

BAB IV KRITIK DAN SARAN

IV. 1. Kesimpulan

Berdasarkan analisa statistik menunjukkan bahwa ada pengaruh dari faktor skala permodalan yang dimiliki oleh Dagadu aspal terhadap kemampuan mereka untuk bertahan hidup hingga saat ini. Hal ini terlihat dari hasil penelitian terhadap 25 responden pengusaha Dagadu aspal yang dapat bertahan hidup adalah yang mempunyai modal menengah yaitu 13 responden dan pengusaha dengan modal besar 8 responden, sedangkan sisanya tidak dapat bertahan hidup.

Sedangkan berdasarkan analisa statistik dengan menggunakan uji Chi-square didapatkan hasil H_0 ditolak untuk semua uji. Hal ini memperlihatkan variabel-variabel dalam uji statistik saling memberikan pengaruh.

Faktor lingkup pemasaran yang luas dan komponen produksi yang menunjang kegiatan produksi Dagadu aspal memberikan sumbangan pula terhadap keberhasilan Dagadu aspal untuk tetap bertahan. Sistem pemasaran dan produksi yang sederhana ternyata masih memberikan hasil yang cukup baik bagi Dagadu aspal untuk tetap bersaing

dengan dagadu asli. Sebab dalam penelitian jaringan pasar sedang dan luas sebanyak 21 responden mempunyai responden terbanyak yang dapat bertahan hidup.

Bagi mereka yang bermodal kecil sebanyak 4 responden akan sulit untuk memainkan pasar mereka agar makin besar, karena mereka tidak cukup modal untuk memenuhi permintaan dari pasar. Selain itu dengan modal yang kecil para pengusaha akan kesulitan untuk mengadakan bahan produksi yang cukup bila permintaan pasar banyak. Otomatis pula komponen produksi sebagai penunjang proses produksi akan mempengaruhi pasar, sebab bila produksi menanggapi pasar negatif, maka pasar akan cenderung meninggalkan dan mencari produsen yang dapat memenuhi. Hal ini terlihat pada pengusaha dengan modal kecil sebanyak 4 responden, 3 responden di antaranya kesulitan dalam memenuhi komponennya.

Selain faktor-faktor yang bersifat teknis-ekonomis di atas, kemampuan bertahan dagadu aspal juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial. Faktor-faktor tersebut antara lain adalah sebagai berikut :

- sistem jaringan pasar yang menentukan keluasan pemasaran terbentuk dengan sendirinya tanpa arahan dari pusat

produsen secara langsung. Mereka yang terlibat dalam jaringan ini mulai dari sopir becak, taxi dan sarana angkutan lain di Yogyakarta, serta para pedagang asongan dan emperan di sekitar Malioboro. Mereka kebanyakan berstatus ekonomi menengah ke bawah dengan berharap mendapatkan hasil tambahan dari berjualan dagadu aspal.

- Konsumen yang kebanyakan wisatawan dihadapkan pada pilihan, dimana mereka dapat memilih antara yang asli tapi mahal dengan yang aspal tapi harganya murah. Dalam hal ini konsumen dapat melakukan pertimbangan mana yang utama dalam memutuskan pilihan tanpa tekanan.
- Selain itu keberadaan dagadu aspal ini sudah memiliki bagian tersendiri dalam kehidupan masyarakat Yogyakarta. Sehingga apapun yang terjadi keberadaan dagadu aspal yang sekaligus sebagai nafkah kehidupan mereka, akan dipertahankan mati-matian oleh para

produsen. Dalam hal ini sekaligus mereka yang turut berperan dalam siklus hidup perjalanan dagadu aspal.

- Kreativitas dan kekayaan budaya masyarakat Yogyakarta sendiri membuat dagadu aspal ini yang pada mulanya bergantung pada keberadaan dagadu asli, mulai sedikit demi sedikit mendesain dan membuat sendiri kaos dagadu aspal ini sesuai dengan kemampuan dan ide mereka sendiri. Produsen dagadu aspal banyak yang sudah mengembangkan desainnya hingga berbeda dengan dagadu aslinya.
- Dagadu asli yang tidak bersifat agresif dalam membentengi hasil karyanya, melainkan cenderung membiarkan hal ini terjadi. Hal ini menyebabkan para produsen dagadu aspal lebih percaya diri untuk mempertahankan usahanya.
- Seperti halnya dagadu asli-dagadu aspal telah menjadi image bagi masyarakat luas utamanya masyarakat luar Yogya yang

hampir tidak mengenal mana dagadu asli dan mana dagadu aspal.

- Pemakai dalam hal ini pasar ternyata turut berperan dalam memberikan sumbangan promosi dan pembentukan citra dagadu itu sendiri, bila pasar menerima maka dagadu aspal tetap akan dicari.

IV. 2. Kritik

Kritik di sini lebih ditujukan pada kinerja dari para produsen dagadu aspal sendiri serta pihak-pihak yang berkaitan terhadap keberadaan dagadu aspal :

- sistem jaringan pemasaran yang dibentuk dari para pelaku angkutan kota, sebenarnya sangat bermanfaat terhadap kelancaran pemasaran produk mereka. Namun hal ini akan menjadi bumerang bagi para pengusaha dagadu aspal sendiri, bila mereka saling bersaing dengan tidak sehat untuk berlomba memberi tip bagi para sopir yang dapat memasarkan produknya, sehingga di sini terjadi perang tip yang tidak fair. Pembeli atau

konsumen yang tidak kenal dengan kondisi
Yogya pasti akan banyak tertipu dengan
hal ini.

- Sistem manajemen mulai dari permodalan
sampai dengan pemasaran produk ini masih
banyak menggunakan sistem tradisional
yang saling berkaitan satu sama lain.
Hal ini memang karakteristik sistem
manajemen usaha kecil-menengah. Sistem
ini hingga saat ini mungkin masih dapat
bertahan, namun pada titik tertentu akan
mengalami kemacetan terutama menjelang
pasar global, dimana konsumen akan di
hadapkan pada banyak pilihan untuk
membeli.

IV. 3. Saran

a. Praktisi

Bagi para pelaku bisnis utamanya yang
bergerak pada kreativitas dan kerajinan tangan
fenomena yang terjadi pada dagadu aspal dan
asli ini akan menarik sekali untuk dipelajari.
Di sini pengusaha dagadu asli dan aspal bahkan

cenderung untuk saling membantu baik dengan kelebihan maupun kekurangan mereka masing-masing. Keberadaan dagadu asli yang makin tenar dengan promosi tidak langsung oleh para pedagang dagadu aspal memberikan nilai lebih pada dagadu asli sehingga mereka tidak perlu biaya tambahan untuk promosi dan pemasaran

Untuk dapat bertahan dari dagaduu aspal, pengusaha dagadu asli hanya bermodalkan strategi pemasaran dan inovasi desain yang intensif, sehingga produk mereka memiliki kelompok pembeli sendiri yang berbeda dari dagadu aspal.

b. Akademis

Fenomena yang terjadi pada persaingan antara dagadu asli dan dagadu aspal perlu disimak sebagai salah satu kajian ilmiah sosial. Keberadaan dagadu sebagai salah satu elemen budaya Yogyakarta memberikan perkembangan dalam sejarah Yogya dengan sentuhan modern yang "smart".

Slogan-slogan yang tertera pada kaos-kaos produk dagadu merupakan jurus yang jitu dalam menarik konsumen hingga dagadu dapat menggeser kaos-kaos dengan slogan-slogan yang berbau budaya barat.

Sektor pariwisata yang diuntungkan dengan ini sebaiknya dapat memberikan sumbangan pula terutama bagi para pengusaha dagadu aspal agar misi untuk mengembangkan dan memperkenalkan budaya asli Yogyakarta tetap terjaga seiring dengan bertahannya dagadu.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek)*, 1993, Jakarta, PT. Renika Cipta.
- Brannen, Julia, *Memadu Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, 1997, Yogyakarta, Pustaka Pelajar Offset.
- Campbell, Tom, *Tujuh Teori Sosial (sketsa, penilaian, perbandingan)*, 1994, Yogyakarta, Kanisius Yogya.
- Djarwanto, Ps. *Mengenal Beberapa Uji Statistik dalam Penelitian*, 1996, Yogyakarta, Penerbit Liberty.
- Engel. J.F., dkk, *Perilaku Konsumen (Jilid 1)*, 1994, Jakarta, Binarupa Aksara.
- Ghauri, Pervez N; Gronhaug, Kjell; Kristianlund, Ivar; *Research Methods in Bussiness Studies (A Practical Guide)*, 1995, London, Prentice Hall.
- Kotter, Philip, *Marketing Management (The Millenium Edition)*, 1997, Prentice Hall International Inc., North Western University.
- Ritzer, George, *A Multiple Paradigm Science (Revised edition)*, 1980, Boston, Allyn Bacon, Inc.
- Santoso, Singgih, *SPSS (Mengolah Data Statistik Secara Profesional)*, 1999, Jakarta, PT. Gramedia-Elek Media Komputindo .
- Scott.C James, *Perlawanan Kaum Tani*, 1993, Jakarta, Yayasan Obor Indonesia.
- Siegel, S. *Nonparametric Methods for the Behavioral Sciences*, 1956, New York, MacGraw-Hill.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survai* (editor), 1989, Jakarta, PT. Midas Surya Grafindo.

Sudono, Sukirno, *Pengantar Teori Mikro Ekonomi* (edisi kedua), 1997, Jakarta Utara, PT. Raja Grafindo Persada.

Tyson, Shaun; Tony, J. *The Essence of Organization Behavior*, 2000, Singapore, Pearson Education Asia Pte., Ltd.

Veeger. K. J., *Realitas Sosial (refleksi filsafat sosial atas hubungan individu-masyarakat dalam cakrawala sejarah sosiologi)*, 1993, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.

Zamroni DR., *Pengantar Pengembangan Teori Sosial*, 1992, Yogyakarta, PT. Tiara Wacana Yogya.

Kepada Yth :

Bapak/Ibu Pimpinan
di tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka penulisan skripsi sebagai syarat melengkapi sarjana pada Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta, dengan judul **Strategi bertahan hidup (survival) dagadu aspal (mempelajari faktor-faktor yang mempengaruhi produksi dagadu aspal untuk mampu bertahan)**. Maka saya mohon bantuan Bapak/Ibu/Saudara untuk menjawab pertanyaan pada daftar pertanyaan di bawah ini.

Atas bantuan dan perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya,

Lia Dwi Hartati
Peneliti

DAFTAR PERTANYAAN

No. Responden :(tidak perlu diisi)

☛ Petunjuk menjawab :

Berikan tanda silang (**X**) pada jawaban yang Anda pilih (jawaban dapat lebih dari satu) atau menulis jawaban yang menurut Anda benar.

IDENTITAS RESPONDEN :

1. Jenis kelamin :

- 1 laki-laki
 2 perempuan

2. Jabatan pada perusahaan :

3. Pendidikan terakhir :

- 1 tidak lulus SD
 2 SD
 3 SMP
 4 SMU
 5 Perguruan tinggi

PERMODALAN:

1. Modal usaha yang dipergunakan untuk menjalankan usaha hingga saat ini merupakan :
 - 1 Modal swadaya (berasal dari modal milik pribadi)
 - 2 Modal perbankan.(meminjam bank)
 - 3 Modal pinjaman. (pinjaman selain bank; misalnya dari saudara, teman dsb.)
2. Berapa jumlah modal yang telah Anda diinvestasikan dalam menjalankan usaha selama ini :
 - 1 < Rp. 1. 000. 000, 00
 - 2 Rp. 1. 000.000, 00 - 5. 000.000, 00
 - 3 > Rp. 5.000.000, 00

JARINGAN PEMASARAN:

3. Di mana saja usaha penjualan telah dilakukan selama ini ? (jumlah jawaban disesuaikan dengan kondisi)
 - 1 pusat perbelanjaan (mall, supermarket, swalayan dsb.)
 - 2 toko atau outlet sendiri
 - 3 melalui pedagang kaki lima di Malioboro
 - 4 melalui pedagang asongan
 - 5 lain-lain
4. Menurut pengalaman lokasi penjualan mana saja yang mempunyai kapasitas penjualan yang paling besar ?
 - 1 pusat perbelanjaan (mall, supermarket, swalayan dsb.)
 - 2 toko atau outlet sendiri
 - 3 melalui pedagang kaki lima di Malioboro
 - 4 melalui pedagang asongan
 - 5 lain-lain
5. Berapa rata-rata kapasitas penjualan hasil produksi tiap bulannya pada lokasi penjualan dengan kapasitas penjualan terbesar ?
 - 1 < Rp. 500. 000, 00
 - 2 Rp. 500.000, 00 – 1.000.000, 00
 - 3 > Rp. 1.000.000, 00

6. Bagaimana rantai urutan penjualan hasil produksi hingga ke tangan konsumen yang selama ini dilakukan :

- 1 produksi → outlet atau toko milik sendiri → konsumen
- 2 produksi → distributor /agen → pedagang eceran → konsumen
- 3 produksi → pedagang eceran/asongan → konsumen

7. Dari urutan rantai penjualan tersebut, mana yang dapat menghasilkan kapasitas penjualan terbesar ?

- 1 produksi → outlet atau toko milik sendiri → konsumen
- 2 produksi → distributor /agen → pedagang eceran → konsumen
- 3 produksi → pedagang eceran/asongan → konsumen

8. Siapa saja yang terlibat dalam usaha penjualan hasil produksi :

- 1 saudara sendiri (ada pertalian saudara)
- 2 teman-teman (tidak ada kaitan saudara, teman main'lingk, tetangga dsb.)
- 3 orang lain (rekan bisnis yang baru berhubungan bila ada kaitan bisnis)

9. Dari ketiganya mana saja yang dapat menghasilkan kapasitas penjualan terbesar :

- 1 saudara sendiri
- 2 teman-teman
- 3 orang lain

10. Penjualan yang dilakukan untuk menjual hasil produksi dilakukan dengan sistem :

- 1 dijual langsung kepada pembeli
- 2 dijual langsung kepada pedagang eceran/asongan
- 3 dijual langsung atau dititipkan kepada distributor/agen

11. Dalam melaksanakan penjualan (bukan pada konsumen terakhir) kepada para penjual, sistem pembayaran yang dilakukan adalah secara :

- 1 tunai
- 2 kredit

KOMPONEN PRODUKSI :

12. Bagaimana mendapatkan bahan baku produksi - kaos :

- 1 memproduksi sendiri
- 2 membeli dari pihak lain

13. Bila dari pihak lain dimana Anda mendapatkannya ?

-
.....
- kota/daerah

14. Bagaimana mendapatkan bahan baku produksi - cat sablon ?

- 1 memproduksi sendiri
- 2 membeli dari pihak lain

15. Bila dari pihak lain dimana Anda mendapatkannya ?

-
.....
- kota/daerah

16. Apakah Anda memberikan stock bahan produksi pada saat pembelian bahan ?

- 1 ya
- 2 tidak

17. Proses produksi yang berjalan dilaksanakan secara :

- 1 dilakukan sendiri dalam pabrik sendiri
- 2 sebagian ($\geq 50\%$) diserahkan kepada pihak lain
- 3 sebagian kecil ($\leq 50\%$) diserahkan kepada pihak lain.

18. Bila diserahkan kepada pihak lain, kepada siapa Anda percayakan saat ini?

- 1 saudara sendiri
- 2 orang lain

19. Selama ini gambar kaos yang Anda hasilkan merupakan hasil desain sendiri :

- 1 hasil desain sendiri
- 2 dari meniru desain dagadu asli
- 3 dari meniru produk kaos merek lainnya

20. Berapa orang yang terlibat langsung dalam proses produksi di tempat usaha anda ?

- 1 < 5 orang
- 2 5-10 orang
- 3 < 10 orang

21. Siapa saja yang terlibat dalam proses produksi di tempat usaha Anda ?

1 saudara sendiri , jumlahnya :

2 orang lain, jumlahnya :

22. Tingkat pendidikan terakhir para pekerja (sebagian besar) di tempat usaha Anda adalah:

1 SD

2 SMP

3 SMU

4 Perguruan tinggi

23. Apakah Anda atau pekerja di perusahaan Anda mempunyai pengalaman bekerja di perusahaan dagadu asli ?

1 ada

2 tidak ada

24. Berapa rata-rata pekerja Anda bekerja setiap harinya :

1 < 8 jam

2 > 8 jam

25. Bagaimana dengan status para pekerja yang bekerja di tempat usaha anda ?

1 pekerja lepasan, jumlahnya :

2 pekerja harian, jumlahnya :

3 pekerja tetap, jumlahnya :

26. Berapa lama masa kerja rata-rata pekerja di perusahaan anda telah bekerja :

1 < 1 tahun

2 > 1 tahun

27. Apakah Anda mengalami pergantian pekerja dalam sebulan:

1 sering (> 3 kali)

2 jarang (< 3 kali)

3 tidak pernah

28. Apakah Anda mempunyai pekerja staf untuk membantu menjalankan usaha :

1 ada, jumlahnya :

2 tidak ada

29. Kalau ada, apa jabatan struktur staf Anda ?

1 sekretaris

2 keuangan

3 bagian produksi

- 4 bagian penjualan
- 5 bagian pemasaran
30. Apakah perusahaan anda memiliki staf yang secara khusus menangani desain pada hasil-hasil produk Anda :
- 1 Ada
- 2 Tidak ada
31. Bila ada berapa jumlahnya ?
- 1 1 orang
- 2 < 1 orang
32. Berapa omset keseluruhan dari hasil penjualan dan produksi perusahaan Anda setiap bulannya ?
- 1 < Rp. 1.000.000,00
- 2 Rp. 1.000.000,00 – 5.000.000,00
- 3 > Rp. 5.000.000,00
33. Sudah berapa lama perusahaan Anda berdiri ?
- 1 1 tahun
- 2 2 tahun
- 3 3 tahun
- 4 > 3 tahun
34. Sebelum usaha pembuatan kaos dagadu aspal ini dilakukan, apa pekerjaa/usaha Anda sebelumnya ?
- 1 tidak ada
- 2 ada
35. Bila ada apakah usaha/pekerjaan Anda sebelumnya :
- 1 wiraswasta
- 2 pekerja kantor
- 3 pegawai negeri
36. Menurut pendapat Anda bagaimana tingkat perkembangan usaha Anda hingga saat ini :
- 1 meningkat
- 2 tetap
- 3 menurun
37. Menurut pendapat Anda apakah usaha ini mampu bertahan lama dengan nama dagadu?
- 1 ya, alasannya
- 2 tidak, alasannya

38. Menurut pendapat Anda apakah usaha Anda merasa tersaingi dengan semakin menjamurnya usaha pembuatan kaos dagadu aspal di Yogyakarta ?

- 1 ya,
- 2 tidak,

♥ terima kasih atas bantuan Anda ♥



LEMBAR JAWABAN

No.Responden :
(tidak perlu diisi)

☞ Petunjuk menjawab :
Berikan tanda silang (X) pada jawaban yang Anda pilih (jawaban dapat lebih dari satu) atau menulis jawaban yang menurut Anda benar.

IDENTITAS RESPONDEN :

NO.	1	2	3	4	5
1.					
2.					
3.					
4.					

PERMODALAN :

NO.	1	2	3	4	5
1.					
2.					

JARINGAN PEMASARAN :

3.					
4.					
5.					
6.					
7.					
8.					
9.					
10.					
11.					

KOMPONEN PRODUKSI :

12.					
13.					
14.					
15.					
16.					
17.					
18.					
19.					
20.					
21.	1	2			
22.					
23.					
24.					
25.	1	2	3		
26.					
27.					
28.					
29.					
30.					
31.					
32.					
33.					
34.					
35.					
36.					
37.	1	2			
38.	1	2			