

ABSTRAK

**Analisis Pengaruh Lokasi Usaha  
Terhadap Kegiatan Penjualan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kesamaan-kesamaan dan perbedaan-perbedaan pedagang di kios dan non kios, bentuk persaingan, perbedaan jawaban terhadap hambatan yang dihadapi, jenis pedagang yang lebih menguntungkan dan kebijakan-kebijakan yang perlu dirumuskan.

Populasi berjumlah 355 pedagang di Taman Wisata Candi Prambanan, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara acak proporsional (proportional random sampling). Teknik analisis data menggunakan statistik deskriptif, khi kwadrat dan student test (t-test).

Hasil dari analisis data terdapat kesamaan jenis produk yang dijual, sumber modal, konsumen yang dilayani pada saat hari ramai; dan terdapat perbedaan dalam hal jumlah modal, jam kerja dan konsumen yang dilayani pada saat hari biasa. Persaingan secara langsung terjadi antara pedagang yang menjual cinderamata tetapi tidak terjadi persaingan secara langsung bagi yang menjual makanan dan minuman. Tidak ada perbedaan jawaban terhadap hambatan yang dihadapi. Pedagang non kios lebih menguntungkan dilihat dari rata-rata persentase laba bersih usaha. Perlu ada kesepakatan harga, peningkatan kegiatan penjualan, pembentukan koperasi simpan pinjam dan pengaturan tempat berdagang.

ABSTRACT

**The Analysis of The Influence  
of The Sale Location Upon The Sale Activity**

This research aims to investigate the similarities and differences, type of competition, way of coping obstacles, profile rate, and formulated policy on the activity among the vendors and sellers at kiosks in the Tourism Park of Prambanan Temple, Sleman, Yogyakarta.

The samples of eighty eight subjects were selected by proportional random sampling. The analysis used descriptive statistic, chi square and student's test (t-test).

The result shows that there are similarities in the type of sale product, source of capital, and consumers on busy days. There are differences in the number of capital, working hour, and consumers on ordinary days. The souvenir vendors compete one another directly, but the food and beverage sellers do not. Both the vendors and sellers at kiosks have the same way to cope the obstacles. The vendors gain more profit proportionally than the sellers at kiosks.

