63) Menyatakan bahwa pengaruh lingkungan merupakan salah satu faktor yang paling mendasar yang dapat membentuk dan menghambat individu dalam keputusan konsumsi

mereka, yang mana perilaku proses keputusannya dipengaruhi oleh budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, pengaruh keluarga, dan situasi.

Konsumen hidup di dalam lingkungan yang kompleks, yang mana proses keputusan mereka dipengaruhi oleh :

1) Budaya

Faktor budaya memberikan pengaruh yang sangat kuat terhadap perilaku konsumen dan sangat mendalam, serta dijadikan pertimbangan oleh konsumen untuk mengambil keputusan pembelian. Atau dapat diartikan bahwa kebudayaan adalah determinan paling fundamental dari keinginan dan perilaku seseorang (Engel dalam Budiyanto, 1994:67).

Menurut Swasta dan Irawan (1998:107), budaya adalah simbol dan fakta yang kompleks, yang diciptakan oleh manusia, diturunkan dari generasi kegenerasi sebagai penentu dan pengatur tingkah laku manusia dalam masyarakat yang ada.

Sedangkan menurut Engel 1992 dalam Budiyanto (1994:114), budaya adalah kompleks nilai, gagasan, sikap, dan simbol lain yang bermakna yang melayani manusia untuk berkomunikasi, membuat tafsiran, dan mengevaluasi

sebagai anggota masyarakat. Budaya dan nilai-nilainya diteruskan dari satu generasi ke generasi lain.

Dari definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku manusia ditentukan oleh kebudayaan yang melingkupinya, dan pengaruhnya akan selalu berubah setiap waktu sesuai dengan kemajuan atau perkembangan jaman dari generasi ke generasi lain.

Kekuatan-kekuatan dasar yang membentuk nilai-nilai mencakupi tiga serangkai transfusi budaya dan pengalaman pada awal kehidupan. Yang terdahulu mengacu pada pengaruh lembaga keluarga, agama, dan sekolah. Yang belakangan mengacu pada pengaruh antar generasi, seperti depresi, perang, dan peristiwa besar lain (Engel dalam Budiyanoto, 1994:116).

2) Kelas Sosial

Menurut Engel dalam Budiyanoto (1994:47), kelas sosial adalah pembagian masyarakat yang terdiri dari individu-individu yang berbagai nilai, minat, dan perilaku yang sama.

Sedangkan menurut Kotler (2002:186) memberi pengertian terhadap kelas sosial sebagai pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen, yang tersusun secara

hierarkis dan yang anggotanya menganut nilai-nilai, minat, dan perilaku yang serupa.

Dari pendapat-pendapat diatas, kelas sosial dapat didefinisikan sebagai suatu kelompok yang terdiri dari sejumlah orang yang mempunyai kedudukan yang seimbang dalam masyarakat. Kelas sosial tidak ditentukan oleh faktor tunggal seperti pendapatan tetapi diukur sebagai suatu kombinasi suatu pekerjaan, pendidikan, kekayaan dan variabel lainnya.

3) Pengaruh Pribadi

Pengaruh pribadi menurut Engel (1994:190) adalah orang yang dapat dipercaya yang diacu sebagai pemberi pengaruh, diterima sebagai sumber informasi mengenai pembelian dan pemakaian.

Pengaruh pribadi kerap memainkan peranan penting dalam pengambilan keputusan konsumen, khususnya bila ada tingkat keterlibatan yang tinggi dan resiko yang dirasakan dan produk atau jasa memiliki visibilitas publik. Hal ini diekspresikan baik melalui kelompok acuan (*reference group*) maupun melalui komunikasi lisan.

Kelompok acuan menurut Kotler (2002::184) Kelompok acuan, adalah kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau yang tidak langsung terhadap sikap perilaku

seseorang. Termasuk kelompok primer (bersimuka), kelompok sekunder, dan kelompok aspirasional.

Sedangkan komunikasi lisan adalah pencari informasi secara lisan yang bisa lewat media atau orang yang memberi pengaruh terhadap konsumen (Budiyanto, 1994:187-190).

4) Keluarga

Anggota di dalam keluarga merupakan kelompok yang berpengaruh dalam perilaku pembelian konsumen. Masing-masing individu akan mempunyai hubungan dengan keluarganya, baik itu keluarga yang terbentuk karena ikatan perkawinan, hubungan darah, maupun proses adopsi. Oleh karena itu keputusan membeli seorang individu seringkali dipengaruhi oleh individu lain dalam keluarganya.

Keluarga, adalah acuan primer yang paling berpengaruh. Ada beberapa pengaruh relatif yang harus diselidiki oleh pemasar. Seperti peran istri, anak, suami dalam keluarga (Kotler, 2002:187).

Sedangkan menurut Engel dalam Budiyanto (1994:194) keluarga adalah kelompok yang terdiri dari dua atau lebih hubungan darah, perkawinan, atau adopsi dan tinggal bersama.

Jadi keluarga adalah suatu kelompok yang terdiri dari dua orang atau lebih yang terbentuk oleh ikatan perkawinan, hubungan darah, atau proses adopsi yang merupakan acuan primer yang paling berpengaruh. Istilah keluarga dipergunakan untuk menggambarkan berbagai macam bentuk rumah tangga.

5) Pengaruh Situasi

Pengaruh situasi merupakan pengaruh yang timbul dari faktor yang khusus untuk waktu dan tempat yang spesifik yang lepas dari karakteristik konsumen dan karakteristik objek. (Engel (1992) dalam Budiyanto (1994:233).

Menurut Belk yang dikutip oleh engel dalam Budiyanto (1994:233-234) faktor atau karakteristik situasi dapat didefinisikan sepanjang garis lima karakteristik umum, yang diringkas sebagai berikut:

- a) Lingkungan fisik yaitu sifat nyata yang merupakan situasi konsumen. Ciri ini mencakupi lokasi geografis, dekor, dan konfigurasi yang terlihat dari barang dagangan atau bahan lain yang mengelilingi objek stimulus.
- b) Lingkungan sosial yaitu ada atau tidak adanya orang lain di dalam situasi bersangkutan.

- c) Waktu yaitu sifat sementara dari situasi seperti momen tertentu ketika perilaku terjadi, waktu mungkin pula diukur sehubungan dengan semacam kejadian masa lalu atau masa datang untuk peserta situasi.
- d) Tugas yaitu tujuan atau sasaran tertentu yang dimiliki konsumen di dalam suatu situasi.
- e) Keadaan anteseden yaitu suasana hati sementara (misalnya kecemasan, kesenangan, kegairahan) atau kondisi sementara (misalnya uang kontan yang tersedia) yang dibawa oleh konsumen ke dalam situasi tersebut.

c. Proses Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan menurut Amirullah (2002:61), adalah suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan konsumen merupakan suatu proses dimana konsumen melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif yang diperlukan pertimbangan-pertimbangan tertentu.

Dalam memutuskan membeli atau tidak membeli produk/jasa konsumen harus melalui proses pembelian.

Kotler (1997:204) menyatakan bahwa ada lima tahap yang terdapat dalam proses pembelian yaitu timbulnya kebutuhan, pencarian informasi, pengevaluasian perilaku, pembuatan keputusan untuk membeli, dan perilaku atau perasaan setelah pembelian dilaksanakan.

Sedangkan menurut Engel dkk. (1992) dalam Budiyanto (1994:31-59) konseptualisasi John Dewey mengenai perilaku proses keputusan sebagai pemecahan masalah sangat berpengaruh. Dengan pemecahan masalah yang mengacu pada tindakan bijaksana dan bernalar yang dijalankan untuk menghasilkan pemenuhan kebutuhan.

Perspektif pemecahan masalah pun mencakupi semua jenis perilaku pemenuhan kebutuhan dan jajaran luas dari faktor yang memotivasi dan mempengaruhi. Berikut langkah-langkah dalam keputusan konsumen:

- 1) Pengenalan kebutuhan, yaitu konsumen mempersepsikan perbedaan antara keadaan yang diinginkan dan situasi aktual yang memadai untuk membangkitkan dan mengaktifkan proses keputusan.
- 2) Pencarian informasi, yaitu konsumen mencari informasi yang disimpan di dalam ingatan (pencarian internal) atau

mendapatkan informasi yang relevan dengan keputusan dari lingkungan (pencarian eksternal).

- 3) Evaluasi alternatif, yaitu konsumen mengevaluasi pilihan berkenaan dengan manfaat yang diharapkan dan menyempitkan pilihan hingga alternatif yang dipilih.
- 4) Pembelian, yaitu konsumen memperoleh alternatif yang dipilih atau pengganti yang dapat diterima bila perlu.
- 5) Hasil, yaitu konsumen mengevaluasi apakah alternatif yang dipilih memenuhi kebutuhan dan harapan segera sesudah digunakan.

Langkah-langkah

proses pengambilan keputusan dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.2
Perspektif Pemecahan Masalah Mengenai Lima Langkah
dalam Pengambilan Keputusan Konsumen

Sumber: Engel. (1994:56)

Setelah melalui tahap-tahap yang telah diuraikan diatas, maka pembeli atau calon pembeli akan mengambil keputusan apakah ia akan membeli atau tidak.

d. Tinjauan Perilaku Konsumen dalam Islam

Islam mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Demikian pula dalam masalah konsumsi, islam mengatur bagaimana manusia bisa melakukan kegiatan-kegiatan konsumsi yang membawa manusia berguna bagi kemaslahatan hidupnya. Islam telah mengatur jalan hidup manusia lewa al-qur'an dan al-hadits, supaya manusia dijauhkan dari sifat yang hina karena perilaku konsumsinya. Perilaku konsumsi yang sesuai dengan ketentuan allah dan rasulNya dapat menjamin kehidupan manusia yang lebih sejahtera. (Susarsono, 2003:168-187)

Seorang muslim memperhatikan teknis menyelenggarakan konsumsi yang berpedoman pada nilai-nilai islam. Oleh karena itu, seorang muslim dilarang semata-mata menggunakan hawa nafsunya dalam berkonsumsi. Perilaku konsumsi seorang muslim didasai oleh kesadaran bahwa ia dalam memenuhi kebutuhannya tidak bisa dilakukan sendiri. Kesadaran akan

perlunya peran orang lain dalam memenuhi kehidupannya mendorong seorang muslim untuk bersifat *tawadhu'*.

Islam mendorong setiap muslim untuk berusaha memperoleh kekayaan dan tidak melarang perangkat-perangkat usaha untuk mendapatkan dan mengembangkan hartanya. Bukan hanya itu, bahkan islam juga mengharuskan agar setiap muslim mengelola kekayaannya dengan baik serta tidak menghambur-hamburkan demi kepentingan-kepentingan yang tidak bermanfaat. Beberapa perilaku muslim dalam mengelola harta hasil kerja dengan cara:

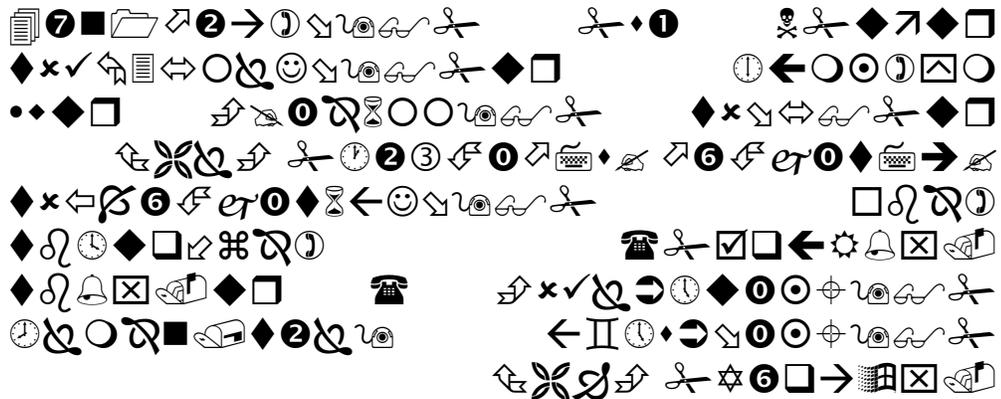
1) Menggunakan Harta Secukupnya

Belanja dan konsumsi adalah tindakan yang mendorong masyarakat berproduksi hingga terpenuhi segala kebutuhan hidupnya. Jika tidak ada manusia yang menjadi konsumen, dan jika daya beli masyarakat berkurang karena sifat kikir yang melampaui batas, maka cepat atau lambat roda produksi niscaya akan terhenti dan selanjutnya perkembangan bangsapun akan terhambat.

Memiliki harta untuk disimpan, diperbanyak, lalu dihitung hitung adalah tindakan yang dilarang. Ia merupakan penyimpangan petunjuk tuhan dan

hamburkan uang tanpa ada kemaslahatan atau tanpa mendapatkan ganjaran pahala (Qardawi, 1997: 155).

Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Al-Israa': 26-27.

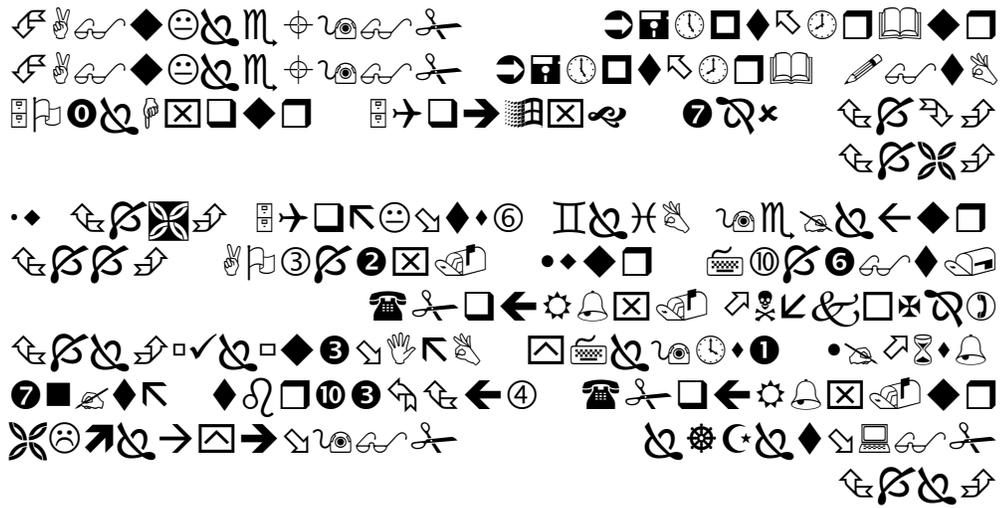


Artinya:

“Dan herankanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah Saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya. (QS. Al-Israa': 26-27)

3) Tidak Hidup Mewah

Sebagaimana Islam melarang sikap boros dan hidup mubadzir, Islam juga memerangi hidup mewah dan kemewahan. Kemewahan yang dimaksud adalah tenggelam dalam kenikmatan dan hidup berlebih-lebihan dengan berbagai sarana yang menyenangkan (Qardhawi, 1997: 244). Kemewahan adalah sikap utama penduduk neraka. Dan hal ini telah tercantum dalam surat al-Waqi'ah, ayat 41-46.



Artinya:

“Dan golongan kiri, siapakah golongan kiri itu? Dalam siksaan, angin yang amat panas, dan air panas yang mendidih, Dan dalam naungan asap yang hitam. Tidak sejuk dan tidak menyenangkan. Sesungguhnya mereka sebelum itu hidup bermewahan. Dan mereka terus-menerus mengerjakan dosa besar” (QS. A1-Waaqi’ah: 41-46).

Dari penjelasan di

atas maka dapatlah kita simpulkan bahwa Islam telah mewajibkan kepada pemilik harta untuk senantiasa menggunakan atau menafkahkan harta dengan secukupnya untuk memenuhi kebutuhan dirinya, keluarganya maupun digunakan untuk menafkakhkannya di jalan Allah SWT dan selama dalam membelanjakan/menafkahkan harta itu tidak merusak kemaslahatan orang banyak. Di sisi lain Islam juga membolehkan seorang individu untuk menikmati berbagai karunia kehidupan dunia, akan tetapi ia membatasi pembolehan ini dengan tidak melampaui batas kewajaran yang menjurus kepada pemborosan

dan kemewahan. Dengan kata lain, Islam sangat menganjurkan setiap individu untuk selalu hidup sederhana, tidak kikir serta hidup hemat dalam kehidupan sehari-hari.

3. Pedagang Kaki Lima

Bisnis kaki lima merupakan salah satu cara wirausaha untuk mengentaskan pengangguran. Bisnis kaki lima juga salah satu jalan menuju kekayaan. Mungkin pendapat ini tidak cukup populer, tapi berbeda bagi pengusaha kaki lima yang pernah merasakan nikmatnya penghasilan dari penjualan kaki lima.

Kelebihan dari usaha ini adalah mudah dijalankan dan tidak membutuhkan modal yang cukup besar, hanya saja pedagang kaki lima harus memiliki ketekunan, kesabaran, dan kreativitas yang tinggi.

Pedagang kaki lima memiliki produk yang beraneka ragam. Mulai dari makanan, kerajinan tangan, pakaian jadi, voucher hp, hingga tiket bus malam antar pulau atau pesawat (meskipun tidak secara on-line), (Nugroho (2007: 20)

a. Pengertian Pedagang Kaki Lima

Menurut Nugroho (2007: 19-53) sejarah kaki lima berasal dari kebijakan Stamford Raffles pada masa penjajahan yang membuka kesempatan bagi kaum pribumi untuk berusaha di

emperan atau trotoar yang lebarnya lima kaki. Dalam perjalanannya, warung kaki lima di tanah air memang banyak yang berawal dari emperan atau trotoar, tak sedikit pula yang memulai dengan gerobak dorong beroda dua dengan satu penopang kayu ditambah dengan dua kaki orang yang mendorongnya.

Hernando De Soto (1991:72) memberikan istilah dan pengertiannya tentang pedagang kaki lima dengan istilah perdagangan informal. Pada dasarnya, perdagangan informal merupakan perdagangannn yang dilakukan secara besar-besaran diluar hukum dan bahkan melanggar peraturan pemerintah yang bermaksud untuk mengaturnya. Perdagangan informal biasanya diselenggarakan di jalan umum yang lebih dikenal dengan perdagangan jalanan dan di pasar-pasar yang dibangun oleh pedagang jalanan agar dapat dipindah dari jalan umum.

Sedangkan menurut Tohar (2000:2), memberikan devinisi pedagang kaki lima sama dengan usaha kecil informal yaitu kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil yang belum terdaftar, belum tercatat, dan belum berbadan hukum.

Dari penjelasan diatas, dapat diketahui bahwa pedagang kaki lima adalah orang yang melakukan usaha transaksi jual beli yang berskala kecil dengan menggunakan sarana atau

perlengkapan yang relatif sederhana, baik yang bersifat gerobak dorong ataupun bongkar pasang

b.Keunggulan Pedagang Kaki Lima

Ada beberapa nilai tambah dari usaha kaki lima. Hal ini sebagaimana disebutkan oleh (Nugroho, 2007:20), yaitu:

- 1) Modal yang diperlukan tidak terlalu besar, dan jika berhasil maka keuntungannya dapat berkali lipat.
- 2) Usaha ini tidak membutuhkan tempat yang terlalu besar, tanpa menyewa tempat usahapun, bisnis kaki lima dapat dijalankan. Emperan rumah sendiri bisa menjadi tempat usaha. Yang penting lokasi usaha cukup dekat dengan daya beli dan dapat dijangkau dengan mudah oleh calon pembeli.

c. Kunci Sukses Bisnis kaki lima

Beberapa hal yang harus diketahui dalam menjalankan bisnis kaki lima. Dengan mengetahui kunci sukses bisnis ini, kesuksesan hanyalah soal waktu semata. Kunci-kunci sukses tersebut (Nugroho, 2007:49-53) antara lain:

1) Modal Usaha

Dalam kerangka wirausaha, modal adalah sesuatu yang dapat digunakan untuk menjalankan usaha. Karenanya

modal meliputi benda fisik dan nonfisik seperti uang, raga, pendidikan, pengalaman kerja, waktu, kesempatan, dan perbuatan (Yusanto dan Widjajakusuma, 2002: 46)

Dalam memulai usaha, maka perlu memiliki informasi mengenai sumber-sumber keuangan yang dapat diperoleh. Pada dasarnya ada beberapa cara yang dapat diusahakan untuk memperoleh modal, misalnya sistem bagi hasil dengan pihak lain (bisa orang terdekat atau perusahaan profesional). Cara lain yang bisa ditempuh adalah dengan meminjam dana dari bank-bank yang peduli terhadap perkembangan usaha kecil dan menengah (UKM).

Sebagai seorang pengusaha dalam bisnis kaki lima, lebih baik mempersiapkan dana simpanan usaha dari seluruh dana operasional sebagai simpanan. Dana ini akan sangat berguna jika sewaktu-waktu terjadi hal-hal tak terduga dan dengan dana simpanan ini usaha kaki lima akan bertahan ketika situasi menjadi sulit (Nugroho, 2007: 49-50).

2) Membangun Kemampuan Bersaing

Dewasa ini, persaingan tidak hanya tersebar luas melainkan juga tumbuh lebih intensif setiap tahun. Karena persaingan sudah begitu ketat, hanya memahami pelanggan saja sudah tidak memadai. Pedagangpun juga harus mulai

memberikan perhatian yang sama besarnya ke pesaing mereka (Kotler, 2000:248).

Sebagai pengusaha kaki lima maka dituntut untuk lebih kreatif daripada pedagang sejenis, dengan memperhatikan pesaing akan lebih memacu untuk menjadi lebih kreatif. Kreatif dalam penyajian, pengemasan produk dan kreatif dalam sistem manajemen usaha.

3) Menciptakan Pelanggan Yang Loyal

Menciptakan loyalitas pelanggan dengan cara tidak menghindari kritikan dari konsumen. Kritikan harus disikapi dengan positif dan diselesaikan dengan cara 3M, yakni merasakan kekecewaan pelanggan, mengakui jika ada kesalahan, dan meminta maaf atas situasi yang terjadi. Bertuturkatalah dengan lembut dan segera perbaiki kesalahan dengan cepat. Dengan bersahabat dengan konsumen, akan mempersiapkan pelanggan menjadi pelanggan yang loyal. (Nugroho, 2007: 51)

4) Pemasaran

Dalam bisnis kaki lima, beberapa tips dalam memasarkannya, yaitu:

- a) Memilih lokasi penjualan yang tepat sasaran yaitu yang terdapat aktivitas publik.

- b) Menjaga kebersihan tempat usaha bisnis kaki lima.
- c) Dalam bidang jasa boga, hendaknya menyajikan paket menu yang unik dengan harga yang ekonomis.
- d) Dalam berpromosi, lebih efektif membuat brosur sederhana dan menyebarkannya di kampus-kampus, kantor, atau area perumahan.
- e) Melakukan kerjasama yang saling menguntungkan dengan perusahaan-perusahaan yang cukup mapan.
- f) Menjaga mutu dan kualitas produk saat sudah meraih keberhasilan (Nugroho, 2007: 51-52).

5) Efisiensi Biaya Operasional Dan Manajemen Stok

Bergerak dalam bidang kaki lima, pembukuan tetap mutlak diperlukan. Pembukuan keuangan diperlukan agar lebih mengetahui seberapa besar pemasukan dan pengeluaran. Dengan mengetahui data keuangan ini, akan lebih mudah untuk menekan keperluan yang tidak diperlukan.

Selain pembukuan, pemasukan, dan pengeluaran, mencatat stok barang juga diperlukan, hal ini untuk mengetahui seberapa besar persediaan yang ada, yang kurang dan yang harus ditambah. Dengan mencatat stok, juga akan diketahui pengeluaran yang telah dilakukan, sehingga dapat mengefisienkan biaya operasional usaha (Nugroho, 2007: 53).

4. Tinjauan Wirausaha Dalam Islam

a. Pengertian tentang Wirausaha, Wiraswasta, Entrepreneurship

Wiraswasta atau wirausaha berdasarkan “Kamus Besar Bahasa Indonesia” terbitan Balai Pustaka, berarti orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur operasinya.

Menurut Soesarsono (1996) dalam Yusanto dan Widjajakusuma (2002:33), wiraswasta memiliki pengertian sifat-sifat keberanian, keutamaan, dan keteladanan dalam mengambil resiko yang bersumber pada kemampuan sendiri. Sedangkan wirausaha juga memiliki pengertian yang sama dengan wiraswasta namun dengan lingkup yang lebih menekankan pada bisnis yang dijalankan oleh swasta, koperasi, ataupun BUMN.

Adapun *entrepreneurship*, istilah yang populer di dunia AS, Inggris, Prancis, dan Kanada langsung dan tidak langsung mempengaruhi istilah wiraswasta. Kamus *webster* mengartikannya sebagai “*One who organizes, manages, and assumed the risk of business or enterprise*”. pengertian ini mencakup sikap mental mengambil resiko dalam pengorganisasian dan pengelolaan suatu bisnis yang juga berarti suatu keberanian untuk membuka usaha baru (Yusanto dan Widjajakusuma (2002:34).

Sedangkan menurut Alkindhi (1997:70) Wiraswasta tidak selalu pedagang (*businessman*) atau seorang manajer perusahaan. Wiraswasta adalah orang yang inovatif dalam satu atau beberapa bidang, berani mengambil resiko (*risk lover*) dengan penuh perhitungan dan kecermatan, sehingga mereka mempunyai nilai keunggulan dari pengusaha yang lain dan tentu akhirnya mereka akan dapat memenangkan persaingan.

b. Unsur Wirausaha

Wirausaha mencakup beberapa unsur penting (Yusanto dan Widjajakusuma, 2002:33-45), yaitu:

1) Unsur Daya Pikir

Daya pikir merupakan sumber dari awal kelahiran kreasi dan temuan baru serta yang terpenting ujung tombak kemajuan umat islam. Dalam surat ar-Ra'd:11 dijelaskan:



Artinya:
 "...Sesungguhnya, Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri..."(Q.S. Ar-Ra'd:11)

Artinya:

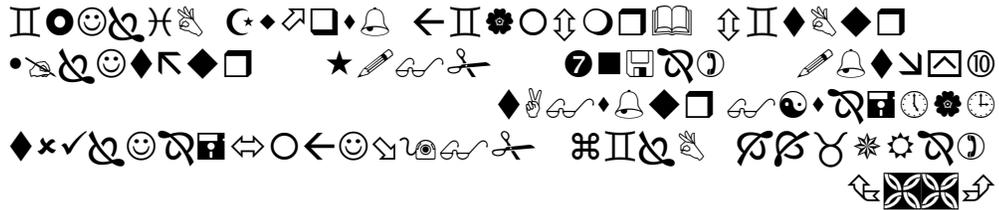
“Dan telah Kami ajarkan kepada Dawud membuat baju besi untuk kamu, guna memelihara kamu dalam peperanganmu. Maka, hendaklah kamu bersyukur (kepada Allah).” (Q.S. al-Anbiya’:80)

Dalam kerangka bisnis, ilmu kehidupan/keterampilan yang dibutuhkan adalah segala hal yang menunjang keberhasilan bisnis. Antara lain, keterampilan dalam mengelola keuangan (manajemen keuangan), keahlian memasarkan (manajemen pemasaran), dan sebagainya. Serta yang lebih penting adalah penguasaan keterampilan operasi/produksi dari lapangan bisnis yang digelutinya.

3) Unsur Sikap Mental Maju

Kesuksesan hanya dapat diraih jika terjadi sinergi antara pemikiran, keterampilan, dan sikap mental maju. Bagi seorang muslim, sikap mental maju merupakan konsekuensi dari tauhid dan buah dari kemuslimannya dalam seluruh aktivitas kesehariannya. Identitas itu tampak pada kepribadian seorang muslim, yakni pada pola berfikirnya (*aqliyyah*) dan pola bersikapnya (*nafsiyyah*) yang dilandaskan pada aqidah Islam. Maka jelaslah bahwa sikap mental maju sesungguhnya adalah buah pola sikap yang didorong secara produktif oleh pola pikir islami (Yusanto dan Widjajakusuma,

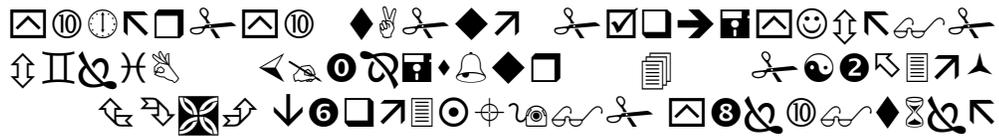
2002: 41). Hal ini sebagaimana firman Allah dalam surat al-Fushilat: 33



Artinya:
 "Siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal sholeh dan berkata, 'Sesungguhnya aku termasuk kaum muslimin.'" (Q.S.al-Fushilat :33)

4) Unsur Kewaspadaan atau Intuisi

Intuisi atau kewaspadaan lebih sering dikenal sebagai *feeling* adalah sesuatu yang abstrak, sulit digambarkan, namun acapkali menjadi kenyataan jika dirasakan serta diyakini benar dan lalu diaplikasikan. Proses aplikasi ini dapat dilakukan diantaranya dengan cara menumbuhkan kesadaran dan melatih kepekaan perasaan. Selain itu, intuisi juga dapat ditumbuhkan dengan ketekunan dan kesabaran dalam melakukan pekerjaan disertai dengan selalu mengingat bahwa bekerja adalah manifestasi dari rasa syukur. (Yusanto dan Widjajakusuma, 2002: 44).



Artinya:

“...Bekerjalah hai keluarga Dawud, untuk bersyukur (kepada Allah)...” (Q.S. As-saba’:13)

c. Modal dan Kerja Lebih

Tingkat efisiensi dalam suatu bisnis umumnya diukur dengan nilai uang atau sesuatu yang dapat memajukan bisnis perusahaannya. Dan berkenaan dengan faktor waktu dan modal, Soesarsono (1996) memperkenalkan istilah kerja lebih (Yusanto dan Widjajakusuma, 2002: 46).

Para nabi yang merupakan manusia-manusia terbaik pilihan Allah SWT dapat dikategorikan sebagai orang-orang yang selalu bekerja lebih dibidangnya disebabkan mencari nafkah untuk diri dan keluarganya serta menjadi teladan dan panutan bagi umatnya (at-Tamimi, 1995) dalam (Yusanto dan Widjajakusuma, 2002: 46).

d. Langkah Mewujudkan Karya

Manusia memang diwajibkan ber-DUIT: Berdoa, berikhtiar dan bertawakal pada Allah atas apapun hasil yang didapatkannya. Begitupun dalam mewujudkan karya. Pemikiran hanya akan berkembang dan dapat digunakan jika yang bersangkutan mau dan berusaha untuk mengembangkannya menjadi suatu karya.

Proses mewujudkan karya dapat berjalan jika dilandasi dengan niat , kesungguhan, semangat, dan ketekunan yang tinggi. Setelah itu diikuti dengan sikap tawakal yang sebenar-benarnya. (Yusanto dan Widjajakusuma, 2002: 48-49).



Artinya:

“...Kemudian, apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah...”(Ali Imran:159)

Menurut as-Saami (2000) Dalam (Yusanto dan Widjajakusuma, 2002:49) menjelaskan ayat ini bahwa ketika seorang muslim telah membulatkan tekad untuk mengerjakan suatu urusan, ia harus bertawakkal kepada Allah. Allah menyusun secara berurutan tawakkal setelah azam dengan menggunakan *fa*, kata fatawakkal memberikan arti berurutan. Allah mengurutkan kata tawakkal sebelum dimulainya amal, yaitu tatkala membulatkan tekad untuk melaksanakan amal tersebut.

e.Kreativitas

Seseorang dikatakan kreatif jika dia bisa membuktikan sebagai orang yang banyak menghasilkan karya yang relatif baru. Kemampuan berkreasi dapat dikembangkan melalui pengalaman

yang luas, terutama pengalaman melihat dan mengamati berbagai hal yang baru baginya.

Berdasarkan uraian di atas, yang dituntut untuk menjadi wirausahawan pertama kali ialah mengenai perilaku. Wirausahawan harus cepat tanggap, dapat segera membaca situasi yang berubah-ubah, dapat mengetahui dan menangkap peluang yang ada, kreatif, jujur, dan konsekuen.

Pendapat salah satu wirausahawan sukses Bob Sadino (1992) dalam Alkindhi (1997:71) mengungkapkan bahwa modal utama wiraswasta adalah kemauan. Tanpa kemauan yang kuat seseorang akan tanggal di jalan bila dihadapkan pada persoalan-persoalan. Jadi dalam kemauan ini terkandung pula keuletan dan ketekunan.

Kedua adalah modal sumber daya manusia. Kemauan atau etos kerja yang kuat saja belum cukup untuk menghantarkan seseorang untuk menjadi wiraswastawan melainkan juga harus didukung oleh kemampuan, kecakapan, ketrampilan atau keahlian pada bidang yang ingin ditekuni.

Ketiga, baru diperlukan modal uang atau dana untuk merealisasikan keinginan tersebut.

5. Tinjauan Umum tentang Modal Usaha

a. Pengertian tentang Modal

Modal menurut Rusdin (2006: 57) adalah sejumlah dana yang menjadi dasar untuk mendirikan suatu perusahaan. Dana ini untuk membelanjai aktivitas perusahaan dalam menghasilkan produk barang dan jasa. Sedangkan modal usaha menurut Wijandi (2004:66) adalah sesuatu yang dapat digunakan untuk menjalankan usaha yang dapat berupa benda fisik ataupun non fisik.

Menurut Antonio (2003:146) modal adalah dana yang diserahkan oleh para pemilik (*owner*). Dana modal dapat digunakan untuk pembelian gedung, tanah, perlengkapan, dan sebagainya yang secara langsung tidak menghasilkan. Selain itu modal juga dapat digunakan untuk hal-hal yang produktif, yaitu disalurkan menjadi pembiayaan.

Dalam berwirausaha, dua modal yang harus dipenuhi yaitu modal fisik yang menurut chandra dalam Royan (2004:24) berupa berani bermimpi, berani mencoba, berani untuk gagal, dan berani untuk sukses. Sedangkan modal fisik adalah modal yang berupa uang. Dua modal ini adalah modal yang saling melengkapi, modal non fisik adalah modal yang hanya dapat digali dari diri pebisnis, sebaliknya modal fisik adalah modal yang dapat digali dari berbagai sumber.

Modal lain yang tak kalah pentingnya adalah kejujuran yang pada akhirnya akan membangkitkan rasa percaya diri maupun kepercayaan dari pihak luar. Apabila kepercayaan masyarakat sudah terbangun maka hampir semua jalan akan terbuka, bahkan uang sebagai modal yang semula dirasa sulit didapat bisa jadi akan datang sendiri seiring dengan munculnya peluang. (Alkindhi, 1997:72)

b. Pendekatan Tentang Modal

Pendekatan tentang Modal menurut Rusdin (2006:58) ada 2 macam, yaitu:

- 1) Konsep modal keuangan. Konsep ini dianut oleh sebagian besar perusahaan dalam penyusunan laporan keuangan. modal ialah sinonim dengan aktiva bersih atau ekuitas perusahaan.
- 2) Konsep modal non fisik seperti kemampuan usaha modal dipandang sebagai kapasitas produktif perusahaan yang didasarkan pada, misalnya unit output perhari.

c. Sumber Modal

Selain modal non fisik, modal finansial sangat penting, hanya banyak sekali kendala yang disebabkan oleh kekurangtahuan pengusaha pemula untuk memperoleh informasi

dari mana saja modal diperoleh dengan cara mudah dan bunga yang ringan. Menurut Royan (2004:25) Sumber dana bisa berasal dari:

- 1) Modal dana sendiri yang meliputi tabungan pribadi, warisan, uang pesangon, dan sebagainya.
- 2) Modal dari kerja sama (kongsi)
- 3) Modal dana pinjaman yang meliputi pinjaman dari bank, rentenir, koperasi simpan pinjam, pinjaman dari perusahaan, dan pegadaian.

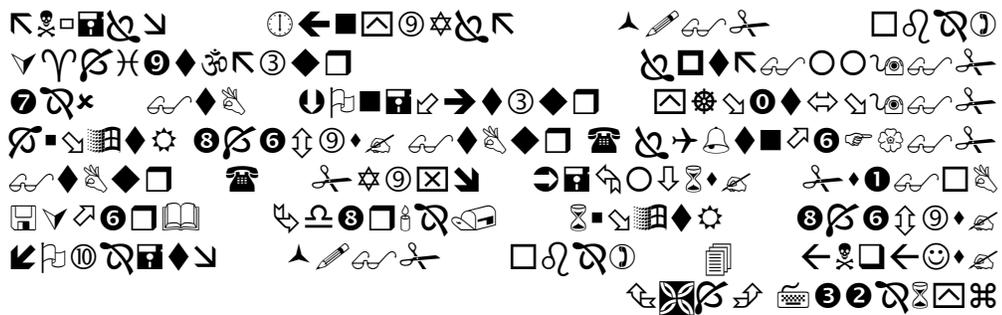
d. Tinjauan Modal Secara islami

Menurut Yusanto dan Widjajakusuma, (2002:46), dalam kerangka wirausaha, modal adalah sesuatu yang dapat digunakan untuk menjalankan usaha yang meliputi benda fisik dan non fisik., seperti uang, raga, pendidikan, pengalaman kerja, waktu, kesempatan, benda sekeliling, dan perbuatan/sikap mental.

Beberapa ahli ekonomi menekankan fungsi modal dalam produksi. Menurut pandangan tersebut, modal adalah produktif dengan sendirinya, modal dianggap dapat menghasilkan barang yang lebih banyak daripada yang dapat dihasilkan tanpa modal tersebut. Modal dipandang mempunyai daya untuk menghasilkan nilai tambah, dengan demikian

pemberi pinjaman layak untuk mendapatkan imbalan bunga.
(Siddiqi (1983)).

Akan tetapi, pada kenyataannya modal menjadi produktif hanya apabila digunakan seseorang untuk bisnis yang mendapatkan keuntungan, namun bila untuk konsumsi, maka modal sama sekali tidak produktif. Bila digunakan untuk usaha produksipun, modal tidak selalu mendatangkan nilai tambah. Dalam keadaan ekonomi yang merosot, penanaman modal sering menipiskan keuntungan, dan bahkan bisa menjadi kerugian (Yusanto dan Widjajakusuma, 2003: 73).. Sungguh tepat firman Allah SWT dalam surat luqman : 34.



Artinya :
“Sesungguhnya Allah, hanya pada sisi-Nya sajalah pengetahuan tentang Hari Kiamat; dan Dia-lah Yang menurunkan hujan, dan mengetahui apa yang ada dalam rahim. Dan tiada seorangpun yang dapat mengetahui (dengan pasti) apa yang akan diusahakannya besok. Dan tiada seorangpun yang dapat mengetahui di bumi mana dia akan mati. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal” (Q.S. Luqman :34)

Al-qur'an melarang mengembangkan harta (modal) dengan cara menyengsarakan masyarakat dan juga melarang memakan harta manusia yang tidak syah. Dan diantara pokok-pokok penting dalam pengembangan harta (Muhammad, 2002:24) yaitu:

- 1) Menghindari sentralisasi modal pada segelintir orang
- 2) Mengembangkan yayasan-yayasan kemanusiaan dengan orientasi kemasyarakatan
- 3) Memperkuat ikatan persaudaraan dan kemasyarakatan melalui: zakat, infaq

Pada bank konvensional memberikan kredit modal kerja dengan cara memberikan pinjaman sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendanai seluruh kebutuhan yang merupakan kombinasi dari komponen-komponen modal kerja tersebut, baik untuk keperluan produksi maupun perdagangan untuk jangka waktu tertentu dengan imbalan berupa bunga.

Sedangkan pada bank syariah dapat membantu memenuhi seluruh kebutuhan modal kerja tersebut bukan dengan meminjamkan uang, melainkan dengan menjalin hubungan *partnership* dengan nasabah, dimana bank bertindak sebagai penyandang dana (shahibuk maal), sedangkan nasabah sebagai pengusaha (mudharib)..

Bagi hasil dibagi secara periodik dengan nisbah yang disepakati, dan setelah jatuh tempo, nasabah mengembalikan jumlah dana tersebut beserta porsi bagi hasil (yang belum dibagikan) yang menjadi bagian bank (Antonio,2001:161-162).

Dalam pandangan syariah, modal pinjaman termasuk dalam katagori *qard*, yaitu pinjaman harta yang dapat diminta kembali. Dalam literatur fiqih *Salaf ash Shalih*, *qard* dikategorikan dalam *aqad tathawwu'* atau akad saling tolong-menolong dan bukan transaksi komersial (Arifin, 2006:138).

6. Perkreditan

a. Pengertian Kredit

Istilah kredit berasal dari bahasa latin yaitu *credere* yang berarti kepercayaan (*trust*). Dasar dari kredit adalah kepercayaan, sedangkan pengertian dari kredit dalam arti ekonomi adalah penundaan pembayaran dengan prestasi yang diberikan sekarang, baik dalam bentuk barang, uang, maupun jasa (Suyatno dkk., 2003:12).

Menurut Batubara dalam Rachmat dkk., (2004:2) kredit adalah suatu pemberian prestasi oleh suatu pihak kepada pihak lain dan prestasi itu akan dikembalikan pada masa tertentu yang

akan datang, disertai dengan suatu kontrak prestasi berupa bunga.

Ensiklopedia umum dalam Rachmat (2004:2) mendefinisikan kredit sebagai sistem keuangan untuk memindahkan pemindahan modal dari pemilik kepada pemakai dengan pengharapan memperoleh keuntungan.

Sedangkan menurut undang-undang perbankan nomor 10 tahun 1998, kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga.

Dari berbagai definisi tersebut maka kredit bisa diartikan sebagai penyerahan suatu yang mempunyai nilai ekonomis pada saat ini atas dasar kepercayaan sebagai pengganti sesuatu yang mempunyai nilai ekonomis yang sepadan dengan yang diharapkan dikemudian hari.

b. Lembaga-Lembaga Kredit

Pengertian lembaga keuangan menurut undang-undang nomor 14 tahun 1967 disebutkan: "Lembaga keuangan adalah

semua badan yang melalui kegiatan-kegiatannya dibidang keuangan menarik dan menyalurkan dalam masyarakat”.

Secara umum, lembaga keuangan dibagi menjadi 2:

- 1) Lembaga Keuangan Bank. Misalnya; Bank Umum, Bank koperasi, Bank Perkreditan Rakyat (BPR).
- 2) Lembaga Keuangan Bukan Bank. Seperti: Dana Pensiun, leasing dan Asuransi.

Sementara itu ada pula penggolongan lembaga-lembaga kredit (Wijaya dan Soetatwo, 1991:409-414) yaitu:

- 1) Lembaga Kredit Formal. Seperti BRI, Bukopin, Danamon dan koperasi kredit. Lembaga kredit formal utama yang disponsori oleh pemerintah adalah BRI yang mempunyai jaringan cukup luas
- 2) Lembaga kredit Informal. Seperti:
 - a) *Mindring*

Mindring adalah pengusaha perorangan yang memberi kredit konsumsi berupa alat-alat kebutuhan rumah tangga dengan cara bayar cicilan. Modal *mindring* biasanya dari tauke-tauke cina dan sebagian dari modal mereka sendiri. Tidak ada ketentuan minimal atau maksimal jumlah pinjaman, dan kredit diberikan tanpa jaminan prosedur pemberian pinjaman modal dimana

biasanya tukang kredit mendatangi rumah-rumah untuk menawarkan barang. (Wijaya dan Soetatwo, 1991:413)

b) Pelepas uang

Pelepas uang informal adalah usaha perorangan yang memberi kredit berupa uang tunai, mereka sering disebut rentenir. Pelepas uang memberikan kredit untuk usaha pertanian, perdagangan dan keperluan konsumsi.

Pemberian kredit oleh para pelepas uang tidak dipungut biaya permintaan kredit. Jangka waktu kredit berkisar antara 10-15 hari dengan pembayaran kembali secara sekaligus atau angsuran. Tingkat suku bunga sebesar antara 20 sampai 50 persen dan biaya dibelakang. Ketentuan maksimum dan minimum kredit cukup bervariasi dan berubah-ubah. Barang-barang bergerak dan tidak bergerak bisa dijadikan jaminan, namun ada juga yang memberi kredit tanpa jaminan. Bila debitur terlambat membayar atau mengangsur pinjaman ia diperingati terlebih dahulu dan bila ternyata tak bisa membayar kembali pinjaman maka barang jaminan menjadi milik pelepas uang. Prosedur permintaan kredit adalah mudah, calon peminjam cukup mendatangi pelepas uang dengan membawa barang jaminan. kalau sudah cocok maka pinjaman segera

diberikan. Seringkali pemberian kredit oleh pelepas uang diberikan melalui perantara kredit.

c) Ijon

Transaksi ijon biasanya ada didaerah pedesaan. Transaksi ijon tidak seragam, namun cukup bervariasi. Ijon adalah bentuk kredit uang yang dibayarkan dengan hasil panen. Ijon juga dapat diartikan penggadaian tanaman yang masih hijau artinya belum masak untuk dipetik, dipanen, dan dituai. Pengijon tidak berfungsi sebagai pemberi kredit tetapi juga sebagai pedagang yang harus menjual atau memasarkan barang hasil pengembalian kredit serta menanggung resiko produksi yaitu resiko tanaman dilapangan sampai masak dan bisa dipanen (Wijaya dan Soetatwo, 1991:416).

c. Unsur-Unsur Kredit

Adapun unsur-unsur yang terkandung dalam pemberian suatu fasilitas kredit menurut Khasmir (2004: 94-96) adalah sebagai berikut:

- 1) Kepercayaan, yaitu suatu keyakinan pemberi kredit bahwa kredit yang diberikan (berupa uang atau jasa) akan benar-benar diterima kembali di masa tertentu di masa datang.

- 2) Kesepakatan. Disamping unsur kepercayaan didalam kredit juga mengandung unsur kesepakatan antara si pemberi kredit dengan si penerima kredit.
- 3) Jangka waktu. Setiap kredit yang diberikan memiliki jangka waktu tertentu, jangka waktu ini mencakup masa pengembalian kredit yang telah disepakati.
- 4) Resiko. Adanya suatu tenggang waktu pengembalian akan menyebabkan suatu resiko tidak tertagihnya/macet pemberian kredit. Semakin panjang waktunya semakin besar resikonya demikian pula sebaliknya.
- 5) Balas jasa. Merupakan keuntungan atas pemberian suatu kredit atau jasa tersebut yang kita kenal dengan nama bunga. Balas jasa dalam bentuk bunga dan biaya administrasi kredit ini merupakan keuntungan bank.

d. Tujuan dan Fungsi Kredit

1) Tujuan Kredit

Adapun tujuan dalam memberikan kredit kepada *debitor* (Khasmir, 2004: 98) adalah:

- a) Mencari keuntungan dalam bentuk bunga atau bagi hasil
- b) Membantu usaha nasabah yang memerlukan dana
- c) Membantu pemerintah dalam berbagai sektor, diantaranya

adalah:

- (1) Penerimaan pajak yang diperoleh dari keuntungan nasabah dan bank
- (2) Membuka kesempatan kerja. Yaitu kredit pembangunan usaha baru atau perluasan usaha akan menyedot tenaga kerja yang masih menganggur
- (3) Meningkatkan jumlah barang dan jasa

2) Fungsi Kredit

Sedangkan fungsi pemberian kredit adalah

- a) Untuk meningkatkan daya guna uang yakni dalam menghasilkan barang dan jasa
- b) Untuk meningkatkan peredaran dan lalu lintas uang
- c) Untuk meningkatkan daya guna barang
- d) Untuk meningkatkan peredaran barang
- e) Sebagai alat stabilitas ekonomi
- f) Untuk meningkatkan kegairahan berusaha
- g) Untuk meningkatkan pemerataan pendapatan
- h) Untuk meningkatkan hubungan internasional

e. Tinjauan Kredit dalam Islam

Islam mengartikan kredit dengan istilah pembiayaan. Pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat

dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil (kasmir, 2004:92).

Menurut Muhammad Syafi'i Antonio (2001:160-167), sifat penggunaan pembiayaan dibagi menjadi dua hal, yaitu:

1) Pembiayaan produktif, yaitu pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan produksi dalam arti luas, yaitu untuk peningkatan usaha, baik usaha produksi, perdagangan dan investasi.

Menurut keperluannya, pembiayaan produktif dapat dibagi menjadi dua hal berikut:

a) Pembiayaan modal kerja, yaitu pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan peningkatan produksi, baik secara kuantitatif, yaitu jumlah hasil produksi, maupun secara kualitatif, yaitu peningkatan kualitas atau mutu hasil produksi; dan untuk keperluan perdagangan atau peningkatan *utility of place* dari suatu barang.

b) Pembiayaan investasi, yaitu untuk memenuhi kebutuhan barang-barang modal serta fasilitas-fasilitas yang erat kaitannya dengan itu. Pembiayaan konsumtif, yaitu

pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, yang akan habis digunakan untuk memenuhi kebutuhan.

f. Etika Mengambil Pembiayaan Secara Syariah

Dalam islam, hubungan pinjam-meminjam tidak dilarang, bahkan dianjurkan agar terjadi hubungan saling menguntungkan, yang berakibat kepada persaudaraan. Hal yang perlu diperhatikan adalah pihak-pihak yang berhubungan harus mengikuti etika yang digariskan. Dan diantara etika mengambil pembiayaan di lembaga keuangan syariah (Antonio, 2001:170) diantaranya adalah:

- 1) Pengambilan pembiayaan di lembaga keuangan syariah dengan menggunakan akad jual beli, yaitu bank syariah berlaku sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli. Hal ini bila bank memberikan pinjaman kepada nasabah untuk membeli barang-barang tertentu, seperti mobil, rumah, dan sebagainya, maka bank tidak boleh mengambil keuntungan dari pinjaman itu. Sebagai lembaga komersial yang mengharapkan keuntungan, bank syariah tentu tidak mungkin melakukannya. Karena itu, harus dilakukan jual beli, dimana bank syariah dapat mengambil keuntungan dari harga barang yang dijual dan keuntungan dari jual beli dibolehkan dalam islam.

- 2) Pembiayaan untuk keperluan usaha seperti bertani dengan menggunakan *bai' as-salam*, yaitu bank bertindak sebagai pembeli dan petani sebagai penjual. Bank membeli gabah dari petani dengan harga, kualitas, dan kuantitas yang disepakati saat diserahkan pada waktu yang akan datang, misalnya tiga bulan kemudian. Bank lalu membayar sesudah dilakukan perjanjian. Ketika jatuh tempo, petani berkewajiban untuk menyerahkan barang yang sudah dibeli (gabah). Gabah itu dijual lagi kepada pihak lain dan bank mendapat keuntungan darinya.
- 3) Pembiayaan untuk keperluan usaha bertani dengan menggunakan bagi hasil, yaitu bank menyediakan modalnya, sedangkan petani menjadienggarapnya. Keduanya harus menyepakati pembagian hasil sebelum petani memulai garapannya.
- 4) Pembiayaan untuk modal usaha perdagangan. Dalam perdagangan umumnya ada perputaran dana, nasabah dapat mengajukan pembiayaan *mudharabah*. Bank dan nasabah dapat berbagi hasil/keuntungan dengan memperkirakan perputaran rata-rata omzet pada tiap bulannya.

g. Bisnis dan Usaha Yang Dibiayai

Dalam Lembaga Keuangan syariah, suatu pembiayaan tidak akan disetujui sebelum dipastikan beberapa hal pokok (Antonio, 2001:33-34), diantaranya sebagai berikut:

- 1) Objek pembiayaan halal
- 2) Proyek tidak menimbulkan kemudharatan untuk masyarakat
- 3) Proyek tidak berkaitan dengan perbuatan mesum/asusila
- 4) Proyek tidak berkaitan dengan perjudian
- 5) Usaha tidak berkaitan dengan industri senjata yang ilegal atau orientasi tidak pada pengembangan senjata pembunuh massal
- 6) Proyek tidak merugikan syiar islam, baik secara langsung maupun tidak langsung.

C. Kerangka Berfikir

Gambar 2.3 Kerangka Berfikir

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu anggapan sementara yang masih harus dibuktikan kebenarannya. Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis yang dibuat dalam penelitian ini adalah :

1. Faktor lingkungan berpengaruh terhadap keputusan pengambilan modal pada lembaga kredit informal
2. Kelas Sosial adalah faktor yang dominan berpengaruh terhadap pengambilan modal pada lembaga kredit informal

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Kegiatan pengumpulan data dalam penelitian ini berlokasi di Pasar Singosari yang bertempat di Jl. Raya Singosari, khususnya pada pedagang kaki lima yang pernah mengambil modal usaha pada lembaga kredit informal atau pelepas uang.

B. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif, yaitu data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Data kualitatif yang diangkakan misalnya terdapat dalam skala pengukuran (Sugiyono, 1997:7).

Sedangkan pendekatan penelitian ini menggunakan metode survey, menurut Kerlinger (1973) dalam (Sugiyono, 1997: 3) adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil. Tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi Target

Populasi diartikan sebagai suatu kesatuan individu atau subyek pada wilayah dan waktu serta dengan kualitas tertentu yang akan diamati atau diteliti (Supardi, 2005:101). Adapun populasi target

dalam penelitian ini adalah para pedagang kaki lima yang ada dipasar Singosari.

2. Sampel

Pengertian sampel menurut Supardi (2005:102) merupakan bagian dari populasi yang dijadikan subyek penelitian sebagai wakil dari pada anggota populasi. Sampel merupakan bagian dari populasi yang akan diselidiki dan dianggap telah mewakili (representatif) dan mencerminkan ciri dari populasi. Sampel penelitian akan sangat penting mengingat peneliti akan menggambarkan keadaan populasi dengan mengambil sumber data sebagian dari anggota populasi.

Menurut Maholtra (1993:622) jumlah sampel atau responden dengan jumlah populasi yang tak terbatas paling sedikit empat atau lima kali jumlah item yang akan diteliti. Dalam penelitian ini digunakan 19 item, maka sampel yang digunakan adalah 76 - 95 responden. Dengan demikian jumlah responden yang dianggap representatif adalah 80 pedagang kaki lima yang pernah mengambil modal di pemodal informal (pelepas uang).

D. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan yang digunakan oleh peneliti adalah *convinience sampling* dimana peneliti memilih anggota populasi yang mudah ditemui untuk memperoleh informasi (Umar, 2002: 140).

Berdasarkan dari definisi di atas, maka pengambilan sampel dilakukan di Pasar Singosari.

E. Data dan Sumber Data

Mengutip pendapat Mc. Leod (1995) dalam Umar (2002; 83), data dari sudut ilmu sistem informasi adalah suatu fakta dan angka yang secara relatif belum dapat dimanfaatkan oleh pemakai. Oleh karena itu, data harus ditransformasikan terlebih dahulu.

Dalam penelitian ini, data yang digunakan adalah data primer. Data primer merupakan data yang dikumpulkan langsung dari obeknya dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan (Supranto, 1993:8). Pengumpulan data primer dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner dan wawancara) yang diisi oleh pedagang kaki lima sebagai responden yang mengambil modal pada lembaga kredit informal (pelepas uang).

F. Metode Pengumpulan Data

Untuk mempermudah memperoleh informasi, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi.

Observasi adalah metode penelitian dengan melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian (umar, 2002:94).

Adapun pengamatan langsung ini dilakukan terhadap para pedagang kaki lima di pasar Singosari.

2. Kuesioner.

Kuesioner atau angket merupakan alat pengumpulan data yang utama, dilakukan dengan jalan menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan objek penelitian akan memberikan respons terhadap daftar pertanyaan tersebut (umar, 2002:92). Dalam penelitian ini, kuesioner akan dibagikan kepada pedagang kaki lima di pasar Singosari.

3. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab atau wawancara secara langsung kepada responden (Arikunto, 1998:231). Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan kepada pedagang yang pernah mengambil modal usaha di pemodal informal (pelepas uang). wawancara ini dilakukan untuk mengantisipasi pada pedagang yang kurang mampu baca tulis sehingga pertanyaan yang diajukan hampir sama dengan pertanyaan pada kuesioner.

4. Dokumentasi

Dokumentasi adalah data yang dikumpulkan dengan melihat dokumen atau catatan-catatan yang relevan dengan masalah (Arikunto, 1998:114). Dalam penelitian ini, dokumentasi dilakukan

dengan mengambil data internal pedagang kaki lima. seperti kegiatan jual beli pedagang kaki lima, lokasi pedagang kaki lima, dan situasi jual beli oleh pedagang kaki lima di pasar Singosari.

G. Devinisi Operasional Variabel

Variabel menurut Moh. Nazir (1999) dalam Supardi (2005:105) adalah konsep yang memiliki bermacam-macam nilai. Sedangkan konsep adalah pengertian secara umum dari suatu peristiwa atau gejala yang bersifat abstrak. Definisi operasional dalam penelitian ini menggunakan teori James F. Engel (1992) dalam budyanto (1994-232).

Adapun definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Pengaruh Lingkungan

Pengaruh lingkungan merupakan salah satu faktor yang paling mendasar yang dapat membentuk dan menghambat individu dalam keputusan konsumsi mereka, yang mana perilaku proses keputusannya dipengaruhi oleh budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, pengaruh keluarga, dan situasi (Engel (1992) dalam Budyanto (1994:63).

2. Indikator-Indikator Pengaruh Lingkungan

a. Budaya (X1)

Budaya merupakan seperangkat nilai, gagasan, artefak, dan simbol bermakna lainnya yang membantu individu berkomunikasi,

membuat tafsiran, dan melakukan evaluasi sebagai anggota masyarakat. (Engel (1992) dalam Budiyanto (1994:69)).

b. Kelas Sosial (X2)

Kelas sosial merupakan pengelompokan orang yang relatif permanen dan homogen di dalam masyarakat, yang memungkinkan kelompok orang untuk dibandingkan dengan kelompok lain. (Engel (1992) dalam Budiyanto (1994:121/163)).

c. Pengaruh Pribadi (X3)

Pengaruh Pribadi merupakan orang yang dapat dipercaya yang diacu sebagai pemberi pengaruh dan diterima sebagai sumber informasi mengenai pembelian atau pemakaian. (Engel (1992) dalam Budiyanto (1994:190)).

d. Pengaruh Keluarga (X4)

Pengaruh keluarga merupakan an kelompok yang terdiri atas dua orang atau lebih yang dihubungkan melalui darah, perkawinan, atau adopsi dan tinggal bersama yang mempunyai pengaruh utama dalam sikap dan perilaku individu dalam pemakaian dan pembelian barang atau jasa. (Engel (1992) dalam Budiyanto (1994:194)).

e. Pengaruh Situasi (X5)

Pengaruh situasi merupakan pengaruh yang timbul dari faktor yang khusus untuk waktu dan tempat yang spesifik yang lepas

dari karakteristik konsumen dan karakteristik objek. (Engel (1992) dalam Budiyanto (1994:233).

3. Keputusan Pengambilan Modal (Y)

Keputusan pengambilan modal merupakan suatu proses pemecahan masalah dalam pengambilan modal yang mengacu pada tindakan bijaksana dan bernalar yang dijalankan untuk menghasilkan pemenuhan kebutuhan. (Engel (1992) dalam Budiyanto (1994:31-59)

4. Lembaga Kredit Informal (Pelepas Uang)

Lembaga kredit informal (pelepas uang) merupakan usaha perorangan yang memberi kredit berupa uang tunai yang digunakan untuk pertanian, perdagangan, dan keperluan konsumsi (Wijaya dan Soetatwo, 1991:413).

5. Pedagang Kaki Lima

Pedagang kaki lima merupakan individu yang melakukan usaha di emperan atau trotoar atau yang menggunakan gerobak dorong dan tidak mempunyai kios (Nugroho, 2007:19-20).

H. Identifikasi Variabel

Variabel merupakan segala sesuatu yang dapat diberi berbagai macam nilai (Indriantoro, 2002:61). Adapun variabel yang akan dianalisa dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu:

1. Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel bebas merupakan tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain. Adapun yang merupakan variabel bebas (X) adalah faktor Eksternal dan Internal yang meliputi:

X1 = Budaya

X2 = Kelas Sosial

X3 = Pengaruh Pribadi

X4 = Pengaruh Keluarga

X5 = Situasi

2. Variabel Terikat (*Dependent*)

Variabel terikat merupakan tipe variabel yang menjelaskan atau dipengaruhi oleh variabel *independent* (Indriantoro, 2002:63) dan yang menjadi terikat (Y) dalam penelitian ini adalah keputusan pengambilan. Adapun penjelasan lebih detailnya sebagaimana berikut:

Tabel 2
Identifikasi Operasional

KONSEP	VARIABEL	INDIKATOR	ITEM
Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pengambilan Modal	Faktor Pengaruh Lingkungan	1. Budaya (X1)	1. Agama yang dianut (X11) 2. Kebiasaan meminjam modal (X12) 3. Pengalaman meminjam modal (X13)
		2. Kelas Sosial (X2)	1. Pendapatan yang diperoleh rata-rata perhari (X21) 2. Pendidikan terakhir sebelum bekerja (X22) 3. Pekerjaan yang sedang dijalani konsumen (X23) 4. Kekayaan (harta) yang dimiliki konsumen (X24)

		<p>3. Pengaruh Pribadi (X3)</p>	<p>1. Pengaruh rekomendasi rekan kerja dalam pengambilan modal (X31)</p> <p>2. Pengaruh kelompok (paguyuban PKL) dalam pengambilan keputusan (X32)</p> <p>3. Pengaruh pengalaman orang lain dalam pengambilan keputusan (X33)</p>
		<p>4. Pengaruh Keluarga (X4)</p>	<p>1. Jumlah tanggungan yang dibebankan dalam keluarga (X41)</p> <p>2. Pengaruh keluarga dalam pengambilan keputusan (X42)</p> <p>3. Kehadiran anak dalam pengambilan keputusan (X43)</p> <p>4. Pengaruh pasangan hidup dalam pengambilan keputusan (X4)</p>

		5. Pengaruh Situasi (X5)	1. Penawaran pelepas uang dalam pengambilan modal (X51) 2. Pengaruh situasi pembelian sehari-hari (X52) 3. Kebutuhan akan modal pada perdagangan (X53)
	Keputusan Pengambilan Modal	1. Keputusan pengambilan (Y)	1. Keinginan untuk mengambil modal (Y1) 2. Kesesuaian pengambilan modal dengan jenis keperluan (Y2)

I. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Menurut Kinnear (1988) dalam Umar (2002: 98) skala likert berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu. Dengan skala ini responden diminta untuk memberi tanggapan terhadap pertanyaan dengan memilih satu dari lima jawaban yang tersedia. Pemberian skor pada skala ini dimulai dari angka 1 sampai 5, dengan penilaian sebagai berikut :

1. Skor 5 yaitu sangat berpengaruh

2. Skor 4 yaitu berpengaruh
3. Skor 3 yaitu kurang berpengaruh
4. Skor 2 yaitu cukup berpengaruh
5. Skor 1 yaitu tidak berpengaruh

J. Model Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum melakukan analisis, hendaknya variabel-variabel yang akan dianalisis diuji terlebih dahulu validitas dan reliabilitasnya, sehingga secara meyakinkan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

a. Uji Validitas

Validitas adalah pernyataan sampai sejauh mana data yang ditampung pada suatu kuesioner dapat mengukur apa yang ingin diukur (Umar, 2002:101). Suatu alat ukur yang valid mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya alat ukur yang kurang valid berarti memiliki tingkat validitas yang rendah. Tinggi rendahnya validitas alat ukur menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud.

Untuk menguji korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total, digunakan rumus korelasi

product moment (Umar, 2002:111). Adapun rumusnya adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Dimana:

X = skor pertanyaan

Y = skor total

XY = skor pertanyaan tertentu dikalikan skor total

N = jumlah responden (sampel)

r = koefisien korelasi

Jika didapat probabilitas r hitung (p) sama atau lebih kecil dengan 0,3 maka instrumen tersebut dinyatakan tidak valid, jika r hitung (p) lebih besar 0,3 maka instrumen tersebut dinyatakan valid (Sugiyono, 1997:106)

b. Uji Realibilitas

Realibilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten (Umar, 2002:113). Untuk menguji tingkat realibilitas digunakan rumus sebagai berikut:

$$r = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2 \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Dimana:

r = reliabilitas instrumen

k = banyaknya pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = jumlah varians masing-masing item

σt^2 = varians total (Arikutno, 1998:193)

Suatu alat ukur dianggap reliabel apabila nilai koefisien alpha yang diperoleh sama dengan atau lebih besar dari 0,6.

2. Uji Regresi Linier Berganda

Data yang diperoleh melalui prosedur pengumpulan data selanjutnya dianalisis dengan menggunakan metode yang akan memberikan penafsiran atas hasil analisis data. Pada penelitian ini, pengolahan data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Tujuannya ialah untuk menganalisis secara bersamaan pengaruh beberapa variabel bebas (*independent*) terhadap variabel tergantung (*dependent*).

Analisis regresi linier berganda menurut Nurimawati (2008:12) adalah suatu analisis asosiasi yang digunakan secara bersamaan untuk meneliti pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel tergantung dengan skala interval. Menurut

Soetcipto dkk. (1999:101) bentuk umum persamaan regresi linier berganda ini adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e$$

Dimana :

Y = Variabel independen yaitu keputusan konsumen

B = konstanta perubahan variabel X terhadap Y

a = Koefisien konstanta

X = Variabel bebas, meliputi:

X₁ = Budaya

X₂ = Kelas sosial

X₃ = Pengaruh pribadi

X₄ = Pengaruh keluarga

X₅ = Pengaruh situasi

3. Uji Hipotesis

a. Uji Determinasi

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui persentase penggunaan variabel independen terhadap perubahan terhadap perubahan variabel independen (sugiyono, 1997: 67)

$$R = \frac{b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y}{\sum Y^2}$$

Dimana :

R = Koefisien determinan

$b \sum XY$ = Koefisien regresi antar variabel

b. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan koefisien variabel bebas mempunyai pengaruh nyata atau tidak terhadap variabel terikat (Sugiyono, 1997:78)

$$F \text{ hitung} = \frac{R^2 / (m - 1)}{(1 - R^2) / (N - m)}$$

Dimana:

R^2 = Koefisien determinan

m = Jumlah variabel

N = Jumlah sampel

- Apabila $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ maka H_1 ditolak H_0 diterima. Hal ini berarti tidak terdapat pengaruh yang simultan oleh variabel X dan Y
- Apabila $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ maka H_1 diterima H_0 ditolak. Hal ini berarti berpengaruh secara simultan oleh variabel X dan Y

c. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat dengan menggunakan uji masing-masing koefisien regresi

variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat (Sugiyono, 1997: 90)

$$t = r \left\{ \frac{n-2}{1-r^2} \right\}^{1/2}$$

Dimana:

r = koefisien regresi

n = jumlah responden

- Apabila $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ maka H_1 ditolak H_0 diterima. Hal ini berarti tidak terdapat pengaruh yang bermakna oleh variabel X dan Y
- Apabila $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$ maka H_1 diterima H_0 ditolak. Hal ini berarti ada pengaruh parsial oleh variabel X dan Y

BAB IV

PAPARAN DAN PEMBAHASAN DATA HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Data Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Pedagang Kaki Lima di Pasar Singosari Malang

Di kecamatan Singosari terdapat pedagang kaki lima (PKL) yang merupakan struktur kelompok usaha terbawah dalam jenjang dunia perdagangan, tak sedikit pengusaha besar merintis usahanya sebagai PKL di awal karirnya.

Lokasi penelitian ini diambil di daerah pasar Singosari Malang yaitu disepanjang Jalan Raya Singosari (sisi depan pasar) dan Jalan Sidomulyo (sisi selatan dan belakang pasar). Daerah ini merupakan pusat perdagangan dan pusat perbelanjaan masyarakat wilayah Singosari.

Di lokasi ini banyak dijumpai toko-toko yang saling berdekatan antara satu dengan yang lain. Sebagai sentra perdagangan primer di Singosari, lokasi ini merupakan tempat yang cukup strategis untuk tempat berdagang bagi pedagang-pedagang kecil dan pedagang besar. Adanya minat masyarakat yang cukup besar untuk berbelanja di daerah tersebut, membuat banyak pedagang kaki lima (PKL) yang mengambil kesempatan dengan memanfaatkan arus pejalan kaki yang menuju pasar Singosari,

sehingga diharapkan masyarakat yang melewati para PKL akan tertarik dan kemudian membeli barang dagangan yang mereka jual. Oleh karena itu, keberadaan sektor informal khususnya PKL tidak terlepas dari keberadaan sektor formal yaitu pertokoan, sehingga secara tidak langsung terjadi interaksi antara dua sektor yang berbeda tersebut. Lokasi ini juga didukung oleh terminal beberapa angkutan umum dari beberapa jurusan di Singosari.

Melihat keberadaan PKL yang merupakan kegiatan sektor ekonomi marginal (kecil-kecilan), maka kondisi diatas sangat menentukan banyak sedikitnya barang dagangan PKL. Karena didukung oleh lokasi yang sangat strategis, maka kelengkapan barang dagangan merupakan salah satu cara untuk menarik masyarakat untuk membeli barang dagangan pedagang kaki lima.

Sedikit banyaknya barang dagangan pedagang kaki lima tersebut tidak terlepas dari modal yang didapat oleh pedagang. Banyak yang menggunakan modal sendiri, jasa bank dan adapula yang menggunakan jasa bank-bank kecil seperti Badan Perkreditan Rakyat, Bank keliling (Pelepas uang), dan koperasi.

Modal adalah salah satu faktor utama dalam menjalankan usaha dalam berdagang. Tidak sedikit pedagang kecil yang membutuhkan modal untuk memperbaiki usahanya, dan hal ini menjadikan mereka berlomba-lomba untuk mencari modal yang

lebih banyak. Tidak sedikit pedagang sukses di pasar Singosari dimulai dari pedagang kaki lima. Yang bermula hanya menggunakan meja atau hanya menggunakan gelaran lapag kemudian mempunyai kios, yang awalnya satu kios kemudian menjadi bertambah kios, yang awalnya mempunyai pramuniaga satu kemudian bertambah dan demikian seterusnya. Namun banyak pula pedagang yang semakin lama semakin terjerembab dalam hutang yang tiada henti-hentinya, dan kemudian tak bisa berdagang karena tidak punya tempat untuk berjualan atau tidak adanya barang yang akan diperjual-belikan.

Pengetahuan akan sumber modal yang baik sangat dibutuhkan oleh para pedagang, dengan demikian para pedagang tidak merasa dirugikan oleh pemodal informal yang hanya mencari keuntungan semata tanpa melihat kesejahteraan peminjam. Dari sinilah peran bank-bank konvensional dan bank-bank syariah lebih ditingkatkan. Mengingat pengetahuan para pedagang kaki lima sangat minim.

2. Paguyuban Pedagang Kaki Lima

Di pasar Singosari terdapat organisasi yang bertujuan sebagai wadah untuk mencapai sasaran yang diharapkan dalam hal mendidik para pedagang kaki lima (PKL). Pada tanggal 23 Maret 2004, organisasi PKL dibentuk dengan diberi nama "TEGAS"

yang diambil dari falsafah jawa yaitu "*yen duwe krenteg kudu digagas*", dengan maksud kalau akan memutuskan sesuatu hal harus dipertimbangkan/dipikirkan terlebih dahulu baik dan buruknya atau sebelum kita bertindak harus mempertimbangkan baik dan buruknya..

a. Maksud Didirikan Paguyuban PKL

1. Mengikatkan diri dari berbagai macam pedagang untuk mencapai suatu kesepakatan dalam suatu wadah organisasi
2. Kesepakatan yang dimaksud adalah persamaan pendapat yang akan dituangkan didalam keputusan bersama
3. Wadah organisasi yang menjadi jembatan organisasi yang lebih tinggi

b. Tujuan Paguyuban PKL

1. Menjalankan segala kebijakan pemerintah dalam hal penertiban lingkungan pasar
2. Menyatukan visi dan misi dari berbagai pedagang untuk menuju kemakmurannya
3. Mendidik dan melatih para pedagang (dengan obyek usaha yang berbeda) menjadi dan merasa senasib seperjuangan sesama pedagang

c. Struktur Organisasi Paguyuban PKL

Adapun struktur organisasi sebagaimana disebutkan dalam bagan sebagaimana berikut:

Gambar 4.1
Bagan Organisasi Paguyuban Pkl

Berdasarkan struktur organisasi paguyuban pedagang kaki lima di pasar Singosari, dapat diuraikan *job description* dari masing-masing bagian sebagai berikut:

1) Pelindung

Pelindung bertugas melindungi paguyuban pedagang kaki lima di pasar Singosari

2) Penasehat

Penasehat bertugas menasehati atau memberi arahan secara positif terhadap paguyuban pedagang kaki lima di pasar Singosari

3) Ketua

Ketua membawahi seluruh anggota paguyuban pedagang kaki lima dan bertugas mengawasi kegiatan paguyuban pedagang kaki lima.

4) Wakil Ketua

Wakil ketua mengatur dan mengawasi tugas seksi ketertiban dan seksi penggal dana (humas) di paguyuban pedagang kaki lima pasar singosari

5) Sekretaris

Sekretaris bertugas mencatat agenda rapat dan surat menyurat untuk kepentingan paguyuban PKL

6) Bendahara

Bendahara bertugas mengambil dana iuran rutin dan mencatat pemasukan dan pengeluaran keuangan di paguyuban PKL

7) Seksi Ketertiban

Seksi ketertiban membantu ketertiban dan kerapian tata cara berjualan di pasar Singosari

8) Seksi Humas/Penggali dana

Seksi humas bertugas mencari dana sumbangan apabila ada salah satu anggota paguyuban PKL yang sedang mendapatkan musibah.

B. Paparan Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

Responden yang pendapatnya dijadikan sebagai ukuran penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah responden	Prosentase
Laki-laki	35	43,75%
Perempuan	45	56,25%
Total	80	100%

Sumber : Data diolah (kuesioner dan wawancara)

Berdasarkan tabel tersebut diatas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden adalah perempuan yakni sebanyak 45 orang (56,25%). Sedangkan sisanya yakni laki-laki sebanyak 35 orang (43,75%).

b. Berdasarkan Agama

Tabel 4.2
Jumlah Responden Berdasarkan Agama

Agama	Jumlah Responden	Prosentase
Islam	80	100%
Kristen	0	0%
Budha	0	0%
Hindu	0	0%
Total	80	100%

Sumber : Data diolah (kuesioner dan wawancara)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa 80 responden (100%) beragama islam.

c. Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.3
Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden	Prosentase
SD	35	43,75%
SMP	27	33,75%

SMU	18	22,5%
Sarjana	0	0%
Total	80	100%

Sumber : Data diolah (kuesioner dan wawancara)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa responden yang pendidikan terakhir SD sebanyak 35 orang (43,75%), SMP sebanyak 27 orang (33,75%), SMU sebanyak 18 orang (22,5%).

d. Berdasarkan Pendapatan Rata-Rata Perhari

Tabel 4.4
Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan Rata-Rata Perhari

Pendapatan	Jumlah Responden	Prosentase
≤ Rp. 100.000	9	11,25%
Rp.100.000 - Rp.250.000	51	63,75%
≥ Rp.250.000	20	25%
Total	80	100%

Sumber : Data diolah (kuesioner dan wawancara)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa responden yang pendapatan rata-rata perhari kurang dari Rp.100.000 sebanyak 9 orang (11,25%), pendapatan rata-rata perhari antara Rp. 100.000- Rp.250.000 sebanyak 51 orang (63,75%), pendapatan lebih dari Rp.250.000 sebanyak 20 orang (25%). Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat pendapatan antara Rp. 100.000- Rp. 250.000

e. Berdasarkan Barang Dagangan

Tabel 4.5
Jumlah Responden Berdasarkan Barang Dagangan

Barang Dagangan	Jumlah Responden	Prosentase
Rokok	3	3,75%
Buah	7	8,75%

Sayur-Mayur	19	15,2%
Ikan	4	5%
Ayam	5	6,25%
Pakaian	11	13,75%
Kaset	6	7,5%
Alat Pertukangan	2	2,5%
Jam	7	8,75%
Mainan	3	3,75%
Topi	2	2,5%
Makanan	7	8,75%
Kaca Mata	1	1,25%
Aksesoris	2	2,5
Buku	1	1,25%
Total	80	100%

Sumber : Data diolah (kuesioner dan wawancara)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa responden yang berdagang sayur-mayur berjumlah 19 orang (15,2), responden yang berdagang pakaian berjumlah 11 orang (13,75%), responden yang berdagang buah sebanyak 7 orang (8,75%), responden yang berdagang jam (arloji) berjumlah 7 orang (8,75%), responden yang berdagang makanan sebanyak 7 orang (8,75%),

responden yang berdagang kaset sebanyak 6 orang (7,5%), responden yang berdagang ayam sebanyak 5 orang (6,25%), responden yang berdagang ikan sebanyak 4 orang (5%), responden yang berdagang rokok 3 orang (3,75%), responden yang berdagang mainan sebanyak 3 orang (3,75%), responden yang berdagang alat pertukangan sebanyak 2 orang (2,5%), responden yang berdagang topi sebanyak 2 orang (2,5%), responden yang berdagang aksesoris sebanyak 2 orang (2,5%), responden yang berdagang kaca mata sebanyak 1 orang (1,25%), responden yang berdagang buku sebanyak 1 orang (1,25%).

2. Tanggapan Responden

Tanggapan responden tentang variabel-variabel yang diteliti berupa pertanyaan-pertanyaan yang diberikan melalui kuesioner dan wawancara dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Variabel X1 (Budaya)

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Pada Item-Item Variabel X1 (Budaya)

Item	Pertanyaan	Tanggapan									
		SB	%	B	%	CB	%	K	%	TB	%
								B			

X1.1	Apakah agama anda berpengaruh pada pengambilan modal di lembaga kredit informal ?	1	1,3	5	6,3	12	15,0	21	26,3	41	51,3
X1.2	Apakah kebiasaan anda meminjam modal berpengaruh pada pengambilan modal di lembaga kredit informal ?	8	10	12	15	14	17,5	25	31,3	21	26,3
X1.3	Apakah pengalaman anda dalam meminjam modal berpengaruh dalam pengambilan modal di lembaga kredit informal ?	10	12,5	16	20	15	18,8	20	25	19	23,8

Sumber : Data diolah (kuesioner dan wawancara)

Dari tabel diatas, diketahui bahwa mayoritas responden yang menyatakan sangat berpengaruh pada item X1.3 atau pengalaman dalam meminjam modal berpengaruh dalam

pengambilan modal di lembaga kredit informal yakni sebanyak 10 orang (12,5%). Responden yang menyatakan berpengaruh paling banyak pada item X1.3 yakni sebanyak 16 orang (20%). Responden yang paling banyak menyatakan cukup berpengaruh pada item X1.3 yakni sebanyak 15 orang (18,8%). Responden yang menyatakan kurang berpengaruh paling banyak pada item X1.2 atau kebiasaan meminjam modal berpengaruh dalam keputusan pengambilan modal di lembaga kredit informal yakni sebanyak 25 orang (31,3%). Sedangkan responden yang menyatakan tidak berpengaruh, yang paling banyak pada item X1.1 atau agama berpengaruh terhadap pengambilan modal di lembaga kredit informal yakni sebanyak 41 (51,3%).

b. Variabel X2 (Kelas Sosial)

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Pada Item-Item Variabel X2 (Kelas Sosial)

Item	Pertanyaan	Tanggapan									
		SB	%	B	%	CB	%	K B	%	TB	%
X2.1	Apakah pendapatan rata-rata perhari anda berpengaruh dalam pengambilan modal	5	6,3	23	28,8	32	40	19	23,8	1	1,3

	di lembaga kredit informal?										
X2.2	Apakah pendidikan anda berpengaruh pada pengambilan modal di lembaga kredit informal ?	1	1,3	6	7,5	15	18,8	29	36,3	29	36,6
X2.3	Apakah jenis dagangan anda berpengaruh dalam pengambilan modal di lembaga kredit informal ?	4	5	17	21,3	25	31,3	21	26,3	13	16,3
X2.4	Apakah kekayaan (harta) anda saat ini berpengaruh dalam pengambilan modal di lembaga kredit informal?	1	1,3	17	21,3	32	40	22	27,5	8	10

Sumber : Data diolah (kuesioner dan wawancara)

Dari tabel diatas, diketahui bahwa mayoritas responden yang menyatakan sangat berpengaruh pada item X2.1 atau pendapatan rata-rata perhari berpengaruh dalam pengambilan

modal di lembaga kredit informal yakni sebanyak 5 orang (5,3%). Responden yang menyatakan berpengaruh paling banyak pada item X2.1 yakni sebanyak 23 orang (28,8%). Responden yang paling banyak menyatakan cukup berpengaruh pada item X2.1 dan x2.4 atau kekayaan (harta) berpengaruh dalam pengambilan modal di lembaga kredit informal sebanyak 32 orang (40%). Responden yang menyatakan kurang berpengaruh paling banyak pada item X2.2 atau pendidikan berpengaruh terhadap pengambilan modal di lembaga kredit informal yakni sebanyak 29 orang (36,3%). Sedangkan responden yang menyatakan tidak berpengaruh, yang paling banyak pada item X2.2 yakni sebanyak 29 (36,3%).

c. Variabel X3 (Pengaruh Pribadi)

Tabel 4.8
Tanggapan Responden
Pada Item-Item Variabel X3 (Pengaruh Pribadi)

Item	Pertanyaan	Tanggapan									
		SB	%	B	%	CB	%	K	%	TB	%
								B			

X3.1	Apakah rekomendasi rekan kerja anda berpengaruh pada pengambilan modal di lembaga kredit informal ?	3	3,8	9	11,3	22	27,5	34	42,5	12	15
X3.2	Apakah paguyuban PKL anda berpengaruh pada pengambilan modal di lembaga kredit informal ?	1	1,3	4	5	13	16,3	30	37,5	32	40
X3.3	Apakah pengalaman orang lain berpengaruh dalam pengambilan modal di lembaga kredit informal ?	1	1,3	6	7,5	27	33,8	31	38,8	15	18,8

Sumber : Data diolah (kuesioner dan wawancara)

Dari tabel diatas, diketahui bahwa mayoritas responden yang menyatakan sangat berpengaruh pada item X3.1 atau rekomendasi rekan kerja berpengaruh dalam pengambilan modal di lembaga kredit informal yakni sebanyak 3 orang (3,8%).

Responden yang menyatakan berpengaruh paling banyak pada item X3.1 yakni sebanyak 9 orang (11,3%). Responden yang paling banyak menyatakan cukup berpengaruh pada item X3.3 atau pengalaman orang lain berpengaruh dalam pengambilan modal di lembaga kredit informal yakni sebanyak 27 orang (33,8%). Responden yang menyatakan kurang berpengaruh paling banyak pada item X3.1 yakni sebanyak 34 orang (42,5%). Sedangkan responden yang menyatakan tidak berpengaruh, yang paling banyak pada item X3.2 atau paguyuban PKL berpengaruh dalam pengambilan modal di lembaga kredit informal yakni sebanyak 32 orang (40%).

d. Variabel X4 (Keluarga)

Tabel 4.9
Tanggapan Responden Pada Item-Item Variabel X4 (Keluarga)

Item	Pertanyaan	Tanggapan									
		SB	%	B	%	CB	%	K B	%	TB	%
X4.1	Apakah jumlah tanggungan keluarga berpengaruh pada pengambilan modal di lembaga kredit informal ?	7	8,8	20	25	23	28,8	14	17,5	16	20

X4.2	Apakah keluarga berpengaruh pada pengambilan modal di lembaga kredit informal ?	4	5	12	15	26	32,5	13	16,3	25	31,3
X4.3	Apakah kehadiran anak dalam keluarga berpengaruh dalam pengambilan modal di lembaga kredit informal ?	0	0	6	7,5	17	21,3	28	35	29	36,3
X4.4	Apakah pasangan hidup berpengaruh dalam pengambilan modal di lembaga kredit informal?	9	11,3	28	35	15	18,8	19	23,8	9	11,3

Sumber : Data diolah (kuesioner dan wawancara)

Dari tabel diatas, diketahui bahwa mayoritas responden yang menyatakan sangat berpengaruh pada item X4.4 atau pasangan hidup berpengaruh dalam pengambilan modal di lembaga kredit informal yakni sebanyak 9 orang (11,3%). Responden yang menyatakan berpengaruh paling banyak pada item X4.4 yakni sebanyak 28 orang (35%). Responden yang paling

banyak menyatakan cukup berpengaruh pada item X4.2 atau keluarga berpengaruh dalam pengambilan modal di lembaga kredit informal yakni sebanyak 26 orang (32,5%). Responden yang menyatakan kurang berpengaruh paling banyak pada item X4.3 atau kehadiran anak dalam keluarga berpengaruh dalam pengambilan modal di lembaga kredit informal yakni sebanyak 28 orang (35%). Sedangkan responden yang menyatakan tidak berpengaruh, yang paling banyak pada item X4.3 yakni sebanyak 29 (36,3%).

e.Variabel X5 (Situasi)

**Tabel 4.10
Tanggapan Responden Pada Item-Item Variabel X5 (Situasi)**

Item	Pertanyaan	Tanggapan									
		SB	%	B	%	CB	%	KB	%	TB	%
X5.1	Apakah penawaran kreditor berpengaruh dalam pengambilan modal di lembaga kredit informal ?	3	3,8	18	22,5	24	30	32	40	3	3,8

X5.2	Apakah pengaruh situasi pembelian sehari-hari berpengaruh pada pengambilan modal di lembaga kredit informal ?	7	8,8	25	31,3	26	32,5	20	25	2	2,5
X5.3	Apakah kebutuhan modal dalam perdagangan berpengaruh dalam pengambilan modal di lembaga kredit informal ?	14	17,5	39	48,8	22	27,5	3	3,8	2	2,5

Sumber : Data diolah (kuesioner dan wawancara)

Dari tabel diatas, diketahui bahwa mayoritas responden yang menyatakan sangat berpengaruh pada item X5.3 atau kebutuhan modal dalam perdagangan berpengaruh dalam pengambilan modal di lembaga kredit informal yakni sebanyak 14 orang (17,5%). Responden yang menyatakan berpengaruh paling banyak pada item X5.3 yakni sebanyak 39 orang (48,8%). Responden yang paling banyak menyatakan cukup berpengaruh pada item X5.2 atau situasi pembelian sehari-hari berpengaruh

dalam pengambilan modal di lembaga kredit informal yakni sebanyak 26 orang (32,5%). Responden yang menyatakan kurang berpengaruh paling banyak pada item X5.1 atau penawaran *kreditor* berpengaruh dalam pengambilan modal di lembaga kredit informal yakni sebanyak 32 orang (40%). Sedangkan responden yang menyatakan tidak berpengaruh, yang paling banyak pada item X5.1 atau yakni sebanyak 3 (3,8%).

f. Variabel Y (Keputusan Konsumen)

Tabel 4.11
Tanggapan Responden Pada Item-Item Variabel Y
(Keputusan Konsumen)

Item	Pertanyaan	Tanggapan									
		SB	%	B	%	CB	%	K B	%	TB	%
Y1	Apakah keinginan untuk menambah modal berpengaruh dalam pengambilan modal di lembaga kredit informal ?	11	13,8	45	56,3	21	26,3	3	3,8	0	0
Y2	Apakah kesesuaian pengambilan modal dengan jenis	13	16,3	31	38,8	27	33,8	9	11,3	0	0

keperluan berpengaruh dalam pengambilan modal di lembaga kredit informal ?											

Sumber : Data diolah (kuesioner dan wawancara)

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang paling menyatakan sangat berpengaruh pada item Y2 atau kesesuaian pengambilan modal dengan jenis keperluan berpengaruh dalam pengambilan modal di lembaga kredit informal yakni sebanyak 13 orang (16,3%), responden yang paling banyak menyatakan berpengaruh pada item Y1 atau keinginan untuk menambah modal berpengaruh dalam pengambilan modal di lembaga kredit informal sebanyak 45 orang (56,3%), responden yang paling banyak menyatakan cukup berpengaruh pada item Y2 yaitu sebanyak 27 orang (33,8%), responden yang paling banyak menyatakan kurang berpengaruh pada item Y2 yakni sebanyak 9 orang (11,3%)

C. Intepretasi Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Ada syarat penting yang berlaku pada sebuah keusioner, yaitu valid dan reliabel. Suatu kuesioner dikatakan valid jika item-item

pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Sedangkan kuesioner tersebut reliabel apabila jawaban responden terhadap variabel-variabel tersebut konsisten dari waktu ke waktu atau jawaban yang diberikan yang satu dengan yang lain akan sama. Jika item-item kuesioner tersebut bisa dijadikan prediktor variabel yang diteliti.

Item-item tersebut jika mempunyai nilai validitas > dari 0,3 maka item-item tersebut dikatakan valid. Sedangkan jika variabel-variabel tersebut mempunyai nilai koefisien alpha (α) yang diperoleh >60% (0,60) maka variabel tersebut dikatakan reliabel. Dalam penelitian ini kevalidan dan kereliabelan dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4.12
Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X1 (Budaya)

Item	Validitas	Alpha	Keterangan
X1.1	0,4670	0,6931	Valid dan Reliabel
X1.2	0,6382		Valid dan Reliabel
X1.3	0,4553		Valid dan Reliabel

Sumber : Data Primer (diolah)

Tabel 4.13
Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X2 (Kelas Sosial)

Item	Validitas	Alpha	Keterangan
------	-----------	-------	------------

X2.1	0,4562	0,6364	Valid dan Reliabel
X2.2	0,4546		Valid dan Reliabel
X2.3	0,4455		Valid dan Reliabel
X2.4	0,3204		Valid dan Reliabel

Sumber : Data Primer (diolah)

Tabel 4.14
Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X3 (Pengaruh Pribadi)

Item	Validitas	Alpha	Keterangan
X3.1	0,6781	0,7584	Valid dan Reliabel
X3.2	0,4932		Valid dan Reliabel
X3.3	0,6047		Valid dan Reliabel

Sumber : Data Primer (diolah)

Tabel 4.15
Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X4 (Keluarga)

Item	Validitas	Alpha	Keterangan
X4.1	0,3501	0,6232	Valid dan Reliabel
X4.2	0,4907		Valid dan Reliabel
X4.3	0,4439		Valid dan Reliabel
X4.4	0,3536		Valid dan Reliabel

Sumber : Data Primer (diolah)

Tabel 4.16
Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X5 (Situasi)

Item	Validitas	Alpha	Keterangan
X5.1	0,4348	0,6821	Valid dan Reliabel
X5.2	0,5096		Valid dan Reliabel

X5.3	0,5504		Valid dan Reliabel
------	--------	--	--------------------

Sumber : Data Primer (diolah)

Tabel 4.17
Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Y
(Keputusan Pengambilan Modal)

Item	Validitas	Alpha	Keterangan
Y1	0,6005	0,7443	Valid dan Reliabel
Y2	0,6005		Valid dan Reliabel

Sumber : Data Primer (diolah)

Berdasarkan tabel 4.12 - 4.17 dapat disimpulkan bahwa item kuesioner yang diberikan kepada responden sudah valid dan reliabel. Hal ini terbukti bahwa nilai validitasnya $> 0,3$ dan koefisien alphanya $> 60\%$ (0,60).

2. Uji Regresi Linier Berganda

Pengujian ini dilakukan untuk mengukur seberapa besar pengaruh dari variabel bebas yakni faktor lingkungan (X) terhadap variabel terikat yakni keputusan pengambilan modal oleh pedagang kaki lima (Y). Tingkat kepercayaan yang digunakan dalam perhitungan korelasi linier berganda ini 95 % atau dengan tingkat signifikan 0,05 ($\alpha = 0,05$). Agar diperoleh hasil perhitungan koefisien regresi yang tepat dalam pengolahan data digunakan bantuan SPSS 11.0 *for windows*. Hasil uji regresi linier berganda dapat dilihat sebagaimana berikut:

Tabel 4.18
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi B	Beta	t hitung	Probabilitas (Sig.t)	Keterangan
Constanta	5,200		6,407	0,000	
Budaya (X1)	-6,07E-02	-0,146	-1,216	0,228	Tidak Signifikan
Kelas Sosial (X2)	2,509E-02	0,057	0,520	0,604	Tidak Signifikan
Pengaruh Pribadi (X3)	-7,33E-02	-0,142	-1,012	0,315`	Tidak Signifikan
Keluarga (X4)	2,454E-02	0,065	0,614	0,541	Tidak Signifikan
Situasi (X5)	0,266	0,487	3,783	0,000	Signifikan
N	80				
R	0,457				
R Square	0,209				
Adjusted R Square	0,155				
F hitung	3,904				
Signifikan F hitung	0,003				
Std Error (e)	0,812				

Sumber : Data Primer (diolah)

Dari hasil analisis regresi linier berganda diformulasikan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

$$Y = 5,200 - 0,0607X_1 + 0,02509X_2 - 0,0733X_3 + 0,02454X_4 + 0,266X_5 + 0,812$$

Berdasarkan tabel 4.18 dan model regresi diatas maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1. $\alpha = 5,200$

Konstanta 5,200 berarti bahwa keputusan pengambilan modal akan konstan sebesar 5,200 % jika tidak dipengaruhi variabel budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga, dan situasi. Sehingga dapat diartikan bahwa pedagang kaki lima kurang mengetahui kekurangan dan keburukan dalam mengambil modal di lembaga kredit informal (pelepas uang)

2. $b_1 = -0,0607$

Untuk setiap kontribusi dari variabel budaya (X_1) akan mempengaruhi keputusan konsumen (Y) sebesar $-0,0607$ yang berarti bahwa bila variabel budaya (X_1) naik 1 unit maka variabel keputusan pengambilan modal (Y) turun $0,0607$ dengan asumsi variabel kelas sosial (X_2), pengaruh pribadi (X_3), keluarga (X_4), dan situasi (X_5) tetap.

3. $b_2 = 0,02509$

Untuk setiap kontribusi dari variabel kelas sosial (X_2) akan mempengaruhi keputusan konsumen (Y) sebesar $0,02509$ yang

berarti bahwa bila variabel kelas sosial (X2) naik 1 unit maka variabel keputusan pengambilan modal (Y) naik 0,02509 dengan asumsi variabel budaya (X1), pengaruh pribadi (X3), keluarga (X4), dan situasi (X5) tetap.

4. $b_3 = -0,0733$

Untuk setiap kontribusi dari variabel pengaruh pribadi (X3) akan mempengaruhi keputusan konsumen (Y) sebesar -0,0733 yang berarti bahwa bila variabel pengaruh pribadi (X3) naik 1 unit maka variabel keputusan pengambilan modal (Y) turun 0,0733 dengan asumsi variabel budaya (X1), kelas sosial (X2), keluarga (X4), dan situasi (X5) tetap.

5. $b_4 = 0,02454$

Untuk setiap kontribusi dari variabel keluarga (X4) akan mempengaruhi keputusan konsumen (Y) sebesar 0,02454 yang berarti bahwa bila variabel pengaruh keluarga (X4) naik 1 unit maka variabel keputusan pengambilan modal (Y) naik sebesar 0,02454 dengan asumsi bahwa variabel budaya (X1), kelas sosial (X2), pengaruh pribadi (X3), dan situasi (X5) tetap.

6. $b_5 = 0,02661$

Untuk setiap kontribusi dari variabel situasi (X5) akan mempengaruhi keputusan konsumen (Y) sebesar 0,266 yang berarti bahwa bila variabel pengaruh situasi naik sebesar 1 unit

maka variabel keputusan pengambilan modal (Y) akan naik sebesar 0,266 dengan asumsi bahwa variabel budaya (X1), kelas sosial (X2), pengaruh pribadi (X3), dan keluarga (X4) tetap.

3. Uji Determinasi

Koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,155 atau 15,5%. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase pengaruh variabel X1, X2, X3, X4, dan X5 terhadap variabel keputusan pengambilan modal di lembaga kredit informal (pelepas uang) dan besarnya pengaruh variabel X1, X2, X3, X4, dan X5 terhadap variabel keputusan pengambilan modal dalam penelitian ini adalah sebesar 15,5 % sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4. Uji F (Simultan)

Uji F untuk menguji ada tidaknya peran variabel *independent* secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel *dependent* dapat diketahui dengan menggunakan uji F. Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung > F tabel maka H_0 ditolak H_a diterima, dan jika F hitung < F tabel maka H_0 diterima H_a ditolak. Atau dengan asumsi $H_0 : B_1 = B_2 = 0$ (X1 tidak mempengaruhi Y). $H_a : B_k \neq 0$ (paling tidak ada satu, X1, atau X2, atau X3, atau X4, atau X5 yang mempengaruhi Y)

Dari hasil regresi linier berganda (tabel 4.18) dapat diketahui bahwa F tabel didapat dari $V1 = 5$, $V2 = 75$ dengan taraf nyata 5% maka ditemukan nilai $F_{0,05(5,75)} = 2,34$. Sehingga F hitung $3,094 > F$ tabel $2,34$ sedangkan signifikan $(0,003) <$ dari α pada taraf 5% atau $0,05$. Sehingga H_a yang berbunyi ada pengaruh yang signifikan antara variabel budaya (X1), kelas sosial (X2), pengaruh pribadi (X3), keluarga (X4) dan situasi (X5) terhadap variabel keputusan pengambilan modal di lembaga kredit informal (pelepas uang) diterima, sedangkan H_o yang berbunyi tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel budaya (X1), kelas sosial (X2), pengaruh pribadi (X3), pengaruh keluarga (X4) dan pengaruh situasi (X5) terhadap variabel keputusan pengambilan modal di lembaga kredit informal (pelepas uang) ditolak atau dapat dikatakan bahwa variabel budaya (X1), kelas sosial (X2), Pengaruh pribadi (X3), keluarga (X4) dan situasi (X5) berpengaruh nyata secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel keputusan pengambilan modal (Y) di lembaga kredit informal (pelepas uang).

5. Uji t (Parsial)

Uji t untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh masing-masing variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Cara pengujiannya adalah dengan melihat nilai t hitung dan nilai t tabel. Nilai t tabel yakni sebesar 1,990. Jika t hitung $>$ t tabel maka dapat

disimpulkan bahwa H_0 ditolak H_1 diterima, dan jika t hitung $< t$ tabel maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Atau dengan asumsi $H_0 : B_1 = 0$ (X_1 tidak mempengaruhi Y). $H_a : B_1 \neq 0$ (X_1 mempengaruhi Y). Dari tabel t , dengan taraf nyata 5%, df. $V_1= 5, V_2= 75, \alpha/2 = 0,05/2 = 0,025$. $t_{0,025(75)} = 1,990$

Adapun hasil analisis yang diperoleh dari tabel 4.18 sebagai berikut:

a) Budaya (X_1)

Hasil pengolahan data menunjukkan nilai t hitung $-1,216 < t$ tabel $1,990$ dan nilai p $0,228 > 0,05$. Sehingga H_a yang berbunyi ada pengaruh yang signifikan antara variabel budaya (X_1) dengan variabel keputusan pengambilan modal (Y) ditolak, sedangkan H_0 yang berbunyi tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel budaya (X_1) dengan variabel keputusan pengambilan modal (Y) diterima. Atau dapat disimpulkan bahwa variabel budaya (X_1) tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pengambilan modal (Y).

b) Kelas Sosial (X_2)

Hasil pengolahan data menunjukkan nilai t hitung $0,520 < t$ tabel $1,990$, dan angka signifikansinya $0,604 > 0,05$ sehingga H_a yang berbunyi ada pengaruh yang signifikan antara variabel kelas sosial (X_2) terhadap variabel keputusan

pengambilan modal (Y) ditolak, sedangkan H_0 yang berbunyi tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel budaya (X1) dengan variabel keputusan pengambilan modal (Y) diterima. Atau dapat disimpulkan bahwa variabel budaya (X1) tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pengambilan modal (Y).

c) Pengaruh Pribadi (X3)

Hasil pengolahan data menunjukkan nilai t hitung $-1,012 < t$ tabel $1,990$, dan angka signifikansinya $0,315 > 0,05$ sehingga H_a yang berbunyi ada pengaruh yang signifikan antara variabel pengaruh pribadi (X3) terhadap variabel keputusan pengambilan modal (Y) ditolak, sedangkan H_0 yang berbunyi tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel pengaruh pribadi (X3) dengan variabel keputusan pengambilan modal (Y) diterima. Atau dapat disimpulkan bahwa variabel pengaruh pribadi (X3) tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pengambilan modal (Y).

d) Keluarga (X4)

Hasil pengolahan data menunjukkan nilai t hitung $0,614 < t$ tabel $1,990$, dan angka signifikansinya $0,604 > 0,05$ sehingga H_a yang berbunyi ada pengaruh yang signifikan antara variabel keluarga (X4) terhadap variabel keputusan pengambilan modal (Y) ditolak, sedangkan H_0 yang berbunyi tidak ada pengaruh yang

signifikan antara variabel keluarga (X4) dengan variabel keputusan pengambilan modal (Y) diterima. Atau dapat disimpulkan bahwa variabel keluarga (X4) tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pengambilan modal (Y).

e) Situasi (X5)

Hasil pengolahan data menunjukkan nilai t hitung 3,783 > t tabel 1,990 dan angka signifikansinya $0,000 < 0,05$ sehingga H_a yang berbunyi ada pengaruh yang signifikan antara variabel situasi (X5) terhadap variabel keputusan pengambilan modal (Y) diterima, sedangkan H_0 yang berbunyi tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel situasi (X5) dengan variabel keputusan pengambilan modal (Y) ditolak. Atau dapat disimpulkan bahwa variabel situasi (X5) berpengaruh terhadap variabel keputusan pengambilan modal (Y).

6. Uji Variabel Dominan

Untuk menguji variabel dominan, terlebih dahulu diketahui kontribusi masing-masing variabel *independent* yang diuji terhadap variabel *dependent*. Kontribusi masing-masing variabel diketahui dari koefisien determinasi regresi sederhana terhadap variabel terikat atau diketahui dari kuadrat korelasi sederhana variabel X terhadap variabel Y.

Tabel 4.19

Koefisien Determinasi Regresi Sederhana

Variabel	R	r ²	Kontribusi %
X1	-0,127	0,0161	1,61%
X2	0,012	0,0001	0,01%
X3	0,083	0,0689	6,89%
X4	0,129	0,0166	1,66%
X5	0,396	0,1568	15,68%

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel yang dominan adalah variabel X5 atau variabel situasi yaitu $r^2 = 0,1568$ atau kontribusi sebesar 16 %.

D. Pembahasan Hasil Analisis Data

Sesuai dengan rumusan dan tujuan penelitian yang ditetapkan pada bab sebelumnya, maka pembahasan hasil penelitian sebagai berikut:

1) Faktor Lingkungan Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Keputusan Pengambilan Modal

Hasil penelitian berdasarkan data primer yang telah diolah dengan menggunakan SPSS 11 *For Windows*, dapat diperoleh bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama (simultan) antara faktor lingkungan yang meliputi variabel budaya, kelas sosial,

pengaruh pribadi, keluarga, dan situasi berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan pengambilan modal di lembaga kredit informal. Hal ini sesuai dengan temuan Engel (1992) dalam Budiyanto (1994:59) bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi dan membentuk perilaku proses keputusan yaitu budaya, kelas sosial, pribadi, keluarga, dan situasi.

Temuan penelitian juga menguatkan temuan sebelumnya, yakni sebagaimana temuan Lubis (2005) yang menyatakan bahwa faktor lingkungan berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan pengambilan modal. Hal ini menyatakan bahwa faktor lingkungan adalah faktor yang membentuk dan menghambat individu dalam pengambilan keputusan.

Temuan diatas sebenarnya tidak terlalu mengejutkan, sebab hal ini telah alam disinyalir oleh Peter dan Olson (1999:9) bahwa lingkungan adalah semua karakteristik fisik dan sosial dari dunia eksternal konsumen, termasuk di dalamnya objek fisik, hubungan keruangan, dan perilaku sosial orang lain. Dengan demikian, analisa faktor lingkungan diterima sebagai suatu penelitian yang mendasar dalam keputusan pengambilan modal. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan pengaruh lingkungan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan

pengambilan modal di lembaga kredit informal (pelepas uang) terbukti.

Kurang bervariasinya data penelitian mengakibatkan besarnya pengaruh variabel budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga, dan situasi hanya sebesar 15,5 % terhadap variabel keputusan pengambilan modal, yang berarti bahwa keputusan pengambilan modal di pelepas uang dipengaruhi faktor lain selain faktor lingkungan yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Sebenarnya pedagang kaki lima yang pernah mengambil modal di pelepas uang kurang memperhatikan pengaruh variabel satu dengan yang lain, mereka menganggap bahwa pengambilan di rentenir karena kebutuhan akan modal kerja yang disesuaikan dengan kondisi perdagangan, sedangkan untuk pengambilan modal dilembaga formal seperti bank-bank formal sangat mereka takutkan. Hal ini dikarenakan jika mengambil modal di lembaga keuangan formal selain harus ada jaminan (agunan) juga melalui prosedur yang rumit dan ada rentang waktu yang cukup lama dalam mendapatkan modal yang diajukan, padahal para pedagang membutuhkan dana cepat.

Sebenarnya prosedural dalam mengambil modal di lembaga keuangan formal tidak serumit yang dibayangkan oleh

para pedagang. Dengan tingkat pendidikan formal responden yang rata-rata cukup rendah yakni 43% sekolah dasar dan 33,75% sekolah menengah pertama, maka pengetahuan akan prosedural dalam mengambil modal di lembaga keuangan formal tidak cukup difahami oleh para pedagang sehingga hal tersebut menjadi salah satu faktor yang menyebabkan para pedagang tidak mengambil modal di lembaga keuangan formal melainkan di lembaga keuangan informal (pelepas uang).

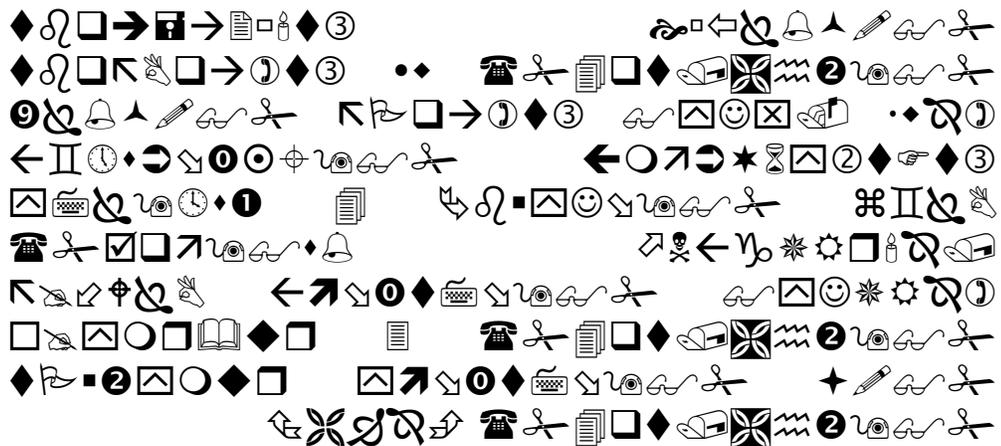
Bank-bank konvensional juga telah mengembangkan aturan simpan-pinjam yang memberikan kemudahan bagi pedagang kecil menengah, tanpa jaminan dan bunga yang ditawarkan sangat terjangkau. Meskipun begitu, masih banyak pedagang kaki lima yang masih melakukan pengambilan di lembaga kredit informal (pelepas uang), hal ini banyak dikarenakan kebiasaan, kebutuhan akan modal cepat, pengaruh rekan kerja, dan besarnya keuntungan dari pendapatan yang mereka kira hanya mampu membayar pinjaman di pelepas uang. Biasanya yang demikian itu adalah para pedagang yang belum dijangkau oleh lembaga formal.

Pelepas uang (rentenir) bisa juga disebut perbuatan riba, riba yaitu mengambil keuntungan dari jerih payah orang lain sehingga kadang-kadang mengancam jiwa dan semangat

kegotong-royongan. (Alkindhi, 1992:105). Islam sangat mengecam riba dan perbuatan ini termasuk dosa besar yang tidak dapat dihapuskan dengan perbuatan-perbuatan baik kecuali dengan tobat.

Dalam hal ini, usaha pelepas uang termasuk dalam golongan riba nasiah, yaitu riba yang terjadi dalam utang piutang dengan bunga. Peminjam dapat memanfaatkan barang yang dipinjamnya, termasuk uang, selama tidak merusak nilainya, namun yang meminjamkan tidak diperbolehkan mengambil untung kecuali barang atau uang yang menjadi miliknya semula (Al-kindhi, 1992:106). Hal ini diperkuat dengan firman

Allah SWT dalam surat Al-Baqarah : 275



Artinya:

“Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syetan, seperti orang gila. Itu disebabkan mereka mengatakan: Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba. Dan Allah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba.” (Q.S. Al-Baqarah:275).

Dari ayat diatas dijelaskan bahwa berapapun kecilnya nilai riba tetap haram. Jadi tidak ada toleransi sama sekali, seperti halnya larangan meminum arak. Bila islam mengharamkan arak bukan berarti kita diperbolehkan meminumnya sedikit. Bahkan dalam riba yang diancam dosa bukanlah pemodalnya saja tetapi semua yang terlibat dalam riba tersebut.

Keharaman riba tidak terlepas dari perbuatan pelepas uang namun bank-bank konvensional pun juga bisa dikatakan haram dalam penggunaan bunganya. Hal ini berdasarkan pendapat Muthahhari (1995:93) yang menyatakan bahwa bank mengumpulkan uang dari masyarakat dan membujuk masyarakat untuk menyimpan uangnya di bank dengan imbalan keuntungan. Maka bank mengumpulkan modalnya dengan menghimpun uang-uang yang sedikit dan menginvestasikannya dalam usaha-usaha para pengusaha. Tentu bunga yang diambil lebih besar daripada bunga yang diberikan kepada pemilik uang. Dengan cara ini bank memperoleh keuntungan. Kegiatan ini dilakukan dengan cara zalim, namun dengan cara begini kegiatan-kegiatan perekonomian terus berjalan. Oleh karena itu, hendaknya kegiatan-kegiatan bank konvensional lebih dibatasi dalam permasalahan ini, karena jelas bahwa sistem bunga merupakan tambahan yang berupa riba dan hukumnya haram, sehingga

segala amaliyah yang mengandung perbuatan riba harus dihentikan, tetapi dalam proses menghentikan perbuatan riba yang sudah menjadi suatu kebiasaan masyarakat sangat sulit. Untuk menghentikannya harus didukung oleh fasilitas-fasilitas yang sesuai dengan ajaran islam. Yang dimaksud didalamnya adalah lembaga keuangan syariah .

Pinjam-meminjam dalam islam merupakan salah satu metode hubungan *finansial* , seperti jual-beli, bagi hasil, dan sewa. Pinjam-meminjam juga merupakan akad sosial bukan komersial. Artinya, bila seseorang meminjam sesuatu, ia tidak oleh disyaratkan untuk memberikan tambahan atas pokok pinjamannya. Oleh karena itu, dalam islam pinjaman tidak disebut kredit tapi pembiayaan (Antonio, 2001:170).

Pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil (kasmir, 2004:92).

Berdirinya bank-bank kecil seperti koperasi dan BMT telah banyak membantu rakyat kecil dalam mengembangkan usahanya. Namun tidak sedikit pula yang menjadikan hal ini

kesempatan pada orang-orang yang membutuhkan yaitu menjadi pelepas uang yang sangat merugikan rakyat kecil.

Memajukan peran bank Syariah adalah salah satu cara untuk mengatasi kezhaliman yang sedang dinikmati oleh bangsa Indonesia. Pembiayaan dalam bank Syariah adalah untuk menyediakan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil (Kasim, 2004:92). Sehingga jelaslah bahwa imbalan atau bagi hasil dibagi sesuai kesepakatan bersama dan pastinya tidak akan merugikan kedua belah pihak.

b) Variabel Situasi yang Dominan Berpengaruh terhadap Keputusan Pengambilan Modal pada Lembaga Kredit Informal.

Dari hasil uji t dan analisis regresi linier sederhana, disebutkan bahwa variabel situasi adalah variabel yang dominan parsial berpengaruh terhadap keputusan pedagang kaki lima dalam pengambilan modal di lembaga kredit informal (pelepas uang). Yang berarti bahwa hipotesis kedua yang menyatakan kelas sosial (pendapatan) adalah variabel dominan yang

mempengaruhi keputusan pedagang kaki lima dalam pengambilan modal di lembaga kredit informal tidak terbukti.

Dari hasil penelitian, diketahui bahwa variabel situasi adalah variabel yang dominan berpengaruh terhadap keputusan pengambilan modal. Hal ini sesuai dengan Atmosudirdjo (1976:44) yang menyatakan bahwa situasi adalah set atau kumpulan dari semua faktor yang menentukan atau mempengaruhi keadaan (dalam arti luas) atau sirkumstansi (keadaan sekeliling) kita. Didalam situasi terdapat kondisi yang berarti bahwa keseluruhan dari pada faktor-faktor yang secara langsung mempengaruhi atau menentukan kemampuan gerak-gerik hidup atau fungsi atau kemampuan kita dan bertahan cukup lama.

Peter dan Olson dalam Sumiharti (2000:10) juga menyatakan bahwa situasi adalah urutan perilaku yang diarahkan oleh tujuan bersama-sama dengan tanggapan afektif dan kognitif serta berbagai macam lingkungan dimana perilaku tersebut muncul. Dan hal ini dipertegas dengan teori James F. Engel (1992) dalam Budiyanto (1994:45) yaitu peranan pengaruh situasi sebagai determinan perilaku konsumen dan strategi pemasaran. Sesungguhnya, situasi menggunakan beberapa dari pengaruhnya yang paling meresap di dalam bidang perilaku

konsumen karena satu alasan sederhana yaitu perilaku selalu terjadi di dalam konteks situasi.

Dari pendapat-pendapat pakar dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel situasi adalah variabel determinan yang secara langsung mempengaruhi atau menentukan perilaku keputusan yang selanjutnya akan mendefinisikan situasi yang akan dihadapi.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pedagang kaki lima dalam mengambil di lembaga kredit informal (pelepas uang) dicenderung oleh faktor kebutuhan modal. Yaitu diantaranya:

- 1) Melalui pelepas uang (rentenir) modal mudah didapatkan karena prosedur meminjam mudah
- 2) Pengambilan modal di pelepas uang tidak menggunakan jaminan, dan modal mudah didapat, sehingga seringkali peminjam dan pemodal hanya bermodal kepercayaan.

Dalam hal ini, rentenir sangat menguntungkan bagi pedagang kecil seperti pedagang kaki lima, karena mereka tidak mempunyai resiko akan kehilangan surat-surat penting atau barang-barang berharga lainnya. Namun, kerugiannya adalah, bila pinjaman belum lunas saat jatuh tempo, maka peminjam akan dikenakan bunga berbunga, atau dapat dikatakan setoran

yang belum lunas akan dibungakan lagi sehingga semakin banyak hutangnya.

Pengambilan modal biasanya tidak hanya digunakan untuk melengkapi barang dagangan, namun juga untuk keperluan rumah tangga. Sehingga dana yang seharusnya produktif menjadi konsumtif dan tidak dapat dikembangkan. Hal inilah yang biasanya menjadikan pedagang kecil bangkrut. Bunga uang yang belum lunas menjadi berbunga dan semakin besar hutangnya, sehingga keuntungan dari barang dagangan yang seharusnya untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga beralih menjadi pembayaran utang.

Kondisi perdagangan dalam transaksi jual beli di pedagang kaki lima juga merupakan salah satu faktor penting dalam pengambilan modal di lembaga kredit informal, mengingat pasar Singosari adalah satu-satunya pasar tradisional yang ada di daerah Singosari, maka jual beli di pasar Singosari sangat ramai, dimulai dari jam 1 pagi hingga malam hari. Pedagang kaki limapun semakin hari semakin bertambah, ada yang hanya sekedar mencoba sampai ada pula yang sekarang maju pesat. Mereka tak enggan untuk menjalin kerjasama dengan para rentenir, mereka merasa yakin bahwa rentenir sangat

menguntungkan. Bayangkan saja, modal yang diberikan Rp. 500.000 dengan cicilan Rp. 5000 setiap hari selama 6 bulan, padahal bila dihitung-hitung, 5000×180 hari maka total yang harus dibayar adalah 900.000 dengan demikian bunganya mencapai 80% per 6 bulan. Bila dibandingkan dengan bank konvensional yang notabene dikatakan riba padahal bunganya hanya kisaran 2 % perbulan. Betapa ruginya para pedagang yang mengambil modal di pelepas uang bila dibandingkan mengambil modal di lembaga keuangan syariah yang tidak menggunakan sistem bunga namun menggunakan sistem bagi hasil.

Konsep keuangan syariah tidak jauh berbeda dengan keuangan konvensional. (Danila, 2008:38).. Konsep keuangan syariah mempunyai satu prinsip dasar yang melekat. Yakni pada akad atau ijab qabul (perjanjian) antara pihak pertama dengan pihak kedua. Dengan sistem bagi hasil, maka *return* atau keuntungan tidak bisa ditentukan di depan. Tapi, mengiringi perjalanan bisnis pengelola modal. Saat pengelola modal untung besar maka *return investor* juga tinggi. Sebaliknya, saat pengelola modal bangkrut, maka penanam modal juga turut menanggung. Berbeda dengan konvensional yang menetapkan *return* di depan. Maka klien atau nasabah tak pernah bisa menikmati untung besar. Begitu juga jika bank kolaps, pihak ini menanggung

sendiri dengan tetap membayar *return* pada nasabah sesuai kesepakatan awal.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Hasil pengujian menunjukkan bahwa faktor lingkungan yang berupa budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga, dan situasi berpengaruh simultan terhadap keputusan pengambilan modal di lembaga kredit informal (pelepas uang). Hasil pengujian uji F secara simultan dihasilkan bahwa variabel budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga, dan situasi secara simultan (bersama-sama) terhadap keputusan pengambilan modal. Hal ini terbukti dengan Fhitung lebih besar 3,094 dibanding dengan F tabel sebesar 2,34. Jadi hipotesis pertama yang berbunyi ada pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pengambilan modal di lembaga kredit informal terbukti. Tetapi besarnya variabel budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga, situasi hanya 15,5% dalam mempengaruhi keputusan pengambilan modal di lembaga kredit informal hal ini terbukti dengan *adjusted R square* sebesar 0,155 atau 15,5%, sedangkan sisanya 84,5 % dipengaruhi oleh variabel-variabel bebas lain yang tidak dikaji dalam penelitian.
2. Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial dapat diketahui hasil perhitungannya bahwa variabel X5 berpengaruh dan signifikan

dengan ditunjukkan t hitung $3,783 > t$ tabel $1,990$ dan angka signifikansinya $0,000 < 0,05$. Dari nilai koefisien regresi B dapat diketahui bahwa diantara 5 variabel yakni budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga, dan situasi yang dominan mempengaruhi keputusan pengambilan modal di lembaga kredit informal (pelepas uang) adalah variabel situasi (X5). Jadi hipotesis kedua akan variabel bebas yang dominan mempengaruhi keputusan pengambilan modal di lembaga kredit informal tidak terbukti.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Mengingat faktor lingkungan memiliki pengaruh yang lemah terhadap keputusan pengambilan modal di lembaga kredit informal dengan nilai *adjusted R square* sebesar $15,5$, maka diharapkan peneliti selanjutnya dapat menambah variabel bebas yang lebih berpengaruh dalam keputusan pengambilan modal.
2. Dengan mengetahui bahwa variabel situasi yang paling berpengaruh dalam pengambilan modal maka hal ini menjadi peluang bagi bank-bank syariah dan BMT untuk masuk dalam memberikan modal kepada pedagang kaki lima baik yang akan merintis ataupun yang sedang mengembangkan.

3. Berdasar pada keharaman riba, maka hendaknya para pedagang kaki lima tidak mengambil modal di lembaga keuangan informal ataupun lembaga keuangan konvensional, namun pengambilan modal hendaknya di lembaga keuangan syariah seperti bank Syariah dan BMT

DAFTAR PUSTAKA

- Al-qur'an dan terjemahannya. 1989. UD. Halim. Surabaya.
- Alkindhi, Ali Sumanto. 1997. *Bekerja Sebagai Ibadah*. CV. Aneka. Solo
- Amirullah. 2002. *Prilaku Konsumen*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Andriani, Laily Novi. 2005. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan keputusan Pemanfaatan Kredit dari Koperasi Simpan Pinjam Oleh Pedagang Sayur di pasar Setono Betek Kediri*. Universitas Brawijaya. Malang.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2002. *Bank syariah Dari Teori ke Praktik*. Gema Insani. Jakarta
- Arifin, Zainul. 2006. *Dasar-Dasar Manajemen Syariah*. Pustaka Alvabet. Jakarta.
- Arikutno, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Daryanto. 1997. *Kamus Bahasa Indonesia Lengkap*. Apollo. Surabaya.
- Engel, James F., Roger D. Blackwell, and Paul W. Miniard. 1994. *Prilaku Konsumen*. Terj. Budianto. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Fanani, Zainal. 2003. *Makalah Analisis Faktor*. Universitas Brawijaya. Malang.
- Gamal, Merza. 2004. *Aktivitas Ekonomi Syariah*. Unri Press. Pekanbaru.
- Kasmir. 2004. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. PT. Raya Grafindo Persada. Jakarta.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jilid pertama. Edisi bahasa Indonesia. PT. Prenhallindo. Jakarta.
- Lubis, Fajris Zakki. 2005. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pertimbangan dan Keputusan Pengambilan Kredit Modal Kerja para Pedagang*. Universitas Islam Negeri. Malang.

- Muthahhari, Murtadha. 1995. *Pandangan Islam tentang Asuransi dan Riba*. Pustaka Hidayah. Bandung.
- Nugroho, Dion Christian. 2007. *Kaya Dengan Bisnis Kaki Lima*. Media Presindo. Yogyakarta.
- Nugroho, J. Setiadi. 2003. *Perilaku Konsumen*. Prenada Media. Jakarta.
- Nurimawati, Umi. 2008. *Teknik-Teknik Analisis Multivariat untuk Riset Ekonomi*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Peter, J.Paul, dan Olson, Jerriy C. 1999. *Consumer Behavior, Perilaku konsumen dan Strategi Pemasaran*. Erlangga. Jakarta
- Qardhawi, Yusuf. 2001. *Peran Nilai Moral Dalam Perekonomian Islam*. Robbani Press. Jakarta.
- Rachmat, Firdaus, dan Ariyanti, Maya. 2004. *Manajemen Perkreditan Bank Umum*. Alfabeta. Bandung.
- Royan, Frans.M. 2004. *Grosir Keliling, Alternatif Usaha*. PT. Elex Media Komputindo Gramedia. Jakarta.
- Rusdin, M.Si. 2006. *Pasar Modal*. Alfabeta. Bandung.
- Soetcipto, dkk.. 1999 *Teknik Statistika Untuk bisnis dan Ekonomi*. Erlangga. Jakarta.
- Sudarsono, Heri. 2003. *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar*. Adipura. Yogyakarta.
- Sudradjad. 2000. *Kiat Mengentaskan Pengangguran Melalui Wirausaha*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Sugiyono. 1997. *Metode Penelitian Administrasi*. Alfabeta. Bandung
- Supardi. 2005. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Uli Press. Yogyakarta.
- Supranto, J. 2001. *Teknik Riset Pemasaran Dan Ramalan Penjualan*. Rineka Cipta. Jakarta.

- _____.2004. *Analisis Multivariat, Arti dan Interpretasi*. Rineka Cipta. Jakarta
- Suyatno, Chalik, Sukada, Ananda, dan Marala. 2003. *Dasar-Dasar Perkreditan*. Edisi 4. Gramedia. Jakarta.
- Umar, Husein. 2002. *Metode Riset Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Widi, Windhu Anggara wahyuning. 2007. *Analisis Komparatif Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Kredit Non Program, Antara Anggota KUD Dengan Anggota Non KUD*. Universitas Brawijaya. Malang.
- Widyaningtiyas, Tina. 2005. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pengambilan Kredit pada Bank Oleh Pedagang Pasar di Pasar Dinoyo*. Universitas Brawijaya. Malang.
- Wijandi, soesarsono. 2004. *Pengantar Kewiraswastaan*. Sinar Baru Algensindo. Bandung.
- Wijaya, Faried, dan Soetatwo. 1999. *Lembaga-Lembaga Keuangan dan Bank, Perkembangan, Teori, dan Kebijakan*. Edisi Kedua. BPFE. Yogyakarta.
- Yusanto, Muhammad Ismail, dan Widjajakusuma, Muhammad Karebet. 2002. *Menggagas Bisnis Islami*. Gema Insani Press. Jakarta.
- [http:// www.papenas.com](http://www.papenas.com)

Lampiran 1

KUESIONER

Identitas Responden

Nama :(Boleh Tidak Diisi)
Jenis kelamin : Laki-laki/Perempuan
Agama : Islam/Kristen/Budha/Hindu
Pendidikan terakhir : SD/SMP/SMA/Sarjana
Pendapatan rata-rata sehari :
Pedagang kaki lima :
Apakah anda pernah mengambil modal pada lembaga kredit informal (pelepas uang) : Ya/Tidak

Mohon diberi tanda silang (X) pada huruf yang berstatemen menurut pendapat anda.

A. Budaya

1. Apakah agama anda berpengaruh pada pengambilan modal di lembaga kredit informal (pelepas uang)?
 - a. Sangat berpengaruh
 - b. Berpengaruh
 - c. Cukup berpengaruh
 - d. Kurang berpengaruh
 - e. Tidak berpengaruh
2. Apakah kebiasaan anda meminjam modal berpengaruh pada pengambilan modal di lembaga kredit informal (pelepas uang)?
 - a. Sangat berpengaruh
 - b. Berpengaruh
 - c. Cukup berpengaruh
 - d. Kurang berpengaruh
 - e. Tidak berpengaruh
3. Apakah pengalaman anda dalam meminjam modal berpengaruh dalam pengambilan modal di lembaga kredit informal (pelepas uang)?
 - a. Sangat berpengaruh
 - b. Berpengaruh
 - c. Cukup berpengaruh
 - d. Kurang berpengaruh
 - e. Tidak berpengaruh

B. Kelas Sosial

1. Apakah pendapatan rata-rata perhari anda berpengaruh dalam pengambilan modal di lembaga kredit informal (pelepas uang)?
 - a. Sangat berpengaruh
 - b. Berpengaruh
 - c. Cukup berpengaruh
 - d. Kurang berpengaruh
 - e. Tidak berpengaruh
2. Apakah pendidikan anda berpengaruh dalam pengambilan modal di lembaga kredit informal (pelepas uang)?
 - a. Sangat berpengaruh
 - b. Berpengaruh
 - c. Cukup berpengaruh
 - d. Kurang berpengaruh
 - e. Tidak berpengaruh
3. Apakah jenis dagangan anda berpengaruh dalam pengambilan modal di lembaga kredit informal (pelepas uang)?
 - a. Sangat berpengaruh
 - b. Berpengaruh
 - c. Cukup berpengaruh
 - d. Kurang berpengaruh
 - e. Tidak berpengaruh
4. Apakah kekayaan (harta) anda saat ini berpengaruh dalam pengambilan modal di lembaga kredit informal (pelepas uang)?
 - a. Sangat berpengaruh
 - b. Berpengaruh
 - c. Cukup berpengaruh
 - d. Kurang berpengaruh
 - e. Tidak berpengaruh

C. Pengaruh Pribadi

1. Apakah rekomendasi rekan kerja anda berpengaruh dalam pengambilan modal di lembaga kredit informal (pelepas uang)?
 - a. Sangat berpengaruh
 - b. Berpengaruh
 - c. Cukup berpengaruh
 - d. Kurang berpengaruh
 - e. Tidak berpengaruh
2. Apakah paguyuban PKL berpengaruh dalam pengambilan modal di lembaga kredit informal (pelepas uang)?
 - a. Sangat berpengaruh
 - b. Berpengaruh
 - c. Cukup berpengaruh

- d. Kurang berpengaruh
 - e. Tidak berpengaruh
3. Apakah pengalaman orang lain berpengaruh dalam pengambilan modal di lembaga kredit informal (pelepas uang)?
- a. Sangat berpengaruh
 - b. Berpengaruh
 - c. Cukup berpengaruh
 - d. Kurang berpengaruh
 - e. Tidak berpengaruh

D. Pengaruh Keluarga

1. Apakah jumlah tanggungan keluarga anda berpengaruh dalam pengambilan modal di lembaga kredit informal (pelepas uang)?
- a. Sangat berpengaruh
 - b. Berpengaruh
 - c. Cukup berpengaruh
 - d. Kurang berpengaruh
 - e. Tidak berpengaruh
2. Apakah keluarga anda berpengaruh dalam pengambilan modal di lembaga kredit informal (pelepas uang)?
- a. Sangat berpengaruh
 - b. Berpengaruh
 - c. Cukup berpengaruh
 - d. Kurang berpengaruh
 - e. Tidak berpengaruh
3. Apakah kehadiran anak dalam keluarga anda berpengaruh dalam pengambilan modal di lembaga kredit informal (pelepas uang)?
- a. Sangat berpengaruh
 - b. Berpengaruh
 - c. Cukup berpengaruh
 - d. Kurang berpengaruh
 - e. Tidak berpengaruh
4. Apakah pendapat pasangan hidup anda berpengaruh dalam pengambilan modal di lembaga kredit informal (pelepas uang)?
- a. Sangat berpengaruh
 - b. Berpengaruh
 - c. Cukup berpengaruh
 - d. Kurang berpengaruh
 - e. Tidak berpengaruh

E. Pengaruh Situasi

1. Apakah penawaran *kreditor* (pelepas uang) berpengaruh dalam pengambilan modal di lembaga kredit informal (pelepas uang)?
 - a. Sangat berpengaruh
 - b. Berpengaruh
 - c. Cukup berpengaruh
 - d. Kurang berpengaruh
 - e. Tidak berpengaruh
2. Apakah pengaruh situasi pembelian sehari-hari berpengaruh dalam pengambilan modal di lembaga kredit informal (pelepas uang)?
 - a. Sangat berpengaruh
 - b. Berpengaruh
 - c. Cukup berpengaruh
 - d. Kurang berpengaruh
 - e. Tidak berpengaruh
3. Apakah kebutuhan akan modal dalam berpengaruh dalam pengambilan modal di lembaga kredit informal (pelepas uang)?
 - a. Sangat berpengaruh
 - b. Berpengaruh
 - c. Cukup berpengaruh
 - d. Kurang berpengaruh
 - e. Tidak berpengaruh

F. Keputusan Konsumen

1. Apakah keinginan anda untuk menambah modal berpengaruh dalam pengambilan modal di lembaga kredit informal (pelepas uang)?
 - a. Sangat berpengaruh
 - b. Berpengaruh
 - c. Cukup berpengaruh
 - d. Kurang berpengaruh
 - e. Tidak berpengaruh
2. Apakah kesesuaian pengambilan modal dengan jenis keperluan anda berpengaruh dalam mengambil modal di lembaga kredit informal (pelepas uang)?
 - a. Sangat berpengaruh
 - b. Berpengaruh
 - c. Cukup berpengaruh
 - d. Kurang berpengaruh
 - e. Tidak berpengaruh

Lampiran 9

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Keputusan Pengambilan Modal	7,40	1,208	80
Budaya	7,04	2,905	80
Kelas Sosial	10,65	2,747	80
Pengaruh Pribadi	6,70	2,346	80
Pengaruh Keluarga	10,43	3,197	80
Pengaruh Situasi	9,76	2,212	80

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Pengaruh Situasi, Kelas Sosial, Pengaruh Keluarga, Budaya, Pengaruh Pribadi		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Keputusan Pengambilan Modal

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,457 ^a	,209	,155	1,110	,209	3,904	5	74	,003

a. Predictors: (Constant), Pengaruh Situasi, Kelas Sosial, Pengaruh Keluarga, Budaya, Pengaruh Pribadi

b. Dependent Variable: Keputusan Pengambilan Modal

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	24,043	5	4,809	3,904	,003 ^a
	Residual	91,157	74	1,232		
	Total	115,200	79			

a. Predictors: (Constant), Pengaruh Situasi, Kelas Sosial, Pengaruh Keluarga, Budaya, Pengaruh Pribadi

b. Dependent Variable: Keputusan Pengambilan Modal

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,200	,812		6,407	,000
	Budaya	-6,07E-02	,050	-,146	-1,216	,228
	Kelas Sosial	2,509E-02	,048	,057	,520	,604
	Pengaruh Pribadi	-7,33E-02	,072	-,142	-1,012	,315
	Pengaruh Keluarga	2,454E-02	,040	,065	,614	,541
	Pengaruh Situasi	,266	,070	,487	3,783	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pengambilan Modal

Lampiran 10

Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Responden X1

Frequencies

Statistics

		x1.1	x1.2	x1.3
N	Valid	80	80	80
	Missing	0	0	0

Frequency Table

x1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak berpengaruh	41	51,3	51,3	51,3
	Kurang Berpengaruh	21	26,3	26,3	77,5
	Cukup Berpengaruh	12	15,0	15,0	92,5
	Berpengaruh	5	6,3	6,3	98,8
	Sangat Berpengaruh	1	1,3	1,3	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

x1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak berpengaruh	21	26,3	26,3	26,3
	Kurang Berpengaruh	25	31,3	31,3	57,5
	Cukup Berpengaruh	14	17,5	17,5	75,0
	Berpengaruh	12	15,0	15,0	90,0
	Sangat Berpengaruh	8	10,0	10,0	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

x1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak berpengaruh	19	23,8	23,8	23,8
	Kurang Berpengaruh	20	25,0	25,0	48,8
	Cukup Berpengaruh	15	18,8	18,8	67,5
	Berpengaruh	16	20,0	20,0	87,5
	Sangat Berpengaruh	10	12,5	12,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Lampiran 11

Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Responden X2

Frequencies

Statistics

		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4
N	Valid	80	80	80	80
	Missing	0	0	0	0

Frequency Table

x2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak berpengaruh	1	1,3	1,3	1,3
	Kurang Berpengaruh	19	23,8	23,8	25,0
	Cukup Berpengaruh	32	40,0	40,0	65,0
	Berpengaruh	23	28,8	28,8	93,8
	Sangat Berpengaruh	5	6,3	6,3	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

x2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak berpengaruh	29	36,3	36,3	36,3
	Kurang Berpengaruh	29	36,3	36,3	72,5
	Cukup Berpengaruh	15	18,8	18,8	91,3
	Berpengaruh	6	7,5	7,5	98,8
	Sangat Berpengaruh	1	1,3	1,3	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

x2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak berpengaruh	13	16,3	16,3	16,3
	Kurang Berpengaruh	21	26,3	26,3	42,5
	Cukup Berpengaruh	25	31,3	31,3	73,8
	Berpengaruh	17	21,3	21,3	95,0
	Sangat Berpengaruh	4	5,0	5,0	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

x2.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak berpengaruh	8	10,0	10,0	10,0
Kurang Berpengaruh	22	27,5	27,5	37,5
Cukup Berpengaruh	32	40,0	40,0	77,5
Berpengaruh	17	21,3	21,3	98,8
Sangat Berpengaruh	1	1,3	1,3	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Lampiran 12

Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Responden X3

Frequencies

Statistics

		x3.1	x3.2	x3.3
N	Valid	80	80	80
	Missing	0	0	0

Frequency Table

x3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak berpengaruh	12	15,0	15,0	15,0
	Kurang Berpengaruh	34	42,5	42,5	57,5
	Cukup Berpengaruh	22	27,5	27,5	85,0
	Berpengaruh	9	11,3	11,3	96,3
	Sangat Berpengaruh	3	3,8	3,8	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

x3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak berpengaruh	32	40,0	40,0	40,0
	Kurang Berpengaruh	30	37,5	37,5	77,5
	Cukup Berpengaruh	13	16,3	16,3	93,8
	Berpengaruh	4	5,0	5,0	98,8
	Sangat Berpengaruh	1	1,3	1,3	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

x3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak berpengaruh	15	18,8	18,8	18,8
	Kurang Berpengaruh	31	38,8	38,8	57,5
	Cukup Berpengaruh	27	33,8	33,8	91,3
	Berpengaruh	6	7,5	7,5	98,8
	Sangat Berpengaruh	1	1,3	1,3	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Lampiran 13

Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Responden X4

Frequencies

Statistics

		x4.1	x4.2	x4.3	x4.4
N	Valid	80	80	80	80
	Missing	0	0	0	0

Frequency Table

x4.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak berpengaruh	16	20,0	20,0	20,0
	Kurang Berpengaruh	14	17,5	17,5	37,5
	Cukup Berpengaruh	23	28,8	28,8	66,3
	Berpengaruh	20	25,0	25,0	91,3
	Sangat Berpengaruh	7	8,8	8,8	100,0
Total		80	100,0	100,0	

x4.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak berpengaruh	25	31,3	31,3	31,3
	Kurang Berpengaruh	13	16,3	16,3	47,5
	Cukup Berpengaruh	26	32,5	32,5	80,0
	Berpengaruh	12	15,0	15,0	95,0
	Sangat Berpengaruh	4	5,0	5,0	100,0
Total		80	100,0	100,0	

x4.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak berpengaruh	29	36,3	36,3	36,3
	Kurang Berpengaruh	28	35,0	35,0	71,3
	Cukup Berpengaruh	17	21,3	21,3	92,5
	Berpengaruh	6	7,5	7,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

x4.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak berpengaruh	9	11,3	11,3	11,3
Kurang Berpengaruh	19	23,8	23,8	35,0
Cukup Berpengaruh	15	18,8	18,8	53,8
Berpengaruh	28	35,0	35,0	88,8
Sangat Berpengaruh	9	11,3	11,3	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Lampiran 14

Tabel distribusi Frekuensi Jawaban Responden X5

Frequencies

Statistics

		x5.1	x5.2	x5.3
N	Valid	80	80	80
	Missing	0	0	0

Frequency Table

x5.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak berpengaruh	3	3,8	3,8	3,8
	Kurang Berpengaruh	32	40,0	40,0	43,8
	Cukup Berpengaruh	24	30,0	30,0	73,8
	Berpengaruh	18	22,5	22,5	96,3
	Sangat Berpengaruh	3	3,8	3,8	100,0
Total		80	100,0	100,0	

x5.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak berpengaruh	2	2,5	2,5	2,5
	Kurang Berpengaruh	20	25,0	25,0	27,5
	Cukup Berpengaruh	26	32,5	32,5	60,0
	Berpengaruh	25	31,3	31,3	91,3
	Sangat Berpengaruh	7	8,8	8,8	100,0
Total		80	100,0	100,0	

x5.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak berpengaruh	2	2,5	2,5	2,5
	Kurang Berpengaruh	3	3,8	3,8	6,3
	Cukup Berpengaruh	22	27,5	27,5	33,8
	Berpengaruh	39	48,8	48,8	82,5
	Sangat Berpengaruh	14	17,5	17,5	100,0
Total		80	100,0	100,0	

Lampiran 15

Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Y

Frequencies

Statistics

		y1	y2
N	Valid	80	80
	Missing	0	0

Frequency Table

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Berpengaruh	3	3,8	3,8	3,8
	Cukup Berpengaruh	21	26,3	26,3	30,0
	Berpengaruh	45	56,3	56,3	86,3
	Sangat Berpengaruh	11	13,8	13,8	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Berpengaruh	9	11,3	11,3	11,3
	Cukup Berpengaruh	27	33,8	33,8	45,0
	Berpengaruh	31	38,8	38,8	83,8
	Sangat Berpengaruh	13	16,3	16,3	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

