

BAB 5

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

5.1 Uji Reliabilitas

Sebelum menganalisis lebih jauh data yang diperoleh dari kuesioner, peneliti terlebih dahulu melakukan uji reliabilitas dari variabel-variabel dalam kuesioner yang disebarkan. Uji reliabilitas menggunakan program SPSS 11.5 for Windows dengan menggunakan *reliability analysis*, yaitu metode koefisien alpha (Cronbach's Alpha). Variasi besaran koefisien alpha dari 0 sampai 1.

Setelah dilakukan pengujian, didapat hasil koefisien alpha seperti yang ditunjukkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 5. 1 Uji Realibilitas

No.	Kategori	Nilai
1	Kecenderungan Kewirausahaan	0,792
2	Pengetahuan atas Konsumen	0,882
3	Pengetahuan atas Pesaing	0,856
4	Pengetahuan atas Pemasok	0,919
5	Pengetahuan atas Peraturan	0,862
6	Respon terhadap Pasar	0,853
7	Kinerja Pedagang	0,892

Sumber: Hasil olah data peneliti

Berdasarkan Malhotra (2004), dengan melihat batas nilai Alpha Cronbach's sebesar 0,6 maka pertanyaan dalam kuesioner dianggap sudah dianggap *reliable*, konsisten dan relevan terhadap variabel atau faktor dalam penelitian, oleh karena tabel di atas memiliki koefisien alpha lebih dari 0,6 (Malhotra, 2004) maka variabel sudah dianggap *reliable*.

5.2 Profil Responden

Dalam penelitian ini, dijabarkan mengenai profil dari responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia, suku, tingkat pendidikan, domisili, omset, dan lama berdagang. Hal tersebut diatas dijadikan profil responden karena sifatnya yang relevan dengan penelitian atas pedagang pasar tradisional. Setelah diolah dengan Microsoft Excel 2007 maka akan didapat komposisi responden seperti yang akan dijelaskan berikut.

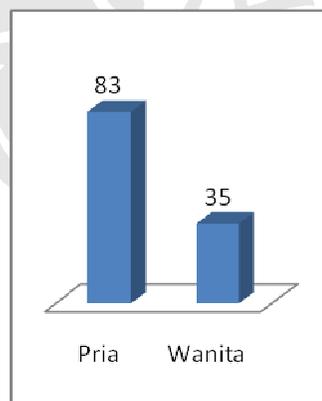
5.2.1 Jenis Kelamin

Tabel 5. 2 Proporsi Jenis Kelamin Responden

JK	BSD		Palmeriam		Gabungan	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Pria	83	70,34%	66	61,11%	149	65,93%
Wanita	35	29,66%	42	38,89%	77	34,07%
Total	118	100%	108	100%	226	100%

Sumber: Hasil olah data peneliti

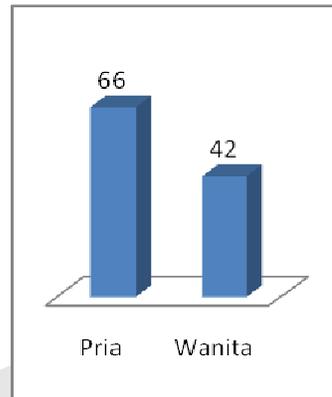
Gambar 5. 1 Frekuensi Jenis Kelamin di Pasar BSD



Sumber: Hasil olah data peneliti

Dengan rincian pada pasar BSD terdiri dari 83 responden (70,34%) adalah pria dan 35 responden (29,66%) adalah wanita.

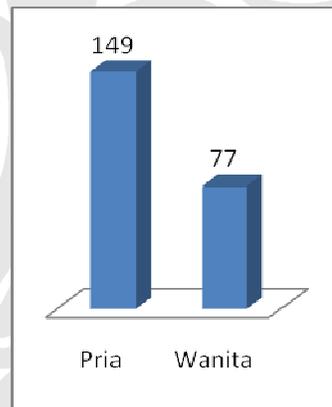
Gambar 5. 2 Frekuensi Jenis Kelamin di Pasar Palmeriam



Sumber: Hasil olah data peneliti

Sedang pada pasar Palmeriam 66 responden (61,11%) adalah pria dan 42 responden (38,89%) adalah wanita.

Gambar 5. 3 Frekuensi Jenis Kelamin di Pasar Gabungan



Sumber: Hasil olah data peneliti

Pada keseluruhan responden yang terdiri dari 226 pedagang di ke dua pasar yang diteliti terdapat 149 responden (65,93%) adalah pria dan 77 responden (34,07%) adalah wanita. Jadi secara kumulatif mayoritas pedagang adalah pedagang pria. Mungkin hal ini disebabkan oleh kewajiban seorang pria untuk mencari nafkah. Dan untuk wanita yang bermata pencaharian sebagai pedagang pasar tradisional ternyata kebanyakan motifnya adalah membantu perekonomian keluarga.

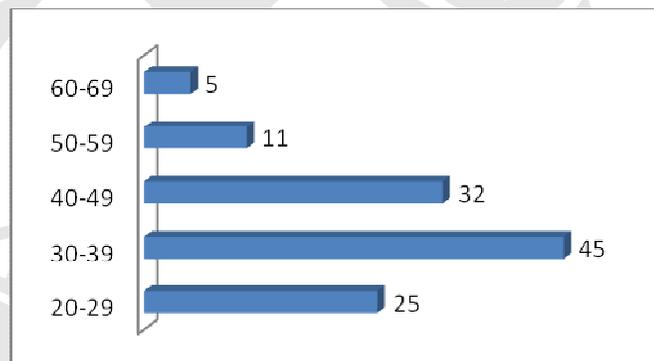
5.2.2 Usia

Tabel 5. 3 Proporsi Usia Responden

Usia	BSD		Palmeriam		Gabungan	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
20-29	25	21,19%	14	12,96%	39	17,26%
30-39	45	38,14%	26	24,07%	71	31,42%
40-49	32	27,12%	38	35,19%	70	30,97%
50-59	11	9,32%	22	20,37%	33	14,60%
60-69	5	4,24%	8	7,41%	13	5,75%
Total	118	100%	108	100%	226	100%

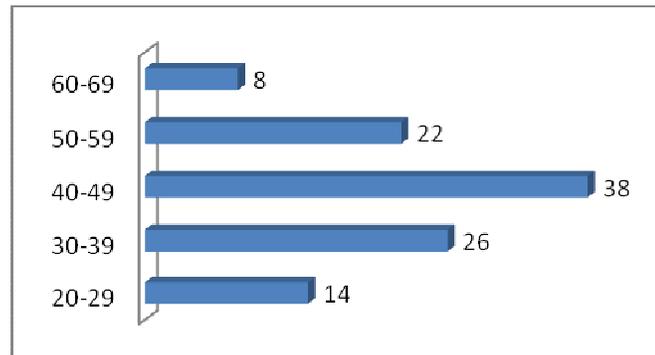
Sumber: Hasil olah data peneliti

Gambar 5. 4 Frekuensi Usia Pedagang di Pasar BSD



Sumber: Hasil olah data peneliti

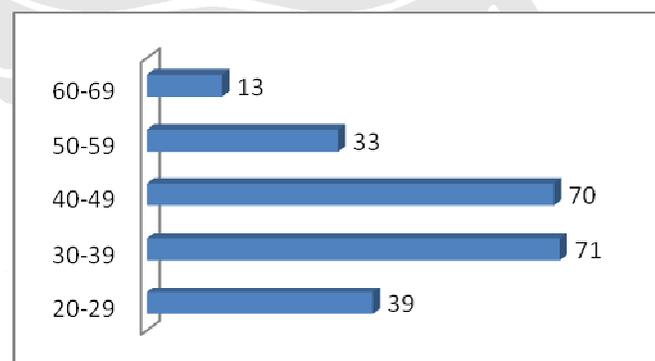
Pada pasar BSD ada 25 orang yang berumur antara 20-29 tahun. Sedangkan yang terbanyak di pasar BSD adalah pedagang dengan rentang usia antara 30-39 tahun sebanyak 45 orang. Ada 32 orang responden pedagang yang telah berumur antara 40-49 tahun. Yang berusia di atas lima puluh tahun dengan rincian kisaran umur antara 50-59 tahun dan 60-69 tahun berturut-turut adalah 11 orang dan 5 orang. Secara rata-rata para pedagang pasar BSD adalah pedagang yang relatif tidak tua. Mereka relatif merupakan pedagang yang cukup gesit dan segar secara ide dan lain-lain.

Gambar 5. 5 Frekuensi Usia di Pasar Palmeriam

Sumber: Hasil olah data peneliti

Pada pasar Palmeriam ada 14 orang yang berumur antara 20-29 tahun. Pedagang dengan rentang usia antara 30-39 tahun sebanyak 26 orang. Sedang yang terbanyak di pasar Palmeriam adalah 38 orang responden pedagang yang telah berumur antara 40-49 tahun. Yang berusia di atas lima puluh tahun dengan rincian kisaran umur antara 50-59 tahun dan 60-69 tahun berturut-turut adalah 22 orang dan 8 orang.

Secara rata-rata para pedagang yang ada di pasar Palmeriam adalah pedagang yang relatif senior. Mereka adalah para pedagang yang telah memakan asam garam berdagang dari waktu yang cukup lama.

Gambar 5. 6 Frekuensi Usia Pasar Gabungan

Sumber: Hasil olah data peneliti

Dari total responden di kedua pasar sebanyak 226 orang, sebanyak 39 responden (17,26%) memiliki usia antara 20-29 tahun. 71 responden (31,42%) memiliki usia 30-39 tahun. 70 responden lainnya (30,97%) memiliki usia 40-49

tahun. Sedang untuk rentang usia 50-59 tahun ada sekitar 33 responden (14,6%) dan usia 60-69 tahun ada sekitar 13 responden (5,75%).

Usia merupakan faktor yang relatif berbanding lurus dengan pengalaman dalam berdagang. Meskipun sudah tentu orang yang lebih muda bukan berarti kemampuan wirausahanya lebih rendah.

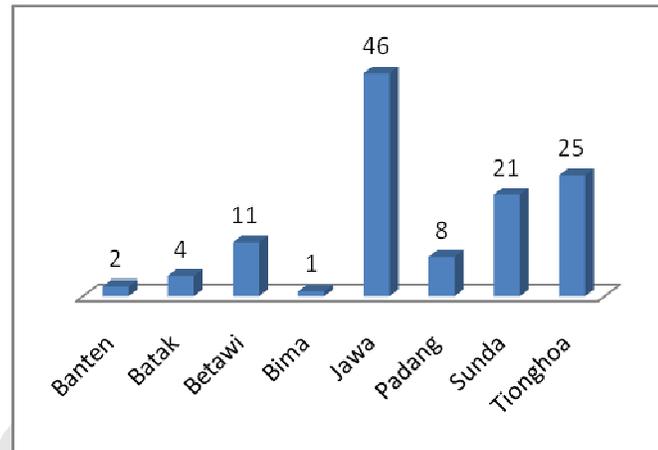
5.2.3 Suku Pedagang

Tabel 5. 4 Proporsi Suku Responden

Suku	BSD		Palmeriam		Gabungan	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Aceh	n/a	n/a	3	2,78%	3	1,33%
Banten	2	1,69%	4	3,70%	6	2,65%
Batak	4	3,39%	1	0,93%	5	2,21%
Betawi	11	9,32%	6	5,56%	17	7,52%
Bugis	n/a	n/a	2	1,85%	2	0,88%
Bima	1	0,85%	n/a	n/a	1	0,44%
Jawa	46	38,98%	46	42,59%	92	40,71%
Madura	n/a	n/a	2	1,85%	2	0,88%
Padang	8	6,78%	10	9,26%	18	7,96%
Sasak	n/a	n/a	1	0,93%	1	0,44%
Sunda	21	17,80%	30	27,78%	51	22,57%
Tionghoa	25	21,19%	3	2,78%	28	12,39%
Total	118	100%	108	100%	226	100%

Sumber: Hasil olah data peneliti

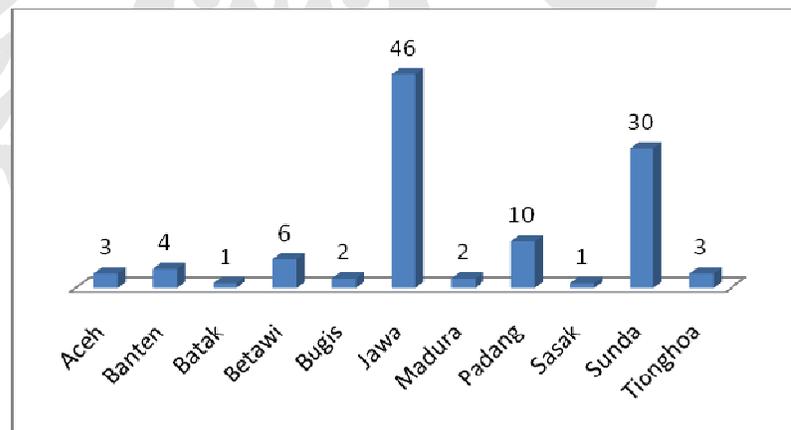
Gambar 5. 7 Frekuensi Suku Pasar BSD



Sumber: Hasil olah data peneliti

Mayoritas pedagang BSD adalah pedagang suku Jawa sebanyak 46 orang. Kemudian disusul oleh responden bersuku Tionghoa sebanyak 25 orang dan Sunda sebanyak 21 orang. Suku Padang hanya ada 8 orang yang menjadi responden. Sedang responden pedagang dari suku Betawi ada sebanyak 11 orang.

Gambar 5. 8 Frekuensi Suku Pasar Palmeriam

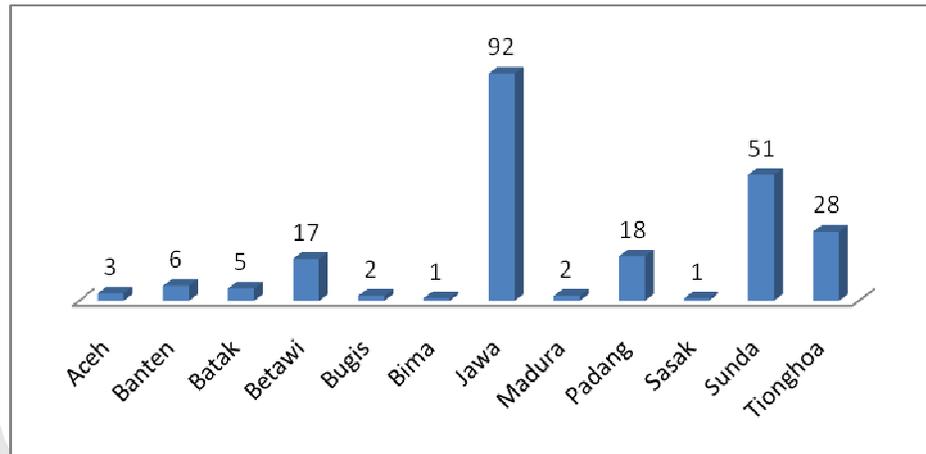


Sumber: Hasil olah data peneliti

Pada pasar Palmeriam, suku dari responden yang mendominasi ternyata masih dari suku Jawa sebanyak 46 orang. Dominasi tersebut disusul oleh suku Sunda sebanyak 30 orang. Responden yang bersuku Padang ada 10 orang. Urutan berikutnya berturut yaitu responden dengan suku Betawi (6 orang), Banten (4 orang),

Aceh (3 orang), Tionghoa (3 orang), Bugis (2 orang), Madura (2 orang), Batak (1 orang) dan Sasak (1 orang).

Gambar 5. 9 Frekuensi Suku Pasar Gabungan



Sumber: Hasil olah data peneliti

Dari total responden di kedua pasar, pedagang dengan suku bangsa Aceh ada 3 responden (1,33%). Sedang pedagang dengan suku bangsa Banten ada 6 responden (2,65%). Pedagang dengan suku bangsa Batak ada sekitar 5 orang (2,21%). Ada 17 orang pedagang (7,52%) yang berasal dari suku bangsa Betawi. Jumlah pedagang yang bersuku bangsa Bugis, Bima, Madura, dan Sasak berturut-turut adalah 2 orang (0,88%), 1 orang (0,44%), 2 orang (0,88%), 1 orang (0,44%), dan 2 orang (0,88%). Pedagang dengan suku bangsa Padang ada sekitar 18 orang (7,96%). Mayoritas dari pedagang adalah pedagang dengan suku bangsa Jawa, Sunda, dan Tionghoa. Pedagang bersuku bangsa Jawa ada sekitar 92 orang (40,71%), pedagang bersuku bangsa Sunda ada 51 orang (22,57%), dan pedagang dengan suku bangsa Tionghoa ada 28 orang (12,39%).

Ada beberapa suku yang diidentikan sebagai pedagang, seperti Tionghoa, Padang, Madura, dll. Tapi berdasarkan wawancara dengan seorang pedagang, ternyata bisa disimpulkan bahwa faktor kesukuan tidak berpengaruh banyak terhadap kemampuan berdagang. Yang membuat seseorang bisa berdagang adalah faktor keuletan pribadinya. Setiap suku bangsa pasti memiliki orang-orang yang ulet dan

tidak uletnya. Hal ini bisa dilihat contohnya dari pedagang yang bersuku Jawa. Umum diketahui bahwa orang Jawa lebih cocok menjadi birokrat dan semacamnya. Tapi ternyata dari diagram bisa dilihat dari total responden pada ke dua pasar malah suku Jawa lah yang mendominasi populasi pedagang pada ke dua pasar.

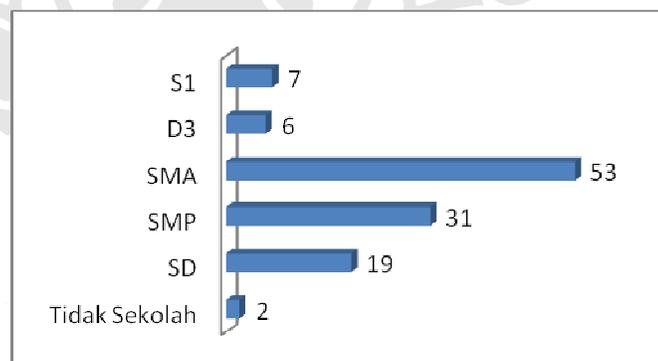
5.2.4 Pendidikan Pedagang

Tabel 5. 5 Proporsi Tingkat Pendidikan Responden

Tk Pnddkn	BSD		Palmeriam		Gabungan	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
S1	7	5,93%	4	3,70%	11	4,87%
D3	6	5,08%	4	3,70%	10	4,42%
SMA	53	44,92%	42	38,89%	95	42,04%
SMP	31	26,27%	24	22,22%	55	24,34%
SD	19	16,10%	30	27,78%	49	21,68%
Tdk Sklh	2	1,69%	4	3,70%	6	2,65%
Total	118	100%	108	100%	226	100%

Sumber: Hasil olah data peneliti

Gambar 5. 10 Frekuensi Tingkat Pendidikan Pedagang Pasar BSD

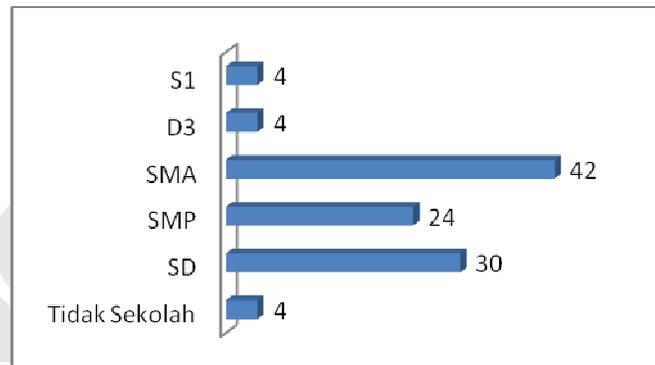


Sumber: Hasil olah data peneliti

Pedagang di pasar BSD ada 7 orang yang mengenyam pendidikan sampai tingkat S1 dan 6 orang pada tingkat D3. Ada 53 responden yang mengenyam

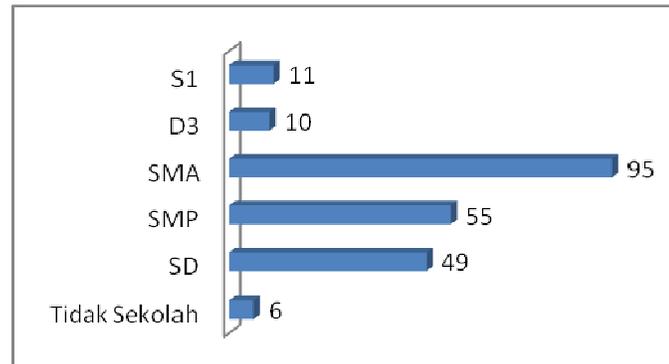
pendidikan sampai tingkat SMA. Ada 31 orang yang hanya masih sampai tingkat SMP. Ada 19 orang di pasar BSD yang mengenyam pendidikan sampai tingkat SD. Dan masih ada 2 orang yang tidak sekolah yang menjadi responden dari penelitian.

Gambar 5. 11 Frekuensi Tingkat Pendidikan Pasar Palmeriam



Sumber: Hasil olah data peneliti

Dari responden di pasar Palmeriam, yang sempat mengenyam bangku pendidikan sampai S1 ada 4 orang dan D3 ada 4 orang. Sebanyak 42 orang mayoritas responden sempat mengenyam sampai tingkat SMA. 24 orang responden mengenyam pendidikan sampai tingkat SMP. Jumlah yang juga cukup banyak adalah responden pada strata SD sebanyak 30 orang. Sedang ada 4 orang dari responden pada pasar Palmeriam yang tidak sempat sekolah sedikitpun. Perlu diketahui bahwa sekalipun pada pasar Palmeriam mayoritas respondennya pernah mengenyam bangku SMA tapi bukan berarti mereka bisa dikategorikan cukup berpendidikan. Karena besar kemungkinan kualitas pendidikan yang diterima oleh para pedagang tersebut relatif tidak begitu bagus. Dan besar kemungkinan pedagang-pedagang tersebut ketika SMA tidak berorientasi untuk melanjutkan bangku kuliah. Dan mungkin juga mereka berdagang karena desakan keadaan.

Gambar 5. 12 Frekuensi Tingkat Pendidikan Pasar Gabungan

Sumber: Hasil olah data peneliti

Dari total responden di kedua pasar sebanyak 226 responden, 10 di antaranya (4,42%) mengenyam pendidikan sampai tingkat D3. Yang mengenyam pendidikan sampai tingkat S1 ada 11 orang (4,87%). Ada 49 responden (21,68%) yang mengenyam pendidikan hanya sampai SD. Yang jenjang pendidikannya sampai SMP ada 55 orang (24,34%). Sedang sebanyak 95 responden (42,04%) merupakan lulusan SMA. Dan terakhir ada 6 responden (2,65%) yang tidak bersekolah.

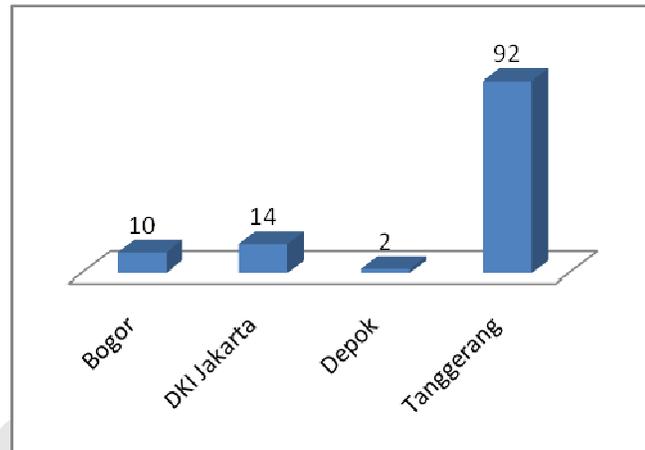
5.2.5 Domisili

Tabel 5. 6 Proporsi Domisili Responden

Domisili	BSD		Palmeriam		Gabungan	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Bekasi	n/a	n/a	5	4,63%	5	2,21%
Bogor	10	8,47%	2	1,85%	12	5,31%
Ciamis	n/a	n/a	1	0,93%	1	0,44%
Cianjur	n/a	n/a	1	0,93%	1	0,44%
DKI Jakarta	14	11,86%	99	91,67%	113	50,00%
Depok	2	1,69%	n/a	n/a	2	0,88%
Tangerang	92	77,97%	n/a	n/a	92	40,71%
Total	118	100%	108	100%	226	100%

Sumber: Hasil olah data peneliti

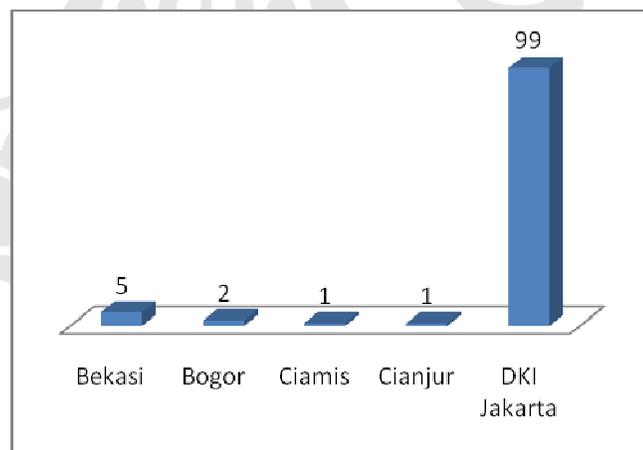
Gambar 5. 13 Frekuensi Domisili Pasar BSD



Sumber: Hasil olah data peneliti

Karena letak pasar BSD yang ada di kota Tangerang, maka mayoritas pedagang berasal dari kota Tangerang sebanyak 92 orang. Sisanya adalah pedagang yang berasal dari Bogor (10 orang), DKI Jakarta (14 orang), dan Depok (2 orang).

Gambar 5. 14 Frekuensi Domisili Pasar Palmeriam

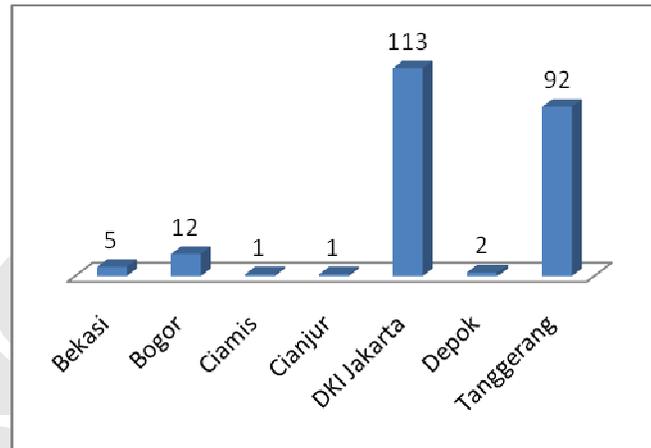


Sumber: Hasil olah data peneliti

Dikarenakan pasar Palmeriam terletak di daerah Matraman, DKI Jakarta, maka tidaklah heran jika sebagian besar dari responden pedagang di Palmeriam berdomisili di Jakarta (99 orang). Sisa dari responden yang ada berturut-turut

berdomisili di Bekasi (5 orang), Bogor (2 orang), Ciamis (1 orang), Cianjur (1 orang).

Gambar 5. 15 Frekuensi Domisili Pasar Gabungan



Sumber: Hasil olah data peneliti

Untuk total seluruh responden juga ada yang berdomisili di Bekasi 5 orang (2,21%), Bogor 12 orang (5,31%), Ciamis 1 orang (0,44%), Cianjur 1 orang (0,44%), dan Depok 2 orang (0,88%). Sedang persentase total untuk responden yang berdomisili di DKI Jakarta dan Tangerang berturut-turut adalah 113 orang (50%) dan 92 orang (40,71%).

5.2.6 Omset per Bulan

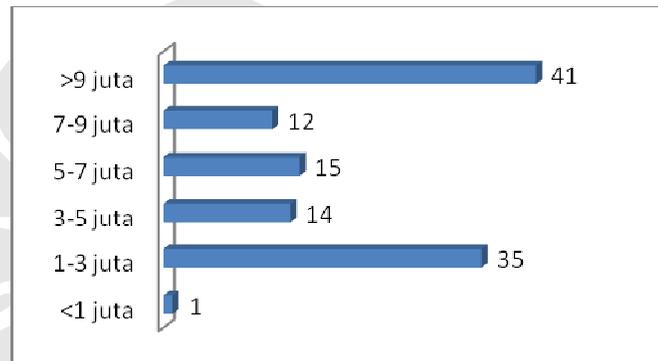
Tabel 5. 7 Proporsi Omset per Bulan Responden

Omset	BSD		Palmeriam		Gabungan	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
<1 juta	1	0,85%	8	7,41%	9	3,98%
1-3 juta	35	29,66%	21	19,44%	56	24,78%
3-5 juta	14	11,86%	22	20,37%	36	15,93%
5-7 juta	15	12,71%	8	7,41%	23	10,18%

Omset	BSD		Palmeriam		Gabungan	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
7-9 juta	12	10,17%	n/a	n/a	12	5,31%
>9 juta	41	34,75%	49	45,37%	90	39,82%
Total	118	100%	108	100%	226	100%

Sumber: Hasil olah data peneliti

Gambar 5. 16 Frekuensi Omset per Bulan Pasar BSD

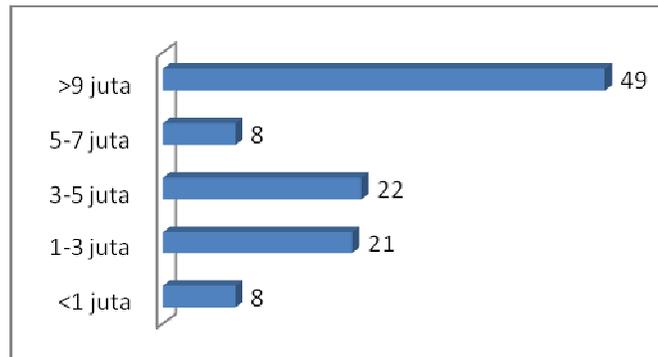


Sumber: Hasil olah data peneliti

Pada pasar BSD sebanyak 42 orang memiliki omset dagang ≥ 9 juta rupiah. 12 orang responden beromset 7-9 juta rupiah. Sedang 15 orang beromset 3-5 juta rupiah. 14 responden pedagang lainnya telah beromset 3-5 juta rupiah. Sebanyak 35 pedagang beromset hanya 1-3 juta rupiah.

Untuk data masalah omset ini tidak bisa sepenuhnya dipercaya. Hal ini disebabkan peneliti menilai ketika data dikumpulkan tampak ada keengganan pedagang untuk menampilkan omset mereka yang sebenarnya. Sehingga ada tendensi beberapa responden pedagang yang mengurangi-ngurangi omset mereka sebenarnya. Besar kemungkinan pedagang yang mengaku omsetnya 3-5 juta dan kebawah pada kenyataannya beromset lebih dari apa yang mereka tuliskan.

Gambar 5. 17 Frekuensi Omset per Bulan Pasar Palmeriam

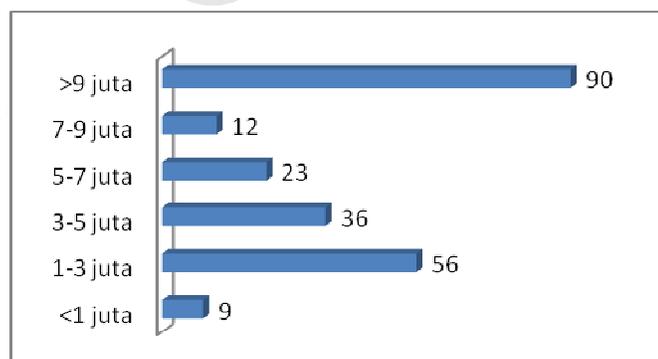


Sumber: Hasil olah data peneliti

Pada pasar Palmeriam ada sekitar 49 orang yang memiliki omset lebih dari 9 juta rupiah. 8 pedagang memiliki omset antara 5-7 juta rupiah. Ada 22 pedagang yang beromset antara 3-5 juta rupiah. Sedangkan 21 responden pedagang lainnya memiliki omset 1-3 juta rupiah. Dan ada pedagang sebanyak 8 orang yang mengaku omsetnya kurang dari satu rupiah.

Sama dengan yang terjadi di pasar BSD, di pasar Palmeriam ini ada tendensi pedagang untuk mengurangi omset yang ia sebenarnya dapatkan sebulannya. Namun keadaan di pasar Palmeriam jauh bisa lebih dipercaya dibanding pada pasar BSD. Hal ini dikarenakan memang di pasar Palmeriam banyak pedagang yang masih sepi pembeli dikarenakan pemindahan lokasi berdagang dari pasar lama beberapa bulan yang lalu.

Gambar 5. 18 Frekuensi Omset per Bulan Pasar Gabungan



Sumber: Hasil olah data peneliti

Untuk omset, dari total 226 responden, ada 9 orang (3,98%) yang beromset kurang dari 1 juta rupiah. Sedang responden yang beromset antara 1-3 juta rupiah ada 56 orang (24,78%). Untuk responden yang beromset antara 3-5 juta rupiah ada 36 orang (15,93%). Ada 23 responden (10,18%) yang beromset 5-7 juta rupiah per bulannya. Dan ada 12 orang (5,31%) yang berdagang dengan omset sekitar 7-9 juta rupiah. Sedang sisanya sebanyak 90 orang responden (39,82%) merupakan pedagang dengan omset lebih dari 9 juta rupiah per bulannya.

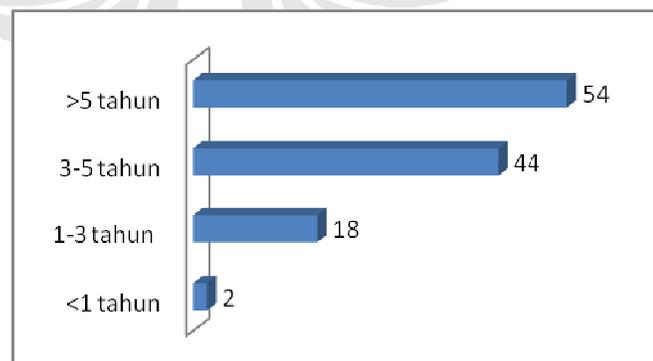
5.2.7 Lama Berdagang

Tabel 5. 8 Proporsi Lama Berdagang Responden

Lama dagang	BSD		Palmeriam		Gabungan	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
<1 tahun	2	1,69%	5	4,63%	7	3,10%
1-3 tahun	18	15,25%	6	5,56%	24	10,62%
3-5 tahun	44	37,29%	15	13,89%	59	26,11%
>5 tahun	54	45,76%	82	75,93%	136	60,18%
Total	118	100%	108	100%	226	100%

Sumber: Hasil olah data peneliti

Gambar 5. 19 Frekuensi Lama Berdagang Pasar BSD



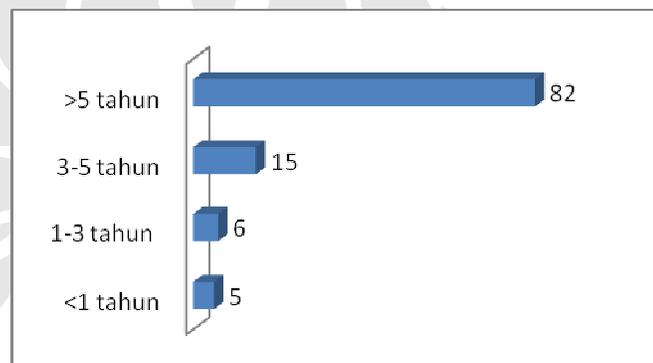
Sumber: Hasil olah data peneliti

Pedagang pada pasar BSD ada 54 orang yang telah berdagang selama lebih dari 5 tahun. Sedang ada 44 orang responden pedagang yang berdagang sejak 3-5

tahun yang lalu. Ada 18 orang responden pedagang lainnya yang baru berdagang 1-3 tahun yang lalu. Dan ada 2 orang pada responden pasar BSD yang berdagang kurang dari satu tahun yang lalu.

Kebanyakan pedagang yang telah berdagang lebih dari 5 tahun biasanya merupakan pedagang pindahan dari pasar lama, sebelum pasar BSD berdiri. Pedagang lainnya yang belum lama menjadi pedagang pasar biasanya sebelumnya bekerja di bidang lain, seperti kontraktor, pegawai, dan lain lain.

Gambar 5. 20 Frekuensi Lama Berdagang Pasar Palmeriam

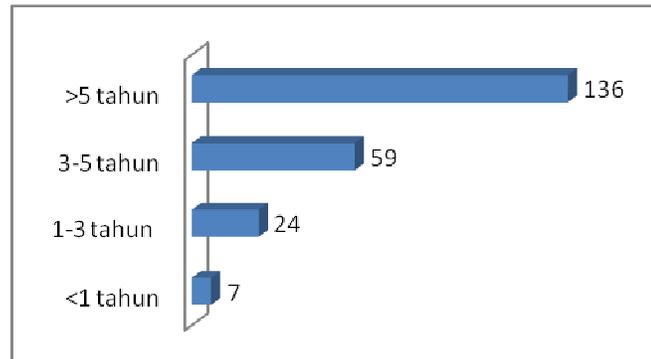


Sumber: Hasil olah data peneliti

82 orang responden pedagang pada pasar Palmeriam adalah pedagang yang telah lebih dari 5 tahun berdagang. Sedang 15 orang responden lainnya telah berdagang antara 3-5 tahun yang lalu. Sedang pedagang yang berdagang 1-3 tahun yang lalu dan kurang dari satu tahun yang lalu berturut-turut 6 orang dan 5 orang.

Pada pasar Palmeriam lebih banyak lagi pedagang yang berstatus sebagai veteran. Bahkan ada sejumlah pedagang yang telah berdagang sejak pasar Palmeriam lama baru dibangun di tahun '70 an. Biasanya mereka adalah pedagang yang orang tuanya juga sebagai pedagang atau pedagang yang memulai usahanya ketika pemerintah masih melindungi pedagang kecil, dahulu.

Gambar 5. 21 Frekuensi Lama Berdagang Pasar Gabungan



Sumber: Hasil olah data peneliti

Lama berdagang dari para pedagang yang ada di kedua pasar yang diteliti cukup beragam. Ada 7 responden (3,1%) dari total responden yang berdagang kurang dari 1 tahun. Ada 24 responden (10,62%) yang telah berdagang antara 1-3 tahun. Responden pedagang yang telah berdagang 3-5 tahun ada 59 orang (26,11%). Dan terakhir responden pedagang yang telah berdagang lebih dari 5 tahun ada 136 orang (60,18%).

5.3 Uji Signifikansi Profil Responden

Pada bagian ini akan dijelaskan sedikit analisis deskriptif tentang profil pedagang pasar BSD dan Palmeriam. Analisis yang dilakukan adalah uji-t dan Anova dari kategori-kategori yang ada dibandingkan dengan respon dan kinerja pada pedagang pasar tradisional. Peneliti ingin mengetahui apakah ada perbedaan signifikan antara satu kategori dengan kategori lainnya pada profil responden yang ada.

Bila dilihat rerata respon dan kinerja pedagang pada tiap kategori profil responden:

Tabel 5. 9 Rerata Respon dan Kinerja Responden

Kategori		RESPONS	KINERJA
		Mean	Mean
Jns Klmn	Pria	4,13	3,62
	Wanita	4,06	3,59
Umur	20-29	4,14	3,75
	30-39	4,07	3,66
	40-49	4,15	3,55
	50-59	4,09	3,46
	>60	4,08	3,61
	Suku	Aceh	3,81
	Banten	4,40	3,79
	Batak	4,00	3,77
	Betawi	4,07	3,57
	Bugis	3,22	3,22
	Bima	4,00	3,50
	Jawa	4,07	3,56
	Madura	4,21	4,57
	Padang	4,16	3,48
	Sasak	4,00	3,00
	Sunda	4,14	3,58
	Tionghoa	4,26	3,91
Pendidikan	S1	4,13	3,83
	D3	4,45	4,18
	SMA	4,19	3,68
	SMP	4,07	3,57
	SD	3,99	3,39
	Tidak Sekolah	3,63	3,35
Domisili	Bekasi	4,50	3,14

Kategori		RESPONS	KINERJA
		Mean	Mean
Omset	Bogor	4,20	3,44
	Ciamis	3,00	4,00
	Cianjur	3,00	4,00
	DKI Jakarta	4,04	3,50
	Depok	4,00	3,50
	Tangerang	4,18	3,78
	<1 juta	3,77	3,17
	1-3 juta	4,08	3,58
	3-5 juta	4,08	3,55
	5-7 juta	4,12	3,70
Lama. D	7-9 juta	4,26	3,82
	>9 juta	4,15	3,64
	<1 tahun	3,92	3,32
	1-3 tahun	4,14	3,81
	3-5 tahun	4,23	3,69
	>5 tahun	4,06	3,56

Sumber: Hasil olah data peneliti

Dan hasil dari uji signifikansi yang menunjukkan beda signifikan pada kategori dan responden yang ada adalah sebagai berikut:

5.3.1 Respon Terhadap Pasar

Tabel 5. 10 Uji Signifikansi Respon berdasarkan Profil Responden

No.	Kelompok 1 (I)	Kelompok 2 (J)	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
						1	Banten
2	Batak	Bugis	,777	0,234	,04	,010	1,545
3	Betawi	Bugis	,852	,2090	,00	,167	1,537
4	Jawa	Bugis	,846	,1997	,00	,192	1,501
5	Madura	Bugis	,992	,2984	,04	,014	1,969
6	Padang	Bugis	,933	,2090	,00	,248	1,618
7	Sunda	Bugis	,914	,2016	,00	,254	1,575
8	Tionghoa	Bugis	1,034	,2052	,00	,362	1,707
9	D3	SD	,461	,1009	,00	,173	,749
10	D3	SMP	,383	,1000	,00	,097	,669
11	D3	Tidak Sekolah	,816	,1475	,00	,395	1,237
12	S1	Tidak Sekolah	,495	,1422	,00	,089	,901
13	SMP	Tidak Sekolah	,433	,1219	,00	,084	,781
14	SMA	Tidak Sekolah	,551	,1191	,00	,210	,891
15	SMA	SD	,195	,0512	,00	,049	,342
16	Bekasi	Ciamis	1,500	,3247	,00	,540	2,459
17	Bekasi	Cianjur	1,500	,3247	,00	,540	2,459
18	Bekasi	DKI Jakarta	,459	,1412	,02	,041	,876
19	Bogor	Ciamis	1,196	,3050	,00	,294	2,097
20	Bogor	Cianjur	1,196	,3050	,00	,294	2,097
21	DKI Jakarta	Ciamis	1,912	,2950	,00	,169	1,912
22	DKI Jakarta	Cianjur	1,912	,2950	,00	,169	1,912
23	Tangerang	Ciamis	1,184	,2952	,00	,311	2,056
24	Tangerang	Cianjur	1,184	,2952	,00	,311	2,056
25	Tangerang	DKI Jakarta	,143	,0406	,00	,023	,263
26	5-7 juta	<1 juta	,344	,1197	,04	,002	,686
27	7-9 juta	<1 juta	,491	,1274	,00	,127	,855
28	>9 juta	<1 juta	,375	,1056	,00	,073	,677

No.	Kelompok 1 (I)	Kelompok 2 (J)	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
29	3-5 tahun	<1 tahun	,307	,1139	,03	,014	,601
30	3-5 tahun	>5 tahun	,163	,0459	,00	,045	,281

Sumber: Hasil olah data peneliti

5.3.1.1 Jenis Kelamin

Pada kategori respon pedagang pasar, ternyata tidak ditemui perbedaan signifikan antara pedagang pria dan pedagang wanita.

5.3.1.2 Usia

Pada ketegori respon pedagang pasar, ternyata tidak ditemui perbedaan signifikan antara rentang usia pedagang pasar. Pedagang dengan rentang usia 20-29 tahun, 30-39 tahun, 40-49 tahun, 50-59 tahun, dan > 60 tahun memiliki rerata respon pada pasar yang tidak berbeda secara signifikan.

5.3.1.3 Suku

Pada kategori respon pedagang pasar, ditemukan sejumlah perbedaan signifikan antara satu suku dengan suku lainnya. Terjadi beda signifikan antara Banten dengan Bugis, Batak dengan Bugis, Betawi dengan Bugis, Jawa dengan Bugis, Madura dengan Bugis, Padang dengan Bugis, Sunda dengan Bugis, dan Tionghoa dengan Bugis. Responden pedagang Bugis tampaknya tidak cukup responsif terhadap pasar.

5.3.1.4 Pendidikan

Pada kategori respon pedagang pasar, ditemukan sejumlah perbedaan signifikan antara pedagang dengan jenjang tertentu dengan yang jenjang lainnya.

Terjadi beda signifikan antara pedagang dengan jenjang pendidikan D3 dengan SD, D3 dengan SMP, dan D3 dengan yang tidak sekolah. Tampaknya pedagang D3 memiliki kemampuan teknis dan ketanggapan yang lebih baik sehingga lebih responsif terhadap pasar.

Terjadi juga beda signifikan antara pedagang S1 dengan yang tidak sekolah, SMP dengan yang tidak sekolah, dan SMA dengan yang tidak sekolah. Tampak pedagang yang tidak sekolah memiliki respon terhadap pasar yang relatif kurang dibandingkan dengan pedagang lainnya. Antara pedagang SMA dan SD juga terjadi perbedaan signifikan atas respon terhadap pasar. Pedagang lulusan SMA tampak lebih responsif pada pasar dibandingkan dengan pedagang lulusan SD.

5.3.1.5 Domisili

Pada kategori respon pedagang pasar, ditemukan sejumlah perbedaan signifikan antara pedagang yang berdomisili di satu tempat dengan pedagang lainnya. Terjadi beda signifikan pada pedagang yang berdomisili di Bekasi terhadap Ciamis dan Cianjur, Bogor terhadap Ciamis dan Cianjur, DKI Jakarta dengan Ciamis dan Cianjur, serta Tangerang dengan Ciamis dan Cianjur.

5.3.1.6 Omset

Pada kategori respon pedagang pasar, ditemukan sejumlah perbedaan signifikan antara pedagang dengan omset tertentu dengan yang lainnya. Terjadi beda signifikan antara pedagang yang beromset 5-7 juta dengan yang <1 juta, 7-9 juta dengan yang <1 juta, dan >9 juta dengan yang <1 juta. Tampak pedagang dengan omset kurang dari satu juta rupiah merupakan pedagang yang tingkat respon pada pasarnya lebih rendah secara signifikan dengan yang lainnya.

5.3.1.7 Lama Berdagang

Pada kategori respon pedagang pasar, ditemukan sejumlah perbedaan signifikan antara pedagang dengan lama berdagang tertentu dengan yang lainnya. Terjadi beda signifikan antara pedagang yang telah berdagang antara 3-5 tahun dengan yang <1 tahun dan >5 tahun. Tampak pedagang yang telah berdagang 3-5 tahun lebih responsif dibanding yang lain. Analisisnya adalah pedagang dengan lama berdagang <1 tahun kurang memiliki pengalaman yang cukup, sedang pedagang yang telah berdagang >5 tahun menjadi tidak responsif terhadap pasar.

5.3.2 Kinerja Pedagang

Tabel 5. 11 Uji Signifikansi Kinerja berdasarkan Profil Responden

No.	Kelompok 1 (I)	Kelompok 2 (J)	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
1	20-29	40-49	,201	,0651	,01	,023	,379
2	20-29	50-59	,293	,0767	,00	,084	,503
3	30-39	50-59	,207	,0686	,02	,019	,395
4	Madura	Aceh	1,186	,3066	,00	,182	2,191
5	Madura	Betawi	1,003	,2586	,00	,156	1,851
6	Madura	Bugis	1,349	,3296	,00	,269	2,429
7	Madura	Jawa	1,011	,2495	,00	,194	1,829
8	Madura	Padang	1,091	,2586	,00	,244	1,939
9	Madura	Sasak	1,571	,3830	,00	,316	2,826
10	Madura	Sunda	,987	,2513	,00	,163	1,810
11	Tionghoa	Betawi	,342	,0981	,02	,020	,664
12	Tionghoa	Jawa	,350	,0706	,00	,118	,581
13	Tionghoa	Padang	,430	,0981	,00	,108	,751
14	Tionghoa	Sunda	,325	,0768	,00	,073	,577
15	D3	SD	,791	,1111	,00	,474	1,108
16	D3	SMP	,615	,1101	,00	,300	,929
17	D3	SMA	,507	,1063	,00	,203	,811

No.	Kelompok 1 (I)	Kelompok 2 (J)	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
						18	D3
19	S1	SD	,438	,1025	,00	,145	,731
20	S1	Tidak Sekolah	,483	,1566	,02	,036	,931
21	SMA	SD	,284	,0564	,00	,122	,445
22	Tangerang	Bekasi	,637	,1575	,00	,171	1,102
23	Tangerang	Bogor	,335	,0972	,01	,047	,622
24	Tangerang	DKI Jakarta	,275	,0451	,00	,141	,408
25	1-3 juta	<1 juta	,412	,1201	,00	,069	,755
26	3-5 juta	<1 juta	,375	,1245	,03	,020	,731
27	5-7 juta	<1 juta	,532	,1328	,00	,152	,911
28	7-9 juta	<1 juta	,650	,1413	,00	,246	1,054
29	>9 juta	<1 juta	,468	,1172	,00	,133	,803
30	1-3 tahun	<1 tahun	,485	,1365	,00	,134	,836
31	1-3 tahun	>5 tahun	,251	,0723	,00	,065	,437
32	3-5 tahun	<1 tahun	,369	,1265	,01	,043	,695
33	3-5 tahun	>5 tahun	,135	,0510	,04	,004	,267

Sumber: Hasil olah data peneliti

5.3.2.1 Jenis Kelamin

Pada kategori kinerja keseluruhan pedagang pasar, ternyata tidak ditemui perbedaan signifikan antara pedagang pria dan pedagang wanita.

5.3.2.2 Usia

Pada kategori kinerja keseluruhan pedagang pasar, ditemukan sejumlah perbedaan signifikan antara pedagang dengan rentang usia tertentu dengan rentang usia lainnya. Terjadi perbedaan signifikan antara pedagang dengan rentang usia 20-29 dengan yang 40-49, 20-29 dengan yang 50-59, dan 30-39 dengan yang 50-59. Tampaknya pedagang dengan rentang usia 20-29 dan 30-39 menunjukkan hasil yang lebih dalam kinerjanya karena lebih muda dan fit.

5.3.2.3 Suku

Pada kategori respon pedagang pasar, ditemukan sejumlah perbedaan signifikan antara satu suku dengan suku lainnya. Terjadi beda signifikan antara Madura dengan Aceh, Madura dengan Betawi, Madura dengan Bugis, Madura dengan Jawa, Madura dengan Padang, Madura dengan Sasak, Madura dengan Sunda. Perbedaan signifikan juga terjadi pada suku Tionghoa dengan Betawi, Tionghoa dengan Jawa, Tionghoa dengan Padang, Tionghoa dengan Sunda. Tampak suku Madura dan Tionghoa relatif lebih superior dibandingkan dengan yang lainnya dalam hal kinerja keseluruhan pedagang pasar. Penemuan menariknya adalah ternyata rerata dari pedagang Madura pada kinerja lebih baik daripada pedagang Tionghoa.

5.3.2.4 Pendidikan

Pada kategori kinerja keseluruhan pedagang pasar, ditemukan sejumlah perbedaan signifikan antara pedagang dengan jenjang tertentu dengan yang jenjang lainnya. Terjadi beda signifikan antara pedagang dengan jenjang pendidikan D3 dengan SD, D3 dengan SMP, D3 dengan SMA, dan D3 dengan yang tidak sekolah. Tampaknya pedagang D3 memiliki kinerja dalam berdagang yang lebih baik dibandingkan dengan yang lainnya.

Terjadi juga beda signifikan antara pedagang S1 dengan yang SD dan S1 dengan yang tidak sekolah. Juga terjadi beda signifikan antara pedagang SMA dengan yang SD. Tampak pedagang yang tidak sekolah memiliki kinerja dalam berdagang yang relatif kurang dibandingkan dengan pedagang lainnya. Antara pedagang SMA dan SD juga terjadi perbedaan signifikan atas kinerja dalam berdagang. Pedagang lulusan SMA tampak lebih baik dalam hal kinerja berdagang dan omsetnya.

5.3.2.5 Domisili

Pada kategori kinerja pedagang pasar, ditemukan sejumlah perbedaan signifikan antara pedagang yang berdomisili di satu tempat dengan pedagang lainnya. Terjadi beda signifikan pada pedagang yang berdomisili di Tangerang dengan Bekasi, Tangerang dengan Bogor, Tangerang dengan DKI Jakarta. Tampaknya pedagang pada lokasi daerah Tangerang memiliki kinerja yang lebih baik. Hal ini mungkin dikarenakan faktor lokasi berdagang dimana pedagang Tangerang semuanya berdagang di pasar BSD yang notabene tempat berdagang yang kondusif.

5.3.2.6 Omset

Pada kategori kinerja pedagang pasar, ditemukan sejumlah perbedaan signifikan antara pedagang dengan omset tertentu dengan yang lainnya. Terjadi beda signifikan antara pedagang yang beromset 1-3 juta dengan yang <1 juta, 3-5 juta dengan yang <1 juta, 5-7 juta dengan yang <1 juta, 7-9 juta dengan yang <1 juta, dan >9 juta dengan yang <1 juta. Tampak pedagang dengan omset kurang dari satu juta rupiah merupakan pedagang yang tingkat kinerja keseluruhan pada pasarnya lebih rendah secara signifikan dengan yang lainnya.

5.3.2.7 Lama Berdagang

Pada kategori kinerja keseluruhan pedagang pasar, ditemukan sejumlah perbedaan signifikan antara pedagang dengan lama berdagang tertentu dengan yang lainnya. Terjadi beda signifikan antara pedagang yang telah berdagang antara 1-3 tahun dengan yang <1 tahun dan >5 tahun. Juga terjadi beda signifikan pada pedagang yang telah berdagang antara 3-5 tahun dengan yang <1 tahun dan >5 tahun. Tampak pedagang yang telah berdagang <1 tahun dan >5 tahun lebih rendah secara signifikan dalam hal kinerja keseluruhannya.

5.4 Analisis Structural Equation Modeling (SEM)

Pengolahan data dilakukan dengan metode *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan program LISREL 8.30. Dalam penelitian ini metode SEM yang dilakukan adalah metode *two step approach*, sebagaimana yang telah diusulkan oleh Wijanto (2008). Tahap pertama dalam *two step approach* ini adalah dengan merespesifikasikan model sebagai sebuah model CFA (*Confirmatory Factor Analysis*) dan kemudian dilanjutkan ke tahap penambahan model struktur asli pada model CFA hasil dari tahap yang sebelumnya (Wijanto, 2008). Penjelasan dari langkah-langkah dalam *two step approach* akan dijelaskan pada bagian berikut.

5.4.1 Analisis Model Pengukuran (*Measurement Model*)

Langkah-langkah Dalam Analisis Model Pengukuran

Setelah mengumpulkan data lapangan, peneliti melakukan pengujian kecocokan antara model yang digunakan dalam penelitian dengan model yang didapatkan dari data lapangan. Metode yang digunakan peneliti adalah metode yang umum digunakan dalam analisis SEM, yaitu *Maximum Likelihood* (ML) dengan jumlah sampel minimal sebanyak 150 sampel, didapatkan dari jumlah tiga puluh indikator dikalikan lima. Walaupun Hair et.al (1998) menyatakan bahwa minimal jumlah sampel yang bisa diolah dengan metode SEM adalah 100 sampel. Hair et.al. (1998) dan Wijanto (2008) menyatakan bahwa evaluasi terhadap tingkat kecocokan data dapat dilakukan dengan melalui beberapa tahapan, yaitu:

- Kecocokan keseluruhan model (*overall model fit*)

Tahap pertama dari uji kecocokan bertujuan untuk mengevaluasi derajat kecocokan atau *Goodness of Fit* (GOF). Yang menjadi ukuran dari GOF ini adalah nilai dari Chi-square dan probabilitas, *Root Mean Square Error of Approximation*, *Goodness of Fit Indices* (GFI) dan beberapa ukuran lainnya yang akan dijabarkan dalam analisis model struktural.

- Analisis Validitas

Analisis validitas berhubungan dengan apakah suatu variabel mengukur apa yang seharusnya diukur. Rigdon dan Ferguson (1991), Doll, Xia, dan Torkzadeh (1994) serta Wijanto (2008) menyatakan bahwa suatu indikator variabel teramati dikatakan memiliki validitas yang baik terhadap variabel latennya apabila:

- Muatan faktor standarnya (*standardized loading factors*) $\geq 0,50$
- Nilai t muatan faktornya (*loading factors*) lebih besar dari nilai kritis yaitu 1,96 (atau katakana saja $\geq 2,00$).

- Analisis Reliabilitas

Reliabilitas adalah konsistensi suatu pengukuran. Reliabilitas tinggi menunjukkan bahwa indikator-indikator mempunyai konsistensi yang tinggi untuk mengukur konstruk variabel latennya. Untuk mengukur reliabilitas dalam SEM, peneliti menggunakan *Construct Reliability* (CR) dan *Variance Extracted* (VE). Konstruk yang baik adalah yang nilai CR-nya $\geq 0,70$ dan VE-nya $\geq 0,50$ (Hair et.al., 1998)

Hasil Pengolahan Analisis Model Pengukuran pada Model Pasar Gabungan

Dalam menganalisis model pengukuran maka yang pertama kali diamati adalah validitas dan reliabilitas dari variabel teramati dan dilanjutkan dengan melihat ukuran-ukuran kecocokan model. Analisis validitas dilakukan terhadap seluruh variabel teramati dengan menggunakan program simplis.

Setelah menjalankan program simplis maka akan tampak hasil dari perhitungan. Hasil perhitungan itu akan menunjukkan muatan faktor standar yang kurang dari 0,5 ataupun yang lebih dari 0,5. Berdasarkan Hair et.al. (1998) indikator yang memiliki nilai *loading factors* kurang dari 0,5 dianggap tidak valid dan harus

dihilangkan. Berikut ditampilkan tabel hasil pengukuran awal dari analisis validitas model penelitian:

Tabel 5. 12 Analisis Validitas Model Penelitian

Indikator	Variabel Laten	Loading Factors	Nilai t	Keterangan
A1	Kecenderungan Kewirausahaan	0,59	8,91	Valid
A2		0,6	9,1	Valid
A3		0,61	9,35	Valid
A4		0,23	3,15	Kurang Valid
A5		0,52	7,6	Valid
B1	Pengetahuan atas Konsumen	0,8	10,17	Valid
B2		0,81	10,22	Valid
B3		0,25	3,4	Kurang Valid
B4		0,51	6,91	Valid
B5		0,27	3,65	Kurang Valid
C1	Pengetahuan atas Pesaing	0,83	12,37	Valid
C2		0,68	10,07	Valid
C3		0,77	11,4	Valid
C4		0,55	7,89	Valid
C5		0,75	11,15	Valid
D1	Pengetahuan atas Pemasok	0,93	16,09	Valid
D2		0,93	15,93	Valid
D3		0,81	13,29	Valid
D4		0,71	11,36	Valid
D5		0,52	8,01	Valid
E1	Pengetahuan atas Peraturan	0,57	7,94	Valid
E2		0,87	10,57	Valid
E3		0,37	5,08	Kurang Valid
E4		0,41	5,66	Kurang Valid
F1	Respon terhadap Pasar	0,91	12,79	Valid
F2		0,66	9,66	Valid
F3		0,46	6,69	Kurang Valid
G1	Kinerja Pedagang	0,52	4,71	Valid
G2		0,34	3,76	Kurang Valid
G3		0,84	4,66	Valid

Sumber: Hasil olah data peneliti

Dari tabel di atas bisa diketahui bahwa indikator-indikator yang tidak valid adalah A4, B3, B5, E3, E4, F3, dan G2. Oleh karena itu maka indikator-indikator itu dihilangkan dalam perhitungan simplis dan program dijalankan kembali. Dari hasil perhitungan ulang maka akan didapatkan hasil seperti berikut:

Tabel 5. 13 Analisis Validitas Model Penelitian (perhitungan ulang)

Indikator	Variabel Laten	Loading Factors	Nilai t	Keterangan
A1	Kecenderungan Kewirausahaan	0,65	10,32	Valid
A2		0,66	10,14	Valid
A3		0,7	11,36	Valid
A5		0,57	8,72	Valid
B1		Pengetahuan atas Konsumen	0,81	10,89
B2	0,81		10,88	Valid
B4	0,51		7,08	Valid
C1	Pengetahuan atas Pesaing	0,83	12,61	Valid
C2		0,69	10,23	Valid
C3		0,76	11,45	Valid
C4		0,54	7,91	Valid
C5		0,75	11,22	Valid
D1	Pengetahuan atas Pemasok	0,93	16,51	Valid
D2		0,93	16,42	Valid
D3		0,8	13,52	Valid
D4		0,71	11,51	Valid
D5		0,52	8,07	Valid
E1	Pengetahuan atas Peraturan	0,56	6,76	Valid
E2		0,91	7,4	Valid
F1	Respon terhadap Pasar	0,93	13,05	Valid
F2		0,66	9,95	Valid
G1	Kinerja Pedagang	0,61	6,47	Valid
G3		0,87	6,16	Valid

Sumber: Hasil olah data peneliti

Hasil Pengujian Konstruk Reliabilitas pada Model Pasar Gabungan

Reliabilitas model dapat diuji dengan menggunakan perhitungan *Construct Reliability* dan *Variance Extracted*, dengan menggunakan rumus (Wijanto, 2008):

$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum \text{standard loading})^2}{(\sum \text{standard loading})^2 + \sum \varepsilon_j}$$

$$\text{Variance Extracted} = \frac{\sum \text{standard loading}^2}{\sum \text{standard loading}^2 + \sum \varepsilon_j}$$

Syarat realibilitas yang baik adalah jika memiliki nilai *construct reliability* (CR) $\geq 0,70$ dan nilai *variance extracted* (VE) $\geq 0,50$ (Hair, et. al. ,1998). Dari perhitungan di atas bisa diambil kesimpulan bahwa indikator-indikator yang ada memiliki reliabilitas yang baik karena nilai dari CR $\geq 0,70$ dan nilai VE $\geq 0,50$. Hal ini menunjukkan bahwa dalam penelitian ini konstruk yang ada didukung oleh data yang diperoleh.

Hasil perhitungan *construct reliability* dan *variance extracted* dari model yang ada adalah seperti yang tersaji pada tabel berikut:

Tabel 5. 14 Construct Reliability dan Variance Extracted Model Penelitian

		Loading	Error	Loading ²	CR	VE
Kecenderungan Kewirausahaan	A1	0,65	0,57	0,4225	0,742	0,610
	A2	0,66	0,57	0,4356		
	A3	0,7	0,51	0,49		

		Loading	Error	Loading²	CR	VE
	A5	0,57	0,67	0,3249		
Pengetahuan akan Pelanggan	B1	0,81	0,34	0,6561	0,762	0,525
	B2	0,81	0,34	0,6561		
	B4	0,51	0,74	0,2601		
Pengetahuan akan Pesaing	C1	0,83	0,3	0,6889	0,842	0,521
	C2	0,69	0,53	0,4761		
	C3	0,76	0,42	0,5776		
	C4	0,54	0,7	0,2916		
	C5	0,75	0,44	0,5625		
Pengetahuan akan Pemasok	D1	0,93	0,13	0,8649	0,891	0,630
	D2	0,93	0,14	0,8649		
	D3	0,8	0,35	0,64		
	D4	0,71	0,5	0,5041		
	D5	0,52	0,73	0,2704		
Pengetahuan akan Peraturan	E1	0,56	0,68	0,3136	0,725	0,582
	E2	0,91	0,14	0,8281		
Respon terhadap Pasar	F1	0,93	0,14	0,8649	0,783	0,650
	F2	0,66	0,56	0,4356		
Kinerja umum Pedagang	G1	0,61	0,63	0,3721	0,716	0,565
	G3	0,87	0,24	0,7569		

Sumber: Hasil olah data peneliti

5.4.2 Analisis Model Struktural (*Structural Model*)

5.4.2.1 Analisis Model Struktural Model Pasar Gabungan

Dalam analisis model struktural pada model pasar gabungan, hal yang perlu dianalisis mencakup (Wijanto,2008):

1. Uji kecocokan keseluruhan model

2. Analisis kausal, yang didalamnya mencakup analisis:

- a. Nilai-t dan koefisien persamaan structural
- b. Koefisien determinansi (R^2)

Hasil analisis model struktural juga sekaligus digunakan untuk pengujian hipotesis penelitian

Uji Kecocokan Model

Untuk menguji kecocokan keseluruhan model (*goodness of fit*) ada beberapa kriteria yang dapat dipergunakan. Mengacu pada kriteria yang ditetapkan oleh Hair, et. al. (1998), maka hasil statistik dari *goodness of fit* pada model penelitian pada model pasar gabungan ini ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 5. 15 Analisis Struktural Model Penelitian

Structural path	Model BSD (n = 118)		Model Palmeriam (n = 108)		Combined Model (n=226)	
	Koefisien	Nilai-t	Koefisien	Nilai-t	Koefisien	Nilai-t
Kcndrngn Kwrshn → Pngthuan Pelnggn	.75*	3.94	.49*	3.96	.62*	6.06
Kcndrngn Kwrshn → Pngthuan Psaing	.69*	4.47	.75*	4.95	.75*	6.28
Kcndrngn Kwrshn → Pngthuan Pmasok	.56*	4.51	.88*	3.78	.67*	6.89
Kcndrngn Kwrshn → Pngthuan Praturm	.57*	3.90	.61*	4.52	.46*	4.83
Pngthuan Pelnggn → Respon pd Pasar	.27*	2.12	.53*	3.62	.48*	4.94
Pngthuan Psaing → Respon pd Pasar	.084n.s.	-0.78	.37*	2.21	.12n.s.	1.37
Pngthuan Pmasok → Respon pd Pasar	-.29*	-2,94	-.53*	-2.60	-.41*	-4.64
Pngthuan Praturm → Respon pd Pasar	.71*	4.42	.28n.s.	1.96	.34*	4.07
Respon pd Pasar → Kinerja Pedagang	.82*	4.16	.90	2.25	.86*	4.38
Fit Indices						
Goodness of fit index (GFI)	.81		.83		.89	
Root Means Sq Err App (RMSEA)	0.074		.055		0.061	
Non normed fit index (NNFI)	.81		.87		0.9	

Structural path	Model BSD (n = 118)		Model Palmeriam (n = 108)		Combined Model (n=226)	
	Koefisien	Nilai-t	Koefisien	Nilai-t	Koefisien	Nilai-t
Incremental fit Index (IFI)	.87		.91		.93	
Comparative fit index (CFI)	.86		.91		.93	
Parsimony Normed Fit Index (PNFI)	.58		.60		.59	
Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI)	.55		.59		.55	

Sumber: Hasil olah data peneliti

1. Kategori Kecocokan Absolut

Ukuran kecocokan absolut menentukan derajat prediksi model keseluruhan (model struktural dan pengukuran) terhadap matrik korelasi dan kovarian. Ukuran ini mengandung ukuran-ukuran yang mewakili sudut pandang *overall fit* yang disebutkan sebelumnya (Wijanto, 2008). Dari tabel di atas bisa dilihat ukuran absolut pada model yang ada adalah seperti berikut:

Goodness of Fit Indices (GFI)

Jöreskog dan Sörbon (1994) mengusulkan GFI untuk mengestimasi dengan ML. GFI diklasifikasikan ke dalam ukuran kecocokan absolut karena pada dasarnya GFI membandingkan model yang dihipotesiskan dengan tidak ada model sama sekali (Wijanto, 2008).

Pada model pasar gabungan diketahui bahwa nilai GFI dari model yang ada pada model pasar gabungan adalah 0,89. Nilai GFI sebesar $0,80 \leq \text{GFI} \leq 0,90$ sering disebut sebagai *marginal fit* (Wijanto, 2008). Maka bisa diketahui bahwa model yang diajukan dikategorikan sebagai *marginal fit* karena nilainya 0,89 termasuk dalam $0,80 \leq \text{GFI} \leq 0,90$.

Root Mean Square Error Approximation (RMSEA)

Indeks RMSEA pertama kali diusulkan oleh Steiger dan Lind (1980) dan dewasa ini merupakan salah satu indeks yang informatif dalam SEM.

Dalam perhitungan yang ada didapat nilai RMSEA pada model pasar gabungan adalah 0,061. Jika nilai RMSEA adalah $0,05 \leq RMSEA \leq 0,08$ maka model tersebut menunjukkan *good fit* (Brown dan Cudeck, 1993). Maka bisa diambil kesimpulan bahwa model yang ada berdasarkan perhitungan RMSEA tergolong dalam *good fit*.

2. Kategori Kecocokan Inkremental

Ukuran kecocokan incremental membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar (*baseline model*) yang sering disebut dengan null model. Ukuran kecocokan incremental ini mengandung ukuran-ukuran yang mewakili sudut pandang *comparative fit to base model* (Wijanto, 2008). Dari tabel di atas bisa dilihat ukuran inkremental pada model yang ada adalah seperti berikut:

Non Normed Fit Index (NNFI)

NNFI atau juga dikenal dengan Tucker-Lewis Index pertama kali diusulkan sebagai sarana mengevaluasi analisis faktor yang kemudian diperluas untuk SEM. Nilai NNFI berkisar antara 0 sampai 1,0 dimana nilai NNFI $\geq 0,90$ tergolong dalam *good fit*. Maka nilai NNFI dari model yang sebesar 0,90 tergolong dalam *good fit*.

Incremental Fit Index (IFI)

Bollen (1989) mengusulkan perhitungan IFI dengan kisaran nilai dari 0 sampai 1. Nilai IFI dalam kisaran $0,90 \leq IFI$ tergolong dalam *good fit*. Model yang ada pada model pasar gabungan menunjukkan nilai IFI sebesar 0,93 sehingga modelnya tergolong dalam *good fit*.

Comparative Fit Index (CFI)

Bentler (1990) menambah perbendaharaan kecocokan inkremental melalui CFI. Nilai CFI berkisar dari 0 sampai 1. Nilai CFI yang sebesar $0,90 \leq CFI$ menunjukkan *good fit*. Model yang ada pada model pasar gabungan menunjukkan nilai CFI sebesar 0,93 sehingga modelnya tergolong dalam *good fit*.

3. Ukuran Kecocokan Parsimoni

Model dengan parameter relatif sedikit (dan *degree of freedom* relatif banyak) sering dikenal sebagai model yang mempunyai parsimoni atau kehematan tinggi. Sedangkan model dengan banyak parameter (dan *degree of freedom* sedikit) dapat dikatakan model yang kompleks dan kurang parsimoni.

Ukuran kecocokan parsimoni mengaitkan GOF model dengan jumlah parameter yang diestimasi, yakni yang diperlukan untuk mencapai kecocokan pada tingkat tersebut. Dalam hal ini, parsimoni dapat didefinisikan sebagai memperoleh *degree of fit* (derajat kecocokan) setinggi-tingginya untuk setiap *degree of freedom*. Dengan demikian, parsimoni yang tinggi yang lebih baik (Wijanto, 2008).

Parsimony Normed Fit Index (PNFI)

PNFI merupakan modifikasi dari NFI. PNFI memperhitungkan banyaknya *degree of freedom* untuk mencapai suatu tingkat kecocokan. Nilai PNFI yang lebih tinggi yang lebih baik. Meskipun demikian tidak ada rekomendasi tingkat kecocokan yang dapat diterima. Hair et. al. (1998) menyatakan bahwa PNFI sebesar 0,06 sampai 0,09 menandakan perbedaan model yang cukup besar. Bila dilihat dari pernyataan Hair tersebut maka bisa diambil kesimpulan bahwa besar PNFI 0,59 pada model yang diajukan pada model pasar gabungan termasuk cukup besar dan menunjukkan perbedaan model yang relatif kecil.

Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI)

PGFI merupakan suatu bentuk modifikasi dari GFI yang didasarkan pada parsimoni model yang diestimasi. Nilai PGFI berkisar antara 0 dan 1, dengan nilai yang lebih tinggi menunjukkan model parsimoni yang lebih baik (Wijanto, 2008). Model yang diestimasi pada model pasar gabungan menunjukkan nilai 0,55 yang relatif besar sehingga menunjukkan nilai yang relatif baik.

Dari analisis berdasarkan ukuran-ukuran kecocokan yang ada maka pengujian menunjukkan tingkat kecocokan yang mencukupi. Karena itu dapat disimpulkan bahwa kecocokan model secara keseluruhan (*goodness of fit*) penelitian memenuhi syarat yang ada.

Analisis Kausal Model

Setelah menganalisis hasil dari *goodness of fit* model yang diestimasi, maka analisis berikutnya yang dilakukan adalah melakukan analisis hubungan kausal model pada model pasar gabungan. Pengujian statistik untuk hubungan kausal model structural ini dilakukan dengan tingkat signifikansi 5% sehingga nilai kritis dari t adalah $\pm 1,96$. Hasil estimasi semua hubungan kausal penelitian bisa dilihat pada tabel 5.16.

Dari tabel persamaan 5.16 dapat dilihat bahwa nilai R^2 untuk masing-masing persamaan. Nilai R^2 berfungsi untuk menunjukkan seberapa jauh masing-masing *independent variable* mampu menjelaskan *dependent variable*-nya. Hasil di atas dapat dianalisis sebagai berikut:

Tabel 5. 16 Analisis Kausal Model Gabungan

PERSAMAAN HUBUNGAN KAUSAL
B = 0.62*A, Errorvar.= 0.61, R ² = 0.39 (0.10) 6.06
C = 0.75*A, Errorvar.= 0.44, R ² = 0.56 (0.12) 6.28
D = 0.67*A, Errorvar.= 0.55, R ² = 0.45 (0.098) 6.89
E = 0.46*A, Errorvar.= 0.79, R ² = 0.21 (0.095)

PERSAMAAN HUBUNGAN KAUSAL				
4.83				
F = 0.48*B + 0.12*C - 0.41*D + 0.34*E, Errorvar.= 0.60, R ² = 0.40				
(0.097) (0.087) (0.088) (0.084)				
4.94 1.37 -4.64 4.07				
G = 0.86*F, Errorvar.= 0.25, R ² = 0.75				
(0.20)				
4.38				

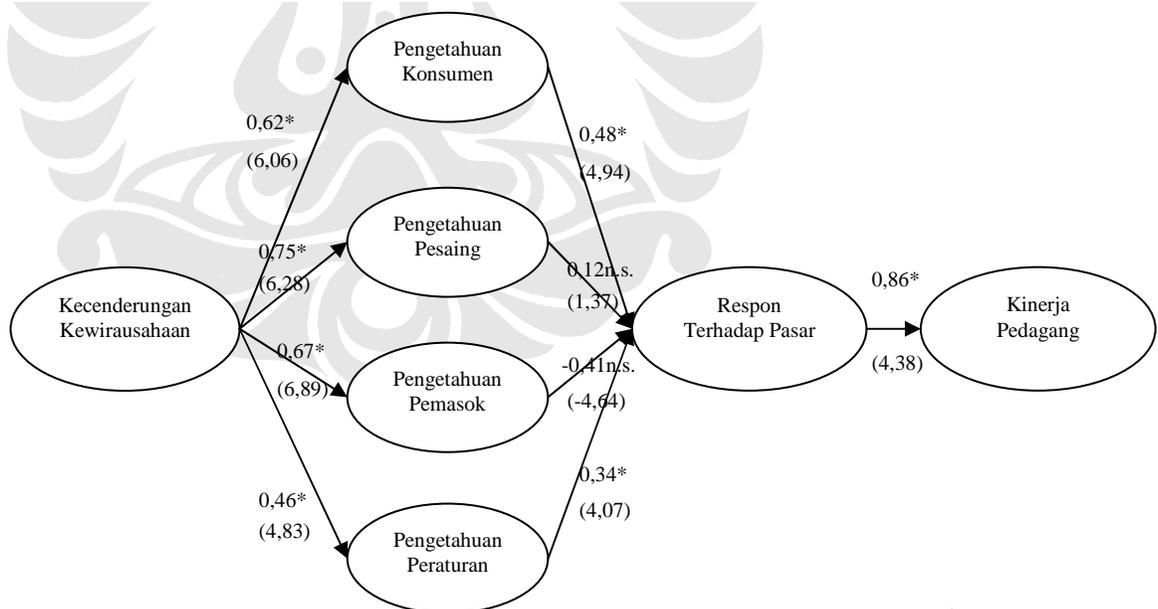
Sumber: Hasil olah data peneliti

1. Pengaruh kecenderungan kewirausahaan terhadap Pengetahuan atas pelanggan pada model pasar gabungan mempunyai R² sebesar 0,39. Hal ini berarti 39% varian dalam Pengetahuan atas pelanggan pada model pasar gabungan dapat dijelaskan oleh Kecenderungan kewirausahaan. Sedangkan 61% sisanya dijelaskan oleh faktor lain.
2. Pengaruh kecenderungan kewirausahaan terhadap Pengetahuan atas pesaing pada model pasar gabungan mempunyai R² sebesar 0,56. Hal ini berarti 56% varian dalam Pengetahuan atas pesaing pada model pasar gabungan dapat dijelaskan oleh Kecenderungan kewirausahaan. Sedangkan 44% sisanya dijelaskan oleh faktor lain.
3. Pengaruh kecenderungan kewirausahaan terhadap Pengetahuan atas pemasok/*supplier* pada model pasar gabungan mempunyai R² sebesar 0,45. Hal ini berarti 45% varian dalam Pengetahuan atas pemasok/*supplier* pada model pasar gabungan dapat dijelaskan oleh Kecenderungan kewirausahaan. Sedangkan 55% sisanya dijelaskan oleh faktor lain.
4. Pengaruh kecenderungan kewirausahaan terhadap Pengetahuan atas peraturan pada model pasar gabungan mempunyai R² sebesar 0,21. Hal ini berarti 21% varian dalam Pengetahuan atas peraturan pada model pasar gabungan dapat

dijelaskan oleh Kecenderungan kewirausahaan. Sedangkan 79% sisanya dijelaskan oleh faktor lain.

5. Pengaruh pengetahuan atas pelanggan, Pengetahuan atas pesaing, Pengetahuan atas pemasok/*supplier*, Pengetahuan atas peraturan terhadap Respon terhadap pasar pada model pasar gabungan mempunyai R^2 sebesar 0,40. Hal ini berarti 40% varian dalam Respon terhadap pasar pada model pasar gabungan dapat dijelaskan oleh Pengaruh pengetahuan atas pelanggan, Pengetahuan atas pesaing, Pengetahuan atas pemasok/*supplier*, Pengetahuan atas peraturan. Sedangkan 60% sisanya dijelaskan oleh faktor lain.
6. Pengaruh Respon terhadap pasar terhadap Kinerja pedagang pada Pasar model pasar gabungan mempunyai R^2 sebesar 0,75. Hal ini berarti 75% varian dalam Kinerja pedagang pada model pasar gabungan dapat dijelaskan oleh Respon terhadap pasar. Sedangkan 25% sisanya dijelaskan oleh faktor lain.

Gambar 5. 22 Model Struktural pada Model Gabungan



Sumber: Hasil olah data peneliti

5.4.2.2 Analisis Model Struktural Pasar BSD

Dalam analisis model structural pada Pasar BSD, hal yang perlu dianalisis mencakup (Wijanto,2008):

1. Uji kecocokan keseluruhan model
2. Analisis kausal, yang didalamnya mencakup analisis:
 - a. Nilai-t dan koefisien persamaan structural
 - b. Koefisien determinansi (R^2)

Hasil analisis model structural juga sekaligus digunakan untuk pengujian hipotesis penelitian

Uji Kecocokan Model

Untuk menguji kecocokan keseluruhan model (*goodness of fit*) ada beberapa kriteria yang dapat dipergunakan. Mengacu pada kriteria yang ditetapkan oleh Hair, et. al. (1998), seperti berikut:

1. Kategori Kecocokan Absolut

Ukuran kecocokan absolut menentukan derajat prediksi model keseluruhan (model struktural dan pengukuran) terhadap matrik korelasi dan kovarian. Ukuran ini mengandung ukuran-ukuran yang mewakili sudut pandang *overall fit* yang disebutkan sebelumnya (Wijanto, 2008). Dari tabel di atas bisa dilihat ukuran absolut pada model yang ada adalah seperti berikut:

Goodness of Fit Indices (GFI)

Jöreskog dan Sörbon (1994) mengusulkan GFI untuk mengestimasi dengan ML. GFI diklasifikasikan ke dalam ukuran kecocokan absolut karena pada dasarnya GFI membandingkan model yang dihipotesiskan dengan tidak ada model sama sekali (Wijanto, 2008).

Pada Model BSD diketahui bahwa nilai GFI dari model yang ada pada Pasar BSD adalah 0,81. Nilai GFI sebesar $0,80 \leq \text{GFI} \leq 0,90$ sering disebut sebagai *marginal fit* (Wijanto, 2008). Maka bisa diketahui bahwa model yang diajukan dikategorikan sebagai *marginal fit* karena nilainya 0,81 termasuk dalam $0,80 \leq \text{GFI} \leq 0,90$.

Root Mean Square Error Approximation (RMSEA)

Indeks RMSEA pertama kali diusulkan oleh Steiger dan Lind (1980) dan dewasa ini merupakan salah satu indeks yang informatif dalam SEM.

Dalam perhitungan yang ada didapat nilai RMSEA pada Pasar BSD adalah 0,074. Jika nilai RMSEA adalah $0,05 \leq \text{RMSEA} \leq 0,08$ maka model tersebut menunjukkan *good fit* (Brown dan Cudeck, 1993). Maka bisa diambil kesimpulan bahwa model yang ada berdasarkan perhitungan RMSEA tergolong dalam *good fit*.

2. Kategori Kecocokan Inkremental

Ukuran kecocokan incremental membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar (*baseline model*) yang sering disebut dengan null model. Ukuran kecocokan incremental ini mengandung ukuran-ukuran yang mewakili sudut pandang *comparative fit to base model* (Wijanto, 2008). Dari tabel di atas bisa dilihat ukuran inkremental pada model yang ada adalah seperti berikut:

Non Normed Fit Index (NNFI)

NNFI atau juga dikenal dengan Tucker-Lewis Index pertama kali diusulkan sebagai sarana mengevaluasi analisis faktor yang kemudian diperluas untuk SEM. Nilai NNFI berkisar antara 0 sampai 1,0 dimana nilai NNFI sebesar $0,80 \leq \text{NNFI} \leq 0,90$ tergolong dalam *marginal fit*. Maka nilai NNFI dari model yang sebesar 0,81 tergolong dalam *marginal fit*.

Incremental Fit Index (IFI)

Bollen (1989) mengusulkan perhitungan IFI dengan kisaran nilai dari 0 sampai 1. Nilai IFI dalam kisaran $0,80 \leq IFI \leq 0,90$ tergolong dalam *marginal fit*. Model yang ada pada Pasar BSD menunjukkan nilai IFI sebesar 0,87 sehingga modelnya tergolong dalam *marginal fit*.

Comparative Fit Index (CFI)

Bentler (1990) menambah perbendaharaan kecocokan inkremental melalui CFI. Nilai CFI berkisar dari 0 sampai 1. Nilai CFI yang sebesar $0,80 \leq CFI \leq 0,90$ menunjukkan *marginal fit*. Model yang ada pada Pasar BSD menunjukkan nilai CFI sebesar 0,86 sehingga modelnya tergolong dalam *marginal fit*.

3. Ukuran Kecocokan Parsimoni

Model dengan parameter relatif sedikit (dan *degree of freedom* relatif banyak) sering dikenal sebagai model yang mempunyai parsimoni atau kehematan tinggi. Sedangkan model dengan banyak parameter (dan *degree of freedom* sedikit) dapat dikatakan model yang kompleks dan kurang parsimoni.

Ukuran kecocokan parsimoni mengaitkan GOF model dengan jumlah parameter yang diestimasi, yakni yang diperlukan untuk mencapai kecocokan pada tingkat tersebut. Dalam hal ini, parsimoni dapat didefinisikan sebagai memperoleh *degree of fit* (derajat kecocokan) setinggi-tingginya untuk setiap *degree of freedom*. Dengan demikian, parsimoni yang tinggi yang lebih baik (Wijanto, 2008).

Parsimony Normed Fit Index (PNFI)

PNFI merupakan modifikasi dari NFI. PNFI memperhitungkan banyaknya *degree of freedom* untuk mencapai suatu tingkat kecocokan. Nilai PNFI yang lebih tinggi yang lebih baik. Meskipun demikian tidak ada rekomendasi tingkat kecocokan yang dapat diterima. Hair et. al. (1998) menyatakan bahwa PNFI sebesar 0,06 sampai 0,09 menandakan perbedaan model yang cukup besar. Bila dilihat dari pernyataan Hair tersebut maka bisa diambil kesimpulan bahwa besar PNFI 0,58 pada model yang

diajukan pada Pasar BSD termasuk cukup besar dan menunjukkan perbedaan model yang relatif kecil.

Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI)

PGFI merupakan suatu bentuk modifikasi dari GFI yang didasarkan pada parsimoni model yang diestimasi. Nilai PGFI berkisar antara 0 dan 1, dengan nilai yang lebih tinggi menunjukkan model parsimoni yang lebih baik (Wijanto, 2008). Model yang diestimasi pada Pasar BSD menunjukkan nilai 0,55 yang relatif besar sehingga menunjukkan nilai yang relatif baik.

Dari analisis berdasarkan ukuran-ukuran kecocokan yang ada maka pengujian menunjukkan tingkat kecocokan yang mencukupi. Karena itu dapat disimpulkan bahwa kecocokan model secara keseluruhan (*goodness of fit*) penelitian memenuhi syarat yang ada.

Analisis Kausal Model

Setelah menganalisis hasil dari *goodness of fit* model yang diestimasi, maka analisis berikutnya yang dilakukan adalah melakukan analisis hubungan kausal model pada Pasar BSD. Pengujian statistik untuk hubungan kausal model structural ini dilakukan dengan tingkat signifikansi 5% sehingga nilai kritis dari t adalah $\pm 1,96$. Hasil estimasi semua hubungan kausal penelitian bisa dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. 17 Analisis Kausal Model BSD

PERSAMAAN HUBUNGAN KAUSAL
$B = 0.75 * A$, Errorvar.= 0.44, $R^2 = 0.56$ (0.19) 3.94
$C = 0.69 * A$, Errorvar.= 0.52, $R^2 = 0.48$ (0.15) 4.47

PERSAMAAN HUBUNGAN KAUSAL				
D = 0.56*A, Errorvar.= 0.69, R ² = 0.31				
(0.12)				
4.51				
E = 0.57*A, Errorvar.= 0.67, R ² = 0.33				
(0.15)				
3.90				
F = 0.27*B - 0.084*C - 0.29*D + 0.71*E, Errorvar.= 0.42, R ² = 0.58				
(0.13)	(0.11)	(0.099)	(0.16)	
2.12	-0.78	-2.94	4.52	
G = 0.82*F, Errorvar.= 0.33, R ² = 0.67				
(0.20)				
4.16				

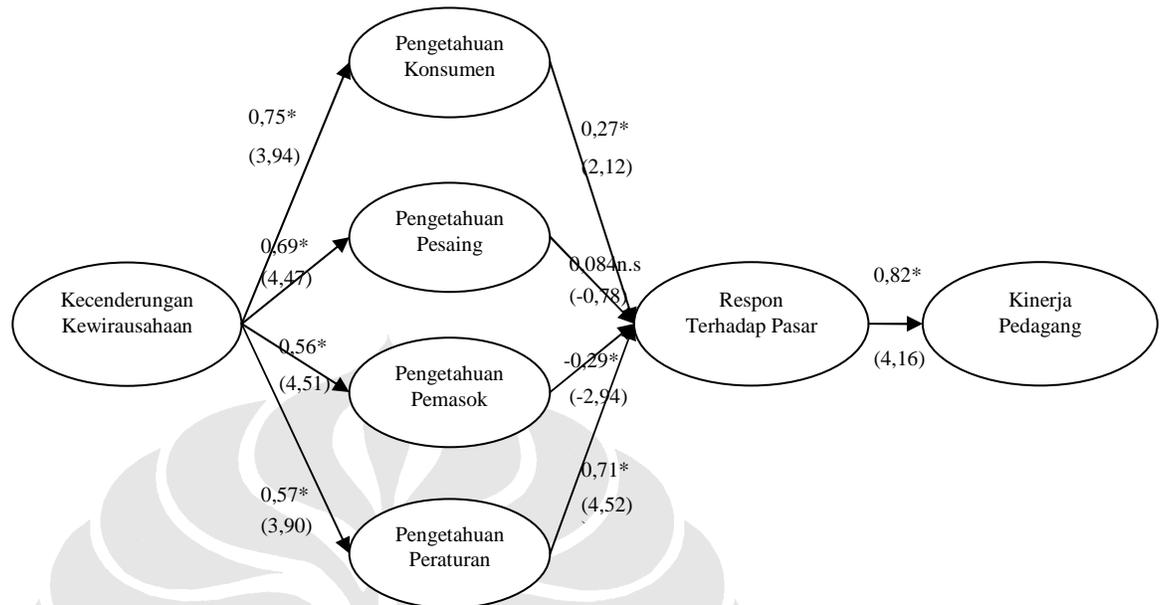
Sumber: Hasil olah data peneliti

Dari tabel persamaan di atas dapat dilihat nilai R² untuk masing-masing persamaan. Nilai R² berfungsi untuk menunjukkan seberapa jauh masing-masing *independent variable* mampu menjelaskan *dependent variable*-nya. Hasil di atas dapat dianalisis sebagai berikut:

1. Pengaruh kecenderungan kewirausahaan terhadap Pengetahuan atas pelanggan pada Pasar BSD mempunyai R² sebesar 0,56. Hal ini berarti 56% varian dalam Pengetahuan atas pelanggan pada Pasar BSD dapat dijelaskan oleh Kecenderungan kewirausahaan. Sedangkan 44% sisanya dijelaskan oleh faktor lain.
2. Pengaruh kecenderungan kewirausahaan terhadap Pengetahuan atas pesaing pada Pasar BSD mempunyai R² sebesar 0,48. Hal ini berarti 48% varian dalam Pengetahuan atas pesaing pada Pasar BSD dapat dijelaskan oleh Kecenderungan kewirausahaan. Sedangkan 52% sisanya dijelaskan oleh faktor lain.

3. Pengaruh kecenderungan kewirausahaan terhadap Pengetahuan atas pemasok/*supplier* pada Pasar BSD mempunyai R^2 sebesar 0,31. Hal ini berarti 31% varian dalam Pengetahuan atas pemasok/*supplier* pada Pasar BSD dapat dijelaskan oleh Kecenderungan kewirausahaan. Sedangkan 69% sisanya dijelaskan oleh faktor lain.
4. Pengaruh kecenderungan kewirausahaan terhadap Pengetahuan atas peraturan pada Pasar BSD mempunyai R^2 sebesar 0,33. Hal ini berarti 33% varian dalam Pengetahuan atas peraturan pada Pasar BSD dapat dijelaskan oleh Kecenderungan kewirausahaan. Sedangkan 67% sisanya dijelaskan oleh faktor lain.
5. Pengaruh pengetahuan atas pelanggan, Pengetahuan atas pesaing, Pengetahuan atas pemasok/*supplier*, Pengetahuan atas peraturan terhadap Respon terhadap pasar pada Pasar BSD mempunyai R^2 sebesar 0,58. Hal ini berarti 58% varian dalam Respon terhadap pasar pada Pasar BSD dapat dijelaskan oleh Pengaruh pengetahuan atas pelanggan, Pengetahuan atas pesaing, Pengetahuan atas pemasok/*supplier*, Pengetahuan atas peraturan. Sedangkan 42% sisanya dijelaskan oleh faktor lain.
6. Pengaruh Respon terhadap pasar terhadap Kinerja pedagang pada Pasar BSD mempunyai R^2 sebesar 0,67. Hal ini berarti 67% varian dalam Kinerja pedagang pada Pasar BSD dapat dijelaskan oleh Respon terhadap pasar. Sedangkan 33% sisanya dijelaskan oleh faktor lain.

Gambar 5. 23 Model Struktural pada Model BSD



Sumber: Hasil olah data peneliti

5.4.2.3 Analisis Model Struktural Pasar Palmeriam

Pada pengujian model structural Pasar Palmeriam ini analisisnya juga mencakup (Wijanto,2008):

1. Uji kecocokan keseluruhan model
2. Analisis kausal, yang didalamnya mencakup analisis:
 - a. Nilai-t dan koefisien persamaan structural
 - b. Koefisien determinansi (R^2)

Pengujian analisis penelitian menggunakan hasil dari analisis model struktural dari Pasar Palmeriam.

Uji Kecocokan Model

Untuk menguji kecocokan keseluruhan model (*goodness of fit*) pada Pasar Palmeriam juga menggunakan kriteria yang digunakan pada Pasar BSD. Mengacu pada kriteria yang ditetapkan oleh Hair, et. al. (1998), analisis yang dilakukan masih menggunakan tiga kategori kecocokan seperti berikut,

1. Kategori Kecocokan Absolut

Ukuran kecocokan absolut menentukan derajat prediksi model keseluruhan (model struktural dan pengukuran) terhadap matrik korelasi dan kovarian. Ukuran ini mengandung ukuran-ukuran yang mewakili sudut pandang *overall fit* yang disebutkan sebelumnya (Wijanto, 2008). Dari tabel di atas bisa dilihat ukuran absolut pada model yang ada adalah seperti berikut:

Goodness of Fit Indices (GFI)

Pada Model BSD diketahui bahwa nilai GFI dari model yang ada pada Pasar Palmeriam adalah 0,83. Nilai GFI sebesar $0,80 \leq GFI \leq 0,90$ sering disebut sebagai *marginal fit* (Wijanto, 2008). Maka bisa diketahui bahwa model yang diajukan dikategorikan sebagai *marginal fit* karena nilainya 0,83 termasuk dalam $0,80 \leq GFI \leq 0,90$.

Root Mean Square Error Approximation (RMSEA)

Dalam perhitungan yang ada didapat nilai RMSEA pada Pasar Palmeriam adalah 0,055. Jika nilai RMSEA adalah $0,05 \leq RMSEA \leq 0,08$ maka model tersebut menunjukkan *good fit* (Brown dan Cudeck, 1993). Maka bisa diambil kesimpulan bahwa model yang ada berdasarkan perhitungan RMSEA tergolong dalam *good fit*

2. Kategori Kecocokan Inkremental

Ukuran kecocokan inkremental membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar (*baseline model*) yang sering disebut dengan *null model*. Ukuran kecocokan inkremental ini mengandung ukuran-ukuran yang mewakili sudut pandang

comparative fit to base model (Wijanto,2008). Dari tabel di atas bisa dilihat ukuran inkremental pada model yang ada adalah seperti berikut:

Non Normed Fit Index (NNFI)

Nilai NNFI berkisar antara 0 sampai 1,0 dimana nilai NNFI sebesar $0,80 \leq \text{NNFI} \leq 0,90$ tergolong dalam *marginal fit*. Maka nilai NNFI dari model pada Pasar Palmeriam yang sebesar 0,87 tergolong dalam *marginal fit*.

Incremental Fit Index (IFI)

Bollen (1989) mengusulkan perhitungan IFI dengan kisaran nilai dari 0 sampai 1. Nilai IFI yang $\geq 0,90$ tergolong dalam *good fit*. Model yang ada pada Pasar Palmeriam menunjukkan nilai IFI sebesar 0,91 sehingga modelnya tergolong dalam *good fit*.

Comparative Fit Index (CFI)

Bentler (1990) menambah perbendaharaan kecocokan inkremental melalui CFI. Nilai CFI berkisar dari 0 sampai 1. Nilai CFI yang sebesar $\geq 0,90$ menunjukkan *good fit*. Model yang ada pada Pasar Palmeriam menunjukkan nilai CFI sebesar 0,91 sehingga modelnya tergolong dalam *good fit*.

3. Ukuran Kecocokan Parsimoni

Model dengan parameter relatif sedikit (dan *degree of freedom* relatif banyak) sering dikenal sebagai model yang mempunyai parsimoni atau kehematan tinggi. Sedangkan model dengan banyak parameter (dan *degree of freedom* sedikit) dapat dikatakan model yang kompleks dan kurang parsimoni.

Ukuran kecocokan parsimoni mengaitkan GOF model dengan jumlah parameter yang diestimasi, yakni yang diperlukan untuk mencapai kecocokan pada tingkat tersebut. Dalam hal ini, parsimoni dapat didefinisikan sebagai memperoleh

degree of fit (derajat kecocokan) setinggi-tingginya untuk setiap *degree of freedom*. Dengan demikian, parsimoni yang tinggi yang lebih baik (Wijanto, 2008).

Parsimony Normed Fit Index (PNFI)

PNFI merupakan modifikasi dari NFI. PNFI memperhitungkan banyaknya *degree of freedom* untuk mencapai suatu tingkat kecocokan. Nilai PNFI yang lebih tinggi yang lebih baik. Meskipun demikian tidak ada rekomendasi tingkat kecocokan yang dapat diterima. Hair et. al. (1998) menyatakan bahwa PNFI sebesar 0,06 sampai 0,09 menandakan perbedaan model yang cukup besar. Bila dilihat dari pernyataan Hair tersebut maka bisa diambil kesimpulan bahwa besar PNFI 0,60 pada model yang diajukan pada Pasar Palmeriam termasuk cukup besar dan menunjukkan perbedaan model yang relatif kecil.

Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI)

PGFI merupakan suatu bentuk modifikasi dari GFI yang didasarkan pada parsimoni model yang dihitung. Nilai PGFI berkisar antara 0 dan 1, dengan nilai yang lebih tinggi menunjukkan model parsimoni yang lebih baik (Wijanto, 2008). Model yang diestimasi pada Pasar Palmeriam menunjukkan nilai 0,59 yang relatif besar sehingga menunjukkan nilai yang relatif baik.

Dari analisis berdasarkan ukuran-ukuran kecocokan yang ada maka pengujian menunjukkan tingkat kecocokan yang mencukupi. Karena itu dapat disimpulkan bahwa kecocokan model secara keseluruhan (*goodness of fit*) penelitian memenuhi syarat yang ada.

Analisis Kausal Model

Setelah menganalisis hasil dari *goodness of fit* model yang diestimasi, maka analisis berikutnya yang dilakukan adalah melakukan analisis hubungan kausal model. Pengujian statistik untuk hubungan kausal model struktural ini dilakukan dengan tingkat signifikansi 5% sehingga nilai kritis dari t adalah $\pm 1,96$. Hasil

estimasi semua hubungan kausal penelitian pada Pasar Palmeriam bisa dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. 18 Analisis Kausal Model Palmeriam

PERSAMAAN HUBUNGAN KAUSAL				
B = 0.49*A, Errorvar.= 0.76, R ² = 0.24				
(0.12)				
3.96				
C = 0.75*A, Errorvar.= 0.43, R ² = 0.57				
(0.15)				
4.95				
D = 0.88*A, Errorvar.= 0.22, R ² = 0.78				
(0.23)				
3.78				
E = 0.61*A, Errorvar.= 0.62, R ² = 0.38				
(0.14)				
4.52				
F = 0.53*B + 0.37*C - 0.53*D + 0.28*E, Errorvar.= 0.56, R ² = 0.44				
(0.15)	(0.17)	(0.20)	(0.14)	
3.62	2.21	-2.60	1.96	
G = 0.90*F, Errorvar.= 0.20, R ² = 0.80				
(0.40)				
2.25				

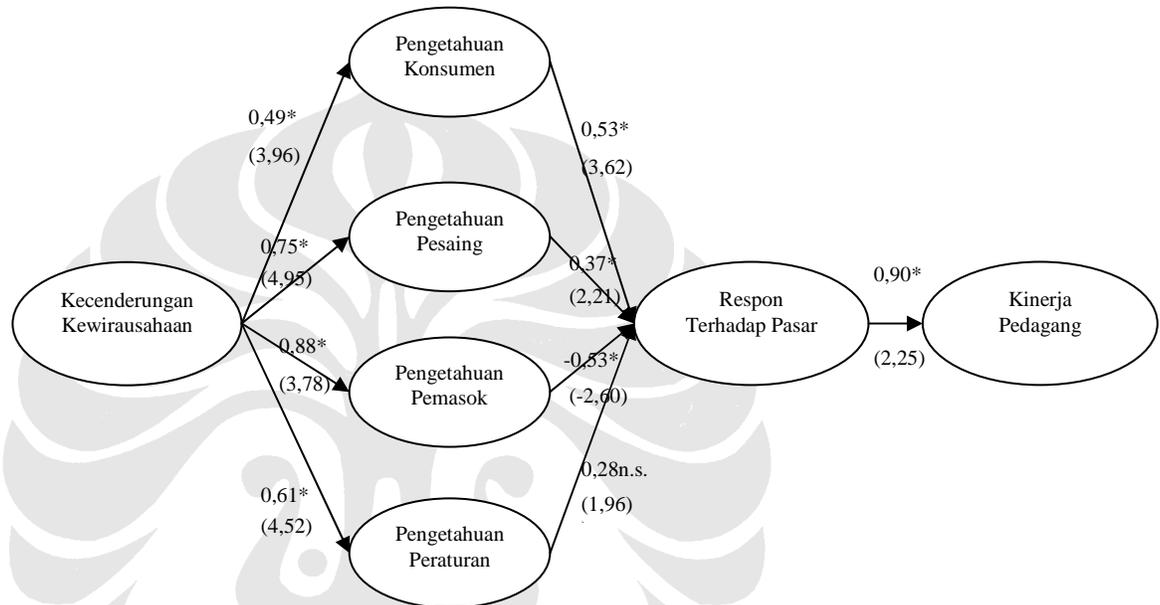
Sumber: Hasil olah data peneliti

Dari tabel persamaan di atas dapat dilihat nilai R² untuk masing-masing persamaan. Nilai R² berfungsi untuk menunjukkan seberapa jauh masing-masing *independent variable* mampu menjelaskan *dependent variable*-nya. Hasil di atas dapat dianalisis sebagai berikut:

1. Pengaruh kecenderungan kewirausahaan terhadap Pengetahuan atas pelanggan pada Pasar Palmeriam mempunyai R^2 sebesar 0,24. Hal ini berarti 24% varian dalam Pengetahuan atas pelanggan dapat dijelaskan oleh Kecenderungan kewirausahaan. Sedangkan 76% sisanya dijelaskan oleh faktor lain.
2. Pengaruh kecenderungan kewirausahaan terhadap Pengetahuan atas pesaing pada Pasar Palmeriam mempunyai R^2 sebesar 0,57. Hal ini berarti 57% varian dalam Pengetahuan atas pesaing dapat dijelaskan oleh Kecenderungan kewirausahaan. Sedangkan 43% sisanya dijelaskan oleh faktor lain.
3. Pengaruh kecenderungan kewirausahaan terhadap Pengetahuan atas pemasok/*supplier* pada Pasar Palmeriam mempunyai R^2 sebesar 0,78. Hal ini berarti 78% varian dalam Pengetahuan atas pemasok/*supplier* dapat dijelaskan oleh Kecenderungan kewirausahaan. Sedangkan 22% sisanya dijelaskan oleh faktor lain.
4. Pengaruh kecenderungan kewirausahaan terhadap Pengetahuan atas peraturan pada Pasar Palmeriam mempunyai R^2 sebesar 0,38. Hal ini berarti 38% varian dalam Pengetahuan atas peraturan dapat dijelaskan oleh Kecenderungan kewirausahaan. Sedangkan 62% sisanya dijelaskan oleh faktor lain.
5. Pengaruh pengetahuan atas pelanggan, Pengetahuan atas pesaing, Pengetahuan atas pemasok/*supplier* pada Pasar Palmeriam, Pengetahuan atas peraturan terhadap Respon terhadap pasar mempunyai R^2 sebesar 0,44. Hal ini berarti 44% varian dalam Respon terhadap pasar dapat dijelaskan oleh Pengaruh pengetahuan atas pelanggan, Pengetahuan atas pesaing, Pengetahuan atas pemasok/*supplier*, Pengetahuan atas peraturan. Sedangkan 56% sisanya dijelaskan oleh faktor lain.
6. Pengaruh Respon terhadap pasar terhadap Kinerja pedagang pada Pasar Palmeriam mempunyai R^2 sebesar 0,80. Hal ini berarti 80% varian dalam

Kinerja pedagang dapat dijelaskan oleh Respon terhadap pasar. Sedangkan 20% sisanya dijelaskan oleh faktor lain.

Gambar 5. 24 Model Struktural pada Model Palmeriam



Sumber: Hasil olah data peneliti

5.5 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini terdapat sembilan hipotesis yang dibuat berdasarkan tiga pertanyaan utama penelitian. Pertanyaan pertama adalah bagaimana pengaruh dari kecenderungan kewirausahaan terhadap Pengetahuan atas sumber daya yang terdiri dari Pengetahuan atas pelanggan, Pengetahuan atas pesaing, Pengetahuan atas pemasok/*supplier*, dan Pengetahuan atas peraturan. Kedua adalah bagaimana pengaruh Pengetahuan atas sumber daya yang terdiri dari Pengetahuan atas pelanggan, Pengetahuan atas pesaing, Pengetahuan atas pemasok/*supplier*, dan

Pengetahuan atas peraturan terhadap Respon terhadap pasar. Pertanyaan ketiga adalah bagaimana pengaruh dari Respon terhadap pasar terhadap Kinerja pedagang

Analisis pengujian hipotesis dilakukan dengan tingkat signifikansi 5% sehingga menghasilkan nilai kritis t adalah $\pm 1,96$ (atau biasa digenapkan menjadi 2,00). Hipotesis diterima apabila nilai-t yang didapat $\geq 1,96$ (atau biasa digenapkan menjadi 2,00), sedang jika nilai-t $\leq 1,96$ (atau biasa digenapkan menjadi 2,00) maka hipotesis akan ditolak. Analisis pengujian hipotesis akan dijabarkan berdasarkan objek pasar yang diteliti, dalam hal ini pasar BSD dan pasar Palmeriam.

5.5.1 Pengujian Hipotesis pada pasar BSD

Berikut ditampilkan tabel dari hasil pengujian hipotesis untuk menjawab keseluruhan pertanyaan penelitian.

Tabel 5. 19 Pengujian Hipotesis Pasar BSD

Hipotesis	Pernyataan Hipotesis	Nilai-t	Keterangan
H1	Adanya pengaruh antara Kecenderungan kewirausahaan dengan Pengetahuan atas Pelanggan	3,94	hipotesis diterima
H2	Adanya pengaruh antara Kecenderungan kewirausahaan dengan Pengetahuan atas pesaing	4,47	hipotesis diterima
H3	Adanya pengaruh antara Kecenderungan kewirausahaan dengan Pengetahuan atas pemasok/ <i>supplier</i>	4,51	hipotesis diterima
H4	Adanya pengaruh antara Kecenderungan kewirausahaan dengan Pengetahuan atas Peraturan	3,90	hipotesis diterima
H5	Adanya pengaruh antara Pengetahuan atas pelanggan dengan Respon terhadap pasar	2,12	hipotesis diterima
H6	Adanya pengaruh antara Pengetahuan atas pesaing dengan Respon terhadap pasar	-0,78	data tidak mendukung hipotesis
H7	Adanya pengaruh antara Pengetahuan atas pemasok/ <i>supplier</i> dengan Respon terhadap pasar	-2,94	hipotesis diterima
H8	Adanya pengaruh antara Pengetahuan atas peraturan	4,42	hipotesis diterima

Hipotesis	Pernyataan Hipotesis	Nilai-t	Keterangan
	dengan Respon terhadap pasar		
H9	Adanya pengaruh antara Respon terhadap pasar dengan Kinerja pedagang	4,16	hipotesis diterima

Sumber: Hasil olah data peneliti

Berdasarkan tabel di atas yang menyimpulkan hasil hipotesis model penelitian pada Pasar BSD, maka dapat dijelaskan hal-hal sebagai berikut:

1. H₀ : Tidak adanya pengaruh antara Kecenderungan kewirausahaan dengan Pengetahuan atas Pelanggan

H₁: Adanya pengaruh antara Kecenderungan kewirausahaan dengan Pengetahuan atas Pelanggan

Berdasarkan hasil output data, nilai-t yang dihasilkan untuk hipotesis 1 dari penelitian ini adalah 3,94. Angka tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan dapat diterima. Hal ini berarti bahwa Kecenderungan kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengetahuan atas Pelanggan.

Hal tersebut membuktikan bahwa kecenderungan kewirausahaan yang terdiri dari pengambilan resiko, inovasi, otonomi, dan keagresifan dalam bersaing mempengaruhi pedagang pasar BSD untuk menambah pengetahuannya atas pelanggannya. Pedagang-pedagang tersebut akan menambah pengetahuan tentang tingkat kepuasan pelanggan atas kualitas dan harga barang yang ditawarkan. Pedagang juga akan pengetahuannya tentang siapakah pelanggannya.

2. H₀ : Tidak adanya pengaruh antara Kecenderungan kewirausahaan dengan Pengetahuan atas Pesaing

H₂: Adanya pengaruh antara Kecenderungan kewirausahaan dengan Pengetahuan atas Pesaing

Berdasarkan hasil output data, nilai-t yang dihasilkan untuk hipotesis 2 dari penelitian ini adalah 4,47. Angka tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan dapat diterima. Hal ini berarti bahwa Kecenderungan kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengetahuan atas pesaing.

Hal tersebut membuktikan bahwa kecenderungan kewirausahaan yang terdiri dari pengambilan resiko, inovasi, otonomi, dan keagresifan dalam bersaing mempengaruhi pedagang pasar BSD untuk menambah pengetahuannya atas pesaingnya. Pedagang-pedagang tersebut akan menambah pengetahuan tentang barang apa yang dijual pesaing, harga barang pesaing, lokasi berdagang pesaing, pelanggan pesaing, dan juga siapakah pesaing mereka.

3. H0 : Tidak adanya pengaruh antara Kecenderungan kewirausahaan dengan Pengetahuan atas pemasok/*supplier*

H3: Adanya pengaruh antara Kecenderungan kewirausahaan dengan Pengetahuan atas pemasok/*supplier*

Berdasarkan hasil output data, nilai-t yang dihasilkan untuk hipotesis 3 dari penelitian ini adalah 4,51. Angka tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan dapat diterima. Hal ini berarti bahwa Kecenderungan kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengetahuan atas pemasok/*supplier*.

Hal tersebut membuktikan bahwa kecenderungan kewirausahaan yang terdiri dari pengambilan resiko, inovasi, otonomi, dan keagresifan dalam bersaing mempengaruhi pedagang pasar BSD untuk menambah pengetahuannya atas pemasok/*supplier*-nya. Pedagang-pedagang tersebut akan menambah pengetahuan tentang barang yang dijual pemasok, harga barang yang dijual pemasok, sistem pemesanan ke pemasok, siapa pemasok sekarang, dan pemasok lain yang potensial.

4. H₀ : Tidak adanya pengaruh antara Kecenderungan kewirausahaan dengan Pengetahuan atas peraturan

H₄: Adanya pengaruh antara Kecenderungan kewirausahaan dengan Pengetahuan atas peraturan

Berdasarkan hasil output data, nilai-t yang dihasilkan untuk hipotesis 4 dari penelitian ini adalah 3,90. Angka tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan dapat diterima. Hal ini berarti bahwa Kecenderungan kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengetahuan atas peraturan.

Hal tersebut membuktikan bahwa kecenderungan kewirausahaan yang terdiri dari pengambilan resiko, inovasi, otonomi, dan keagresifan dalam bersaing mempengaruhi pedagang pasar BSD untuk menambah pengetahuannya atas beberapa peraturan yang ada. Pedagang-pedagang tersebut akan menambah pengetahuan tentang ada atau tidaknya peraturan yang mengatur barang dagangan, serta ada atau tidaknya peraturan yang mengatur masalah harga.

5. H₀ : Tidak adanya pengaruh antara Pengetahuan atas Pelanggan dengan Respon terhadap pasar

H₅: Adanya pengaruh antara Pengetahuan atas Pelanggan dengan Respon terhadap pasar

Berdasarkan hasil output data, nilai-t yang dihasilkan untuk hipotesis 5 dari penelitian ini adalah 2,12. Angka tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan dapat diterima. Hal ini berarti bahwa pengetahuan atas Pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Respon terhadap pasar.

Hal tersebut di atas menunjukkan bahwa ternyata pengetahuan atas pelanggan pedagang pasar BSD mempengaruhi respon terhadap pasar si

pedagang tersebut. Kemampuan pedagang untuk merespon pasar yang terdiri dari kegesitan melayani pelanggan dan kesiapan untuk memberi pelayanan tambahan pada pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh pengetahuan mereka pada pelanggan.

6. H₀ : Tidak adanya pengaruh antara Pengetahuan atas pesaing dengan Respon terhadap pasar

H₆: Adanya pengaruh antara Pengetahuan atas pesaing dengan Respon terhadap pasar

Berdasarkan hasil output data, nilai-t yang dihasilkan untuk hipotesis 6 dari penelitian ini adalah -0,78. Angka tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang ada tidak didukung oleh data. Hal ini berarti bahwa pengetahuan atas pesaing tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Respon terhadap pasar.

Hal tersebut di atas menunjukkan bahwa ternyata pengetahuan atas pesaing pedagang pasar BSD tidak mempengaruhi respon terhadap pasar si pedagang tersebut. Tampaknya kemampuan pedagang untuk merespon pasar yang terdiri dari kegesitan melayani pelanggan dan kesiapan untuk memberi pelayanan tambahan pada pelanggan tidak dipengaruhi secara signifikan oleh pengetahuan mereka pada pesaing.

Ada faktor lain yang signifikan yang membuat pedagang pasar tanggap akan kebutuhan pasar. Mungkin lama mereka berdagang membuat mereka secara otomatis merespon akan kebutuhan pasar, bukannya pengetahuan atas pesaing.

7. H₀ : Tidak adanya pengaruh antara Pengetahuan atas pemasok/*supplier* dengan Respon terhadap pasar

H7: Adanya pengaruh antara Pengetahuan atas pemasok/*supplier* dengan Respon terhadap pasar

Berdasarkan hasil output data, nilai-t yang dihasilkan untuk hipotesis 7 dari penelitian ini adalah -2,94. Angka tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan dapat diterima. Hal ini berarti bahwa pengetahuan atas pemasok/*supplier* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Respon terhadap pasar.

Hal tersebut di atas menunjukkan bahwa ternyata pengetahuan atas pemasok/*supplier* pedagang pasar BSD mempengaruhi respon terhadap pasar si pedagang tersebut. Tampaknya kemampuan pedagang untuk merespon pasar yang terdiri dari kegesitan melayani pelanggan dan kesiapan untuk memberi pelayanan tambahan pada pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh pengetahuan mereka pada pemasok/*supplier*.

8. H0 : Tidak adanya pengaruh antara Pengetahuan atas peraturan dengan Respon terhadap pasar

H8: Adanya pengaruh antara Pengetahuan atas peraturan dengan Respon terhadap pasar

Berdasarkan hasil output data, nilai-t yang dihasilkan untuk hipotesis 8 dari penelitian ini adalah 4,42. Angka tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan dapat diterima. Hal ini berarti bahwa pengetahuan atas peraturan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Respon terhadap pasar.

Hal tersebut di atas menunjukkan bahwa ternyata pengetahuan atas peraturan pedagang pasar BSD mempengaruhi respon terhadap pasar si pedagang tersebut. Tampaknya kemampuan pedagang untuk merespon pasar yang terdiri dari kegesitan melayani pelanggan dan kesiapan untuk memberi pelayanan tambahan pada pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh pengetahuan mereka pada peraturan.

9. H₀ : Tidak adanya pengaruh antara Respon terhadap pasar dengan Kinerja pedagang

H₉: Adanya pengaruh antara Respon terhadap pasar dengan Kinerja pedagang

Berdasarkan hasil output data, nilai-t yang dihasilkan untuk hipotesis 9 dari penelitian ini adalah 4,16. Angka tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang ada didukung oleh data. Hal ini berarti bahwa Respon terhadap pasar memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Kinerja pedagang.

Tampaknya kinerja pedagang, yang terdiri dari omset penjualan dan kemampuan pedagang dalam melayani pelanggan secara keseluruhan, dipengaruhi secara signifikan oleh kemampuan mereka merespon kebutuhan pasar, yang terdiri dari kegesitan melayani pelanggan dan kesiapan untuk memberi pelayanan tambahan.

5.5.2 Pengujian Hipotesis pada Pasar Palmeriam

Berikut ditampilkan tabel dari hasil pengujian hipotesis untuk menjawab keseluruhan pertanyaan penelitian.

Tabel 5. 20 Pengujian Hipotesis pada Pasar Palmeriam

Hipotesis	Pernyataan Hipotesis	Nilai-t	Keterangan
H1	Adanya pengaruh antara Kecenderungan kewirausahaan dengan Pengetahuan atas Pelanggan	3,96	hipotesis diterima
H2	Adanya pengaruh antara Kecenderungan kewirausahaan dengan Pengetahuan atas pesaing	4,95	hipotesis diterima
H3	Adanya pengaruh antara Kecenderungan kewirausahaan dengan Pengetahuan atas pemasok/ <i>supplier</i>	3,78	hipotesis diterima
H4	Adanya pengaruh antara Kecenderungan kewirausahaan dengan Pengetahuan atas Peraturan	4,52	hipotesis diterima
H5	Adanya pengaruh antara Pengetahuan atas	3,62	hipotesis diterima

Hipotesis	Pernyataan Hipotesis	Nilai-t	Keterangan
	pelanggan dengan Respon terhadap pasar		
H6	Adanya pengaruh antara Pengetahuan atas pesaing dengan Respon terhadap pasar	2,21	hipotesis diterima
H7	Adanya pengaruh antara Pengetahuan atas pemasok/ <i>supplier</i> dengan Respon terhadap pasar	-2,60	hipotesis diterima
H8	Adanya pengaruh antara Pengetahuan atas peraturan dengan Respon terhadap pasar	1,95	data tidak mendukung hipotesis
H9	Adanya pengaruh antara Respon terhadap pasar dengan Kinerja pedagang	2,25	hipotesis diterima

Sumber: Hasil olah data peneliti

Berdasarkan tabel di atas yang menyimpulkan hasil hipotesis model penelitian pada Pasar BSD, maka dapat dijelaskan hal-hal sebagai berikut:

1. H0 : Tidak adanya pengaruh antara Kecenderungan kewirausahaan dengan Pengetahuan atas Pelanggan

H1: Adanya pengaruh antara Kecenderungan kewirausahaan dengan Pengetahuan atas Pelanggan

Berdasarkan hasil output data, nilai-t yang dihasilkan untuk hipotesis 1 dari penelitian ini adalah 3,96. Angka tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan dapat diterima. Hal ini berarti bahwa Kecenderungan kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengetahuan atas Pelanggan.

Hal tersebut membuktikan bahwa kecenderungan kewirausahaan yang terdiri dari pengambilan resiko, inovasi, otonomi, dan keagresifan dalam bersaing mempengaruhi pedagang pasar Palmeriam untuk menambah pengetahuannya atas pelanggannya. Pedagang-pedagang tersebut akan menambah pengetahuan tentang tingkat kepuasan pelanggan atas kualitas dan harga barang yang ditawarkan. Pedagang juga akan pengetahuannya tentang siapakah pelanggannya.

2. H₀ : Tidak adanya pengaruh antara Kecenderungan kewirausahaan dengan Pengetahuan atas Pesaing

H₂: Adanya pengaruh antara Kecenderungan kewirausahaan dengan Pengetahuan atas Pesaing

Berdasarkan hasil output data, nilai-t yang dihasilkan untuk hipotesis 2 dari penelitian ini adalah 4,95. Angka tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan dapat diterima. Hal ini berarti bahwa Kecenderungan kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengetahuan atas pesaing.

Hal tersebut membuktikan bahwa kecenderungan kewirausahaan yang terdiri dari pengambilan resiko, inovasi, otonomi, dan keagresifan dalam bersaing mempengaruhi pedagang pasar Palmeriam untuk menambah pengetahuannya atas pesaingnya. Pedagang-pedagang tersebut akan menambah pengetahuan tentang barang apa yang dijual pesaing, harga barang pesaing, lokasi berdagang pesaing, pelanggan pesaing, dan juga siapakah pesaing mereka.

3. H₀ : Tidak adanya pengaruh antara Kecenderungan kewirausahaan dengan Pengetahuan atas pemasok/ *supplier*

H₃: Adanya pengaruh antara Kecenderungan kewirausahaan dengan Pengetahuan atas pemasok/*supplier*

Berdasarkan hasil output data, nilai-t yang dihasilkan untuk hipotesis 3 dari penelitian ini adalah 3,78. Angka tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan dapat diterima. Hal ini berarti bahwa Kecenderungan kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengetahuan atas pemasok/*supplier*.

Hal tersebut membuktikan bahwa kecenderungan kewirausahaan yang terdiri dari pengambilan resiko, inovasi, otonomi, dan keagresifan dalam

bersaing mempengaruhi pedagang pasar Palmeriam untuk menambah pengetahuannya atas pemasok/supliernya. Pedagang-pedagang tersebut akan menambah pengetahuan tentang barang yang dijual pemasok, harga barang yang dijual pemasok, sistem pemesanan ke pemasok, siapa pemasok sekarang, dan pemasok lain yang potensial.

4. H₀ : Tidak adanya pengaruh antara Kecenderungan kewirausahaan dengan Pengetahuan atas peraturan

H₄: Adanya pengaruh antara Kecenderungan kewirausahaan dengan Pengetahuan atas peraturan

Berdasarkan hasil output data, nilai-t yang dihasilkan untuk hipotesis 4 dari penelitian ini adalah 4,52. Angka tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan dapat diterima. Hal ini berarti bahwa Kecenderungan kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengetahuan atas peraturan.

Hal tersebut membuktikan bahwa kecenderungan kewirausahaan yang terdiri dari pengambilan resiko, inovasi, otonomi, dan keagresifan dalam bersaing mempengaruhi pedagang pasar Palmeriam untuk menambah pengetahuannya atas beberapa peraturan yang ada. Pedagang-pedagang tersebut akan menambah pengetahuan tentang ada atau tidaknya peraturan yang mengatur barang dagangan, serta ada atau tidaknya peraturan yang mengatur masalah harga.

5. H₀ : Tidak adanya pengaruh antara Pengetahuan atas Pelanggan dengan Respon terhadap pasar

H₅: Adanya pengaruh antara Pengetahuan atas Pelanggan dengan Respon terhadap pasar

Berdasarkan hasil output data, nilai-t yang dihasilkan untuk hipotesis 5 dari penelitian ini adalah 3,62. Angka tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan didukung oleh data yang ada. Hal ini berarti bahwa pengetahuan atas Pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Respon terhadap pasar.

Hal tersebut di atas menunjukkan bahwa ternyata pengetahuan atas pelanggan pedagang pasar Palmeriam mempengaruhi respon terhadap pasar si pedagang tersebut. Kemampuan pedagang untuk merespon pasar yang terdiri dari kegesitan melayani pelanggan dan kesiapan untuk memberi pelayanan tambahan pada pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh pengetahuan mereka pada pelanggan.

6. H₀ : Tidak adanya pengaruh antara Pengetahuan atas pesaing dengan Respon terhadap pasar

H₆: Adanya pengaruh antara Pengetahuan atas pesaing dengan Respon terhadap pasar

Berdasarkan hasil *output* data, nilai-t yang dihasilkan untuk hipotesis 6 dari penelitian ini adalah 2,21. Angka tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang ada didukung oleh data. Hal ini berarti bahwa pengetahuan atas pesaing tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Respon terhadap pasar.

Hal tersebut di atas menunjukkan bahwa ternyata pengetahuan atas pesaing pedagang pasar Palmeriam mempengaruhi respon terhadap pasar si pedagang tersebut. Tampaknya kemampuan pedagang untuk merespon pasar yang terdiri dari kegesitan melayani pelanggan dan kesiapan untuk memberi pelayanan tambahan pada pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh pengetahuan mereka pada pesaing.

7. H₀ : Tidak adanya pengaruh antara Pengetahuan atas pemasok/*supplier* dengan Respon terhadap pasar

H7: Adanya pengaruh antara Pengetahuan atas pemasok/*supplier* dengan Respon terhadap pasar

Berdasarkan hasil output data, nilai-t yang dihasilkan untuk hipotesis 7 dari penelitian ini adalah -2,60. Angka tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan didukung oleh data yang ada. Hal ini berarti bahwa pengetahuan atas pemasok/*supplier* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Respon terhadap pasar.

Hal tersebut di atas menunjukkan bahwa ternyata pengetahuan atas pemasok/*supplier* pedagang pasar Palmeriam mempengaruhi respon terhadap pasar si pedagang tersebut. Tampaknya kemampuan pedagang untuk merespon pasar yang terdiri dari kegesitan melayani pelanggan dan kesiapan untuk memberi pelayanan tambahan pada pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh pengetahuan mereka pada pemasok/*supplier*.

8. H0 : Tidak adanya pengaruh antara Pengetahuan atas peraturan dengan Respon terhadap pasar

H8: Adanya pengaruh antara Pengetahuan atas peraturan dengan Respon terhadap pasar

Berdasarkan hasil output data, nilai-t yang dihasilkan untuk hipotesis 8 dari penelitian ini adalah 1,95. Angka tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan tidak didukung oleh data yang ada. Hal ini berarti bahwa pengetahuan atas peraturan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Respon terhadap pasar.

Hal tersebut di atas menunjukkan bahwa ternyata pengetahuan atas peraturan pedagang pasar Palmeriam tidak mempengaruhi respon terhadap pasar si pedagang tersebut. Tampaknya kemampuan pedagang untuk merespon pasar yang terdiri dari kegesitan melayani pelanggan dan kesiapan untuk memberi pelayanan tambahan pada pelanggan tidak dipengaruhi secara signifikan oleh pengetahuan mereka pada peraturan.

9. H0 : Tidak adanya pengaruh antara Respon terhadap pasar dengan Kinerja pedagang

H9: Adanya pengaruh antara Respon terhadap pasar dengan Kinerja pedagang

Berdasarkan hasil output data, nilai-t yang dihasilkan untuk hipotesis 9 dari penelitian ini adalah 2,25. Angka tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang ada didukung oleh data. Hal ini berarti bahwa Respon terhadap pasar memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Kinerja pedagang.

Tampaknya kinerja pedagang, yang terdiri dari omset penjualan dan kemampuan pedagang dalam melayani pelanggan secara keseluruhan, dipengaruhi secara signifikan oleh kemampuan mereka merespon kebutuhan pasar, yang terdiri dari kegesitan melayani pelanggan dan kesiapan untuk memberi pelayanan tambahan.

