

**ANALISIS TINGKAT KEBERHASILAN KINERJA USAHA PEDAGANG
PASAR KROYA PASCA TRAGEDI KEBAKARAN TAHUN 2021**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

FAIZAL BAIHAQI

NIM. 1617201102

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO**

2023

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Faizal Baihaqi
NIM : 1617201102
Jenjang : S.1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : Analisis Tingkat Keberhasilan Kinerja Usaha
Pedagang Pasar Kroya Pasca Tragedi Kebakaran
Tahun 2021

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 09 Juni 2023

Saya yang menyatakan,



Faizal Baihaqi

NIM. 1617201102



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**ANALISIS TINGKAT KEBERHASILAN KINERJA USAHA PEDAGAN
PASAR KROYA PASCA TRAGEDI KEBAKARAN TAHUN 2023**

Yang disusun oleh Saudara **Faizal Baihaqi** NIM **1617201102** Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu** tanggal **14 Juni 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Sofia Yustiani Suryandari, S.E., M.Si.
NIP. 19780716 200901 2 006

Sekretaris Sidang/Penguji

Ayu Kholifah, S.H.I., M.H.
NIP. 19911224 202012 2 014

Pembimbing/Penguji

Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.
NIP. 19920613 201801 2 001

Purwokerto, 16 Juni 2023

Mengetahui/Mengesahkan
Dekan



Dr. H. Jauhid Abdul Aziz, M.Ag.

NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

di-

Purwokerto.

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Faizal Baihaqi NIM 1617201102 yang berjudul :

Analisis Tingkat Keberhasilan Kinerja Usaha Pedagang Pasar Kroya Pasca Tragedi Kebakaran Tahun 2021

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E).

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Purwokerto, 20 Januari 2023

Pembimbing



Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak

NIP. 19920613 201801 2 001

MOTTO

“Hidup itu Singkat, Jadi Lakukan Apa yang Membuatmu Senang.”



**ANALYSIS OF THE SUCCESS LEVEL OF BUSINESS PERFORMANCE OF
KROYA MARKET TRADERS AFTER THE 2021 FIRE TRAGEDY**

Faizal Baihaqi
NIM. 1617201102

E-mail : faizalbaihaqi80@gmail.com

*Sharia Economics Study Program, Faculty of Economics and Islamics Business
UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto*

ABSTRACT

The fire tragedy and the relocation of Kroya Market in Karangmangu Terminal caused traders to suffer quite a lot of losses. However, traders can overcome their losses by increasing success through business performance such as sales, capital income, labor, marketing outreach, profits and also assets. Even though the business has not been fully successful, traders are still trying to improve their business.

This type of research uses qualitative research with descriptive methods. Data collection techniques using observation, interviews, documentation and literature with research suhick are the traders in the kroya market. Then for the data analysis method used is data reduction, presentation of data and conclusions. While the data validity technique used data triangulation techniques.

The results showed that the majority of traders experienced losses and decreased income and sales after the fire tragedy and market relocation at Karangmangu Terminal. However, some actually experienced an increase because the main factor was access to more strategic locations and the many promo discounts so that many consumers came and shopped. In addition to efforts to increase the success of its business performance, not only from the market traders themselves, but also pressure from the Cilacap Regency Government so that Tebia pays attention to the condition of the Kroya market, which until now is still unclear about the fate of its development.

Keywords : Success, Business Performance, Merchants and the Fire Tragedy

ANALISIS TINGKAT KEBERHASILAN KINERJA USAHA PEDAGANG PASAR KROYA PASCA TRAGEDI KEBAKARAN TAHUN 2021

Faizal Baihaqi
NIM. 1617201102

E-mail : faizalbaihaqi80@gmail.com

Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof.
K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Terjadinya tragedi kebakaran serta adanya relokasi Pasar Kroya di Terminal Karangmangu ini menyebabkan para pedagang mengalami kerugian yang cukup banyak. Namun para pedagang dapat mengatasi kerugiannya dengan cara meningkatkan keberhasilan melalui kinerja usaha seperti penjualan, pendapatan, modal, tenaga kerja, jangkauan pemasaran, laba dan juga aset. Meskipun usaha tersebut belum sepenuhnya berhasil namun para pedagang tetap berupaya untuk meningkatkan usahanya tersebut.

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi dan kepustakaan dengan subjek penelitian adalah para pedagang di Pasar kroya. Kemudian untuk metode analisis data yang dipakai adalah reduksi data, penyajian data dan kesimpulan. Sedangkan teknik keabsahan data menggunakan teknik triangulasi data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pedagang mengalami kerugian dan penurunan pendapatan maupun penjualan setelah adanya tragedi kebakaran dan relokasi pasar di Terminal Karangmangu. Namun sebagian kecil justru mengalami peningkatan karena faktor utamanya adalah akses lokasi yang lebih strategis dan banyaknya diskon/promo sehingga banyak konsumen yang datang dan berbelanja. Selain itu upaya untuk meningkatkan keberhasilan kinerja usahanya tidak hanya dari pedagang pasar itu sendiri, melainkan juga desakan kepada Pemerintah Kabupaten Cilacap agar lebih memperhatikan kondisi pasar Kroya yang sampai saat ini masih belum jelas nasib pembangunannya.

**Kata Kunci : Keberhasilan, Kinerja Usaha, Pedagang dan Tragedi
Kebakaran**

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Tranliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor : 158/1987 dan Nmor : 0543b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	b	Be
ت	ta'	t	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	Je
ح	h	h	ha(dengan garis di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	dal	d	De
ذ	zal	z	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	Er
ز	zai	z	Zet
س	sin	s	Es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan garis di bawah)
ض	d'ad	ḍ	de (dengan garis di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan garis di bawah)
ظ	za	ẓ	zet (dengan garis di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	gain	g	Ge
ف	fa'	f	Ef
ق	qaf	q	Qi
ك	kaf	k	Ka
ل	lam	l	'el
م	mim	m	'em
ن	nun	n	'en
و	waw	w	w
ه	ha'	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya'	y	ye

2. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap.

عَدَّة	Ditulis	'iddah
--------	---------	--------

3. Ta'marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h.

حكمة	ditulis	Hikmah	جزية	ditulis	Jizyah
------	---------	--------	------	---------	--------

(ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	ditulis	Karâmah al-aulyâ'
----------------	---------	-------------------

- b. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harakat, fathah atau kasrah atau dammah ditulis dengan t

زكاة الفطر	ditulis	Zakât al-fitṛ
------------	---------	---------------

4. Vokal pendek

َ	Fathah	ditulis	a
ِ	Kasrah	ditulis	I
ُ	Dammah	ditulis	u

5. Vokal panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	a
	جاهلية	ditulis	jâhiliyah
2.	Fathah + ya' mati	ditulis	a
	تانس	ditulis	tansa
3.	Kasrah + ya' mati	ditulis	i
	كريم	ditulis	karîm
4.	Dammah + wawu mati	ditulis	u
	فروض	ditulis	furûd

6. Vokal rangkap

1.	Fathah + ya' mati	ditulis	ai
	بينكم	ditulis	bainakum
2.	Fathah + wawu mati	ditulis	au
	قول	ditulis	qaul

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أنتم	ditulis	a'antum
أعدت	ditulis	u'iddat

8. Kata sandang alif + lam

- a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	ditulis	al-qiyâs
--------	---------	----------

- b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

السماء	ditulis	as-samâ
--------	---------	---------

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

ذوى الفروض	ditulis	Zawî al-furûd
------------	---------	---------------

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahrabbi'l'aalamiin, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia Nya, sehingga penulis dapat menyusun skripsi dengan judul Analisis Tingkat Keberhasilan Kinerja Usaha Pedagang Pasar Kroya Pasca Tragedi Kebakaran Tahun 2021.

Dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa telah banyak do'a, dukungan, bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. K.H. Mohammad Roqib, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. Fauzi, M.Ag., selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. Sulkhan Chakim, M.Ag., selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz., M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Dr. Attabik, M.Ag., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Iin Solikhin, M.Ag., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Yoiz Shofwa Shafrani, M.Si., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. H. Slamet Akhmedi, M.S.I., selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi dan Keuangan Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.

11. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
12. Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak, selaku Dosen Pembimbing Skripsi. Terima kasih saya ucapkan atas segala bimbingan, arahan, keikhlasan waktu dan pikiran untuk membantu menyelesaikan skripsi ini.
13. Untuk diriku sendiri, terima kasih telah kuat dan berani berjuang sampai tahap ini dalam menyelesaikan skripsi sampai akhir.
14. Kedua orang tua yang paling penulis cintai, Alm Bapak Kuseno dan Ibu Bariyah yang telah senantiasa memanjatkan do'a, dukungan, merawat, mendidik dan memberikan segala kasih dan cintanya kepada penulis. Terima kasih, semoga kalian selalu di rahmati Allah SWT.
15. Untuk saudara-saudari penulis yang senantiasa mendoakan dan memberi dukungan penuh kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
16. Untuk teman-teman seperjuangan yang telah mendukung dan selalu ada untuk penulis, terima kasih atas kebersamaan kita selama ini dan kebaikan kalian yang tak terhingga.
17. Teruntuk Lia, terima kasih telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih sudah mau direpotkan.
18. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungannya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan, sehingga mohon maaf dan mengharapakan kritikan yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca. Aamiin

Purwokerto, 09 Juni 2023



Faizal Baihaqi

NIM. 1617201102

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional.....	7
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
E. Kajian Pustaka	11
F. Sistematika Pembahasan.....	17
BAB II LANDASAN TEORI	19
A. <i>Theory Planned of Behavior</i>	19
B. Pasar	22
C. Pasar Tradisional	22
D. Pedagang Pasar Tradisional	24
E. Keberhasilan Usaha	24
F. Kinerja Usaha.....	25
G. Indikator Kinerja Usaha	26

BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Jenis Penelitian.....	38
B. Tempat dan Waktu Penelitian	38
C. Subjek dan Objek Penelitian	38
D. Sumber Data.....	39
E. Teknik Pengumpulan Data	39
D. Teknik Analisis Data.....	40
D. Teknik Keabsahan Data	41
BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	43
A. Gambaran Umum.....	43
B. Analisis Tingkat Keberhasilan Kinerja Usaha Pedagang Pasar Kroya Pasca Tragedi Kebakaran Tahun 2021	48
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	59
BAB V PENUTUP.....	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran	65
C. Keterbatasan Penelitian	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN-LAMPIRAN	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Pedagang di Pasar Kroya.....	2
Tabel 1.2	Kajian Pustaka	13
Tabel 4.1	Jumlah Pedagang Pasar Kroya di Tempat Relokasi Terminal Karangmangu.....	42



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Tragedi Kebakaran Pasar Kroya	3
Gambar 1.2	Relokasi Pasar Kroya di Terminal Karangmangu	5
Gambar 4.1	Aksi Pedagang Pasar Kroya	53
Gambar 4.2	Suasana Pasar Kroya Pasca Tragedi Kebakaran	54



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Daftar Pertanyaan Wawancara	65
Lampiran 2	Hasil Wawancara.....	67
Lampiran 3	Daftar Riwayat Hidup.....	73



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di Indonesia, perkembangan pasar saat ini relatif pesat seiring dengan perkembangan ekonominya. Keberadaan pasar sangat berperan penting dalam dinamika ekonomi, yakni tidak terlepas dari kegiatan masyarakat dalam hal jual beli antara penjual dan pembeli. Pasar merupakan kegiatan ekonomi yang dalam pelaksanaannya merupakan wujud dari adaptasi manusia terhadap lingkungannya, yakni mendorong manusia untuk memenuhi kebutuhan hidup (kebutuhan primer). Untuk memenuhi kebutuhan manusia inilah maka banyak muncul fasilitas perbelanjaan. Menurut para ahli ekonomi mengemukakan bahwa pasar merupakan kumpulan pembeli dan penjual yang melakukan transaksi atas produk atau kelompok produk tertentu (Dewi, 2018). Namun menurut masyarakat, pasar dapat diartikan tidak hanya sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli namun dapat lebih dari itu, karena pasar juga dapat menjadi wadah interaksi sosial dan representasi nilai-nilai tradisional.

Pasar juga memiliki ciri dan karakteristiknya masing-masing sesuai dengan klasifikasi pasar. Namun pada penelitian ini lebih menekankan pada keberadaan pasar tradisional. Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli, dimana dalam kegiatan transaksinya itu dilakukan secara langsung dan disertai dengan proses tawar menawar. Pada umumnya, kebanyakan penjual di pasar tradisional adalah para penjual kebutuhan pokok manusia seperti sayur, ikan, daging dan bahan makan lainnya. Selain itu juga terdapat penjual pakaian, jasa dan lain sebagainya namun pasar tradisional ini terletak ditempat yang terbuka dan dalam lingkungan yang kurang nyaman, kotor, becek bahkan bau. Akan tetapi, keberadaan pasar tradisional ini sangat berperan penting bagi perekonomian rakyat.

Apalagi di Indonesia, dengan mayoritas masyarakat menengah kebawah ini sangat terbantu dengan adanya pasar tradisional karena dapat

memenuhi kebutuhan masyarakat serta dapat ditawarkan dan dengan harga yang relatif murah. Selain itu, adanya pasar tradisional juga dapat membantu masyarakat yakni dalam mewujudkan lapangan kerja bagi para pedagang untuk menjual barang dagangannya di pasar tradisional tersebut. Sehingga, adanya pasar tradisional ini menjadi salah satu hal yang perlu dijaga keberadaan dan keberlangsungan di Indonesia (Dewi, 2018).

Jumlah pasar tradisional yang tersebar di Indonesia itu sendiri adalah sebanyak 16.235, dengan jumlah pasar paling banyak adalah di Jawa yakni sebanyak 5.949 unit, kemudian disusul oleh pulau Sumatera dengan jumlah 4.896 unit dan untuk lainnya tersebar di pulau Sulawesi, Maluku dan Papua (databoks.katadata.co.id, 2020). Dari banyaknya pasar tradisional yang tersebar di pulau Jawa, salah satunya adalah di Kabupaten Cilacap, Kecamatan Kroya. Berdiri salah satu pasar tradisional yang bernama Pasar Kroya. Pasar Kroya ini terdapat 600 lebih kios dengan berbagai macam barang dagangan yang dijual. Namun tidak semua kios terisi, berikut jumlah pedagang :

Tabel 1.1
Jumlah Pedagang di Pasar Tradisional Kroya

No.	Jenis Pedagang	Jumlah
1.	Sayuran	84
2.	Buah	47
3.	Sembako	68
4.	Pakaian	23
5.	Jajanan/makanan	62
6.	Mainan	17
7.	Perabotan	22
8.	Perhiasan	7
9.	Bumbu Dapur	26
10.	Ayam/daging	22
11.	Ikan	14
12.	Minyak	10
13.	Frozen Food	18
Total		420

Sumber : Dokumentasi Penelitian

Namun pada tanggal 23 Desember 2021, pasar Kroya ini mengalami tragedi kebakaran. Kebakaran ini bersumber dari kios pakaian yang ada di lantai dua dan kemudian merembet ke kios sayuran yang ada di bawah.

Gambar 1.1
Tragedi Kebakaran Pasar Kroya



Sumber : Regional.Kompas 2021

Tragedi kebakaran tersebut mengakibatkan kerugian materi bangunan mencapai Rp 27.196.000.000, dan kerugian sisi pedagang mencapai Rp 23.479.300.000. Akibat dari adanya kebakaran tersebut, pemerintah Kabupaten Cilacap mendirikan pasar darurat yang berada di area luar Pasar Kroya. Namun, seiring berjalannya waktu pasar darurat ini menjadi sangat memprihatinkan karena banyak pedagang yang berhenti berjualan. Oleh karena itu, Pemerintah Kabupaten Cilacap akhirnya memutuskan untuk melakukan relokasi pasar Kroya yang bertempat di Terminal Karangmangu dan bahu jalan milik PUPR (yesradiocilacap.id, 2022).

Relokasi dapat diartikan sebagai perpindahan atau memindahkan tempat, sesuai dengan definisinya. Ilmu teori lokasi melihat tatanan ruang kegiatan ekonomi, atau cara sumber-sumber potensial didistribusikan secara geografis dan bagaimana mereka berhubungan atau mempengaruhi keberadaan berbagai macam usaha atau kegiatan, baik secara ekonomi

maupun sosial. Lokasi berbagai kegiatan seperti rumah tangga, pertokoan, pabrik, pertanian, pertambangan, sekolah dan tempat ibadah tidaklah asal saja atau acak berada di lokasi tersebut, melainkan menunjukkan pola dan susunan yang dapat diselidiki dan dapat dimengerti (Manzanaris, dkk., 2018).

Selain itu, relokasi didefinisikan sebagai salah satu kegiatan yang termasuk dalam kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan penataan ruang, peningkatan kesejahteraan sosial dan ekonomi, dll. Oleh karena itu, pemerintah, khususnya pemerintah daerah, berhak melakukan relokasi ke wilayah yang dikuasai oleh pemerintah daerah, seperti pasar dan fasilitas umum lainnya (Armi, dkk., 2013). Namun, adanya relokasi tersebut tidak serta merta merubah keadaan sosial ataupun ekonomi dari para pedagang.

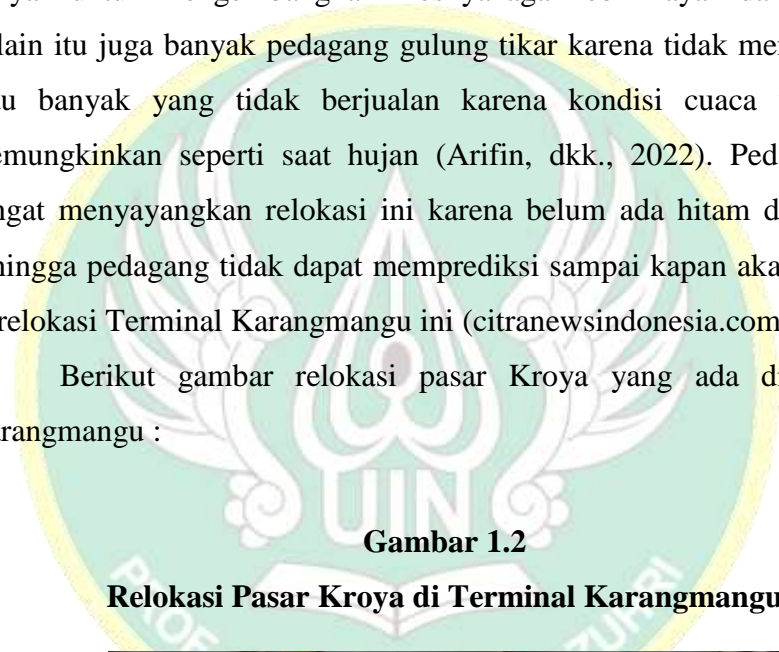
Seperti pada penelitian Pratiwi, 2022 mengenai relokasi Pasar Johar Semarang pasca kebakaran ini mengalami berbagai kerugian khususnya dampak primer yakni ekonomi para pedagang. Pedagang banyak yang kehilangan asset dan mengalami kerugian besar hingga puluhan juta rupiah. Tidak hanya itu, pendapatan pedagang juga mengalami penurunan dan penjualan yang turun drastis karena sepi pengunjung dan stok barang yang terbatas.

Namun terdapat penelitian lain yang mengatakan bahwa dari adanya relokasi pasar pasca kebakaran ini tidak hanya menyebabkan dampak negatif saja, melainkan juga terdapat dampak positif bagi para pedagang. Dimana adanya relokasi pasar sementara di Pasar Pon Trenggalek ini sangat dirasakan manfaatnya oleh masyarakat, karena dengan ini kesempatan kerja baru semakin terbuka lebar khususnya bagi tenaga tukang parkir baru dan munculnya banyak pedagang baru disekitar tempat relokasi. Selain itu juga biaya operasional yang sebelumnya lumayan tinggi, kini menjadi turun karena relokasi tersebut (Rachmania, 2019).

Banyak dampak yang dirasakan oleh para pedagang pasca terjadinya kebakaran, seperti yang mejadi fokus penelitian ini yakni di

Pasar Kroya. Adanya relokasi pasar Kroya yang bertempat di Terminal Karangmangu dan bahu jalan PUPR ini menjadikan banyak perdebatan khususnya bagi para pedagang yang banyak menolak dan tidak setuju dari adanya relokasi ini. Pasalnya, banyak pedagang yang mengalami penurunan tingkat penjualan karena dalam proses jual beli tidak dilakukan secara maksimal. Meskipun relokasi ini memiliki anggaran khusus sebanyak 1 Milyar ini dirasa masih kurang layak untuk kios pedagang. Tidak hanya itu, para pedagang harus mengeluarkan nominal yang cukup banyak untuk mengembangkan kiosnya agar lebih layak dan memadai. Selain itu juga banyak pedagang gulung tikar karena tidak memiliki kios, atau banyak yang tidak berjualan karena kondisi cuaca yang tidak memungkinkan seperti saat hujan (Arifin, dkk., 2022). Pedagang juga sangat menyayangkan relokasi ini karena belum ada hitam diatas putih, sehingga pedagang tidak dapat memprediksi sampai kapan akan berjualan di relokasi Terminal Karangmangu ini (citraneWSindonesia.com, 2022).

Berikut gambar relokasi pasar Kroya yang ada di Terminal Karangmangu :



Gambar 1.2

Relokasi Pasar Kroya di Terminal Karangmangu



Sumber : citraneWSindonesia.com, 2022

Meskipun banyak pedagang menolak adanya relokasi tersebut, namun akhirnya relokasi pasar Kroya di Terminal Karangmangu tetap

didirikan dan beroperasi sampai keadaan pasar Kroya selesai diperbaiki dan kembali normal.

Banyak pedagang yang mengalami penurunan pendapatan dikarenakan kondisi pasar yang tidak kondusif, tata letak yang tidak teratur meskipun tempat relokasi tidak jauh dari pasar Kroya sebelumnya. Selain disebabkan oleh faktor tempat, jumlah konsumen yang datang juga mengalami penurunan. Padahal faktanya, banyak pedagang yang rela mengeluarkan banyak modal untuk memperbaiki kios di tempat relokasi tersebut seperti meningkatkan keamanan, kebersihan, kenyamanan dan sebagainya.

Pada observasi awal ini, salah seorang pedagang pakaian bernama Taufik mengatakan bahwa *“Dari kejadian kebakaran tahun 2021 lalu yang menghabiskan ratusan kios termasuk kios pakaian saya ini menjadikan saya mengalami kerugian sampai puluhan juta. Barang dagangan habis terbakar, padahal modal saya untuk berjualan itu dari hasil untung jualan. Berhubung tidak ada sisa barang sedikitpun, jadi saya jual asset yang saya punya untuk menambah modal jualan saya walaupun tidak banyak. Modal yang terbatas ini saya gunakan untuk stok barang baru dan juga memperbaiki kios di tempat relokasi biar lebih nyaman”*. Dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa pedagang yang berjualan di kios dan tidak dibawa pulang itu sangat tinggi tingkat kerugiannya. Apalagi bagi para pedagang yang memiliki modal kurang, maka akan sangat memberikan dampak buruk khususnya tingkat penjualan.

Para pedagang terus memikirkan bagaimana caranya agar barang yang mereka jual tidak mengalami penurunan penjualan yang mengakibatkan turunnya tingkat pendapatan mereka. Berbagai upaya dilakukan meskipun berada di tempat yang kurang memadai seperti jauh sebelum adanya tragedi kebakaran. Banyak usaha yang dilakukan untuk mencapai tingkat keberhasilan.

Kinerja usaha atau bisnis dapat juga diartikan sebagai keberhasilan usaha yang telah dicapai. Kinerja perusahaan dapat dilihat atau diukur dengan mendasarkan pada tingkat penjualan, tingkat keuntungan, pengembalian modal, dan pangsa pasar yang diraihinya. Keeh et al (2007) dalam Caludia, dkk (2020) menjelaskan kaitan antara kinerja bisnis dan pendapatan, di mana kinerja adalah keinginan untuk tumbuh yang tercermin dalam pendapatan.

Berdasarkan hasil observasi awal, dapat kita ketahui bahwa penjualan pedagang pasar Kroya mengalami perubahan sejak tragedi kebakaran 2021 silam. Seperti di pasar tradisional Kroya ini, perubahan lain juga dirasakan oleh masyarakat yang semakin hari semakin berkurang. Maka dari itu, penulis tertarik untuk meneliti tentang tingkat keberhasilan kinerja usaha para pedagang Kroya setelah terjadinya tragedi kebakaran. Sehingga dalam penelitian ini penulis mengangkat judul **“Analisis Tingkat Keberhasilan Kinerja Usaha Pedagang Pasar Kroya Pasca Tragedi Kebakaran Tahun 2021”**.

B. Definisi Operasional

1. Pasar

Pasar merupakan tempat untuk para penjual dan pembeli melakukan transaksi dalam memenuhi kebutuhannya (Kotler dan Amstrong, 2008 : 9). Pasar menurut W.J Stanton dapat dikatakan juga sebagai sekumpulan orang yang memiliki keinginan untuk memenuhi kebutuhan, kemudian uang untuk belanja (*disposable income*) serta terdapat kemauan untuk belanja (Djoko, 2020).

Menurut Koentjaraningrat (2002) dalam (Pramudiana, 2017) mendefinisikan pasar sebagai “lembaga yang mengelola komunikasi dan interaksi antara penjual dan pembeli dengan tujuan untuk melakukan transaksi pertukaran barang, jasa, ekonomi, dan uang” yang hasilnya transaksi dapat disampaikan di lain waktu berdasarkan harga yang ditetapkan.

2. Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli dengan adanya transaksi secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar. Biasanya, bangunan pasar terdiri dari anjungan terbuka yang disediakan oleh penjual atau pengelola pasar selain kios atau gerai. Pasar tradisional terutama menjual bahan makanan, buah-buahan, sayuran, telur, daging, pakaian, barang, elektronik, jasa, dan kebutuhan sehari-hari lainnya (Novitasari, 2020). Oleh karena itu, pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk mendistribusikan barang atau jasa yang dihasilkan, menurut peneliti. Biasanya pasar tradisional digambarkan dengan proses transaksi antar penjual dengan pembeli.

3. Kinerja Usaha

Pencapaian tujuan organisasi dalam hal keluaran kuantitatif dan kualitatif, kreativitas, kemampuan beradaptasi, ketergantungan, dan atribut lainnya dikenal sebagai kinerja. Sedangkan kinerja usaha dapat diartikan sebagai pencapaian keberhasilan usaha.

4. Penjualan

Penjualan merupakan suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain (Rahman, 2019). Penjualan juga dapat diartikan sebagai suatu kegiatan bisnis yang dirancang untuk menetapkan harga, mempromosikan serta mendistribusikan produk, jasa maupun gagasan yang dalam pelaksanaannya mampu memberikan kepuasan tersendiri bagi keinginan target pasar/konsumen dengan tujuan untuk mencapai suatu organisasi.

5. Pendapatan

Chaniago berpendapat bahwa pendapatan adalah keseluruhan jumlah pendapatan yang didapat dari hasil penjualan suatu barang/jasa dalam kurun waktu tertentu. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan

bahwa pendapatan dagang adalah keseluruhan jumlah penjualan barang/jasa dalam kurun waktu tertentu, yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diperoleh (Rahman, 2019).

6. Modal

Modal merupakan sejumlah uang yang digunakan untuk kegiatan usaha produktif. Modal juga diartikan sebagai sejumlah uang yang digunakan dalam menjalankan kegiatan usaha atau bisnis, hal ini dapat diketahui bahwa modal merupakan salah satu elemen penting dalam menjalankan suatu usaha (Yusni, 2020).

7. Tenaga Kerja

Kinerja tenaga kerja tidak akan optimal apabila hanya mengandalkan mesin produksi tanpa memperhatikan aspek manusianya. Haruslah diingat bahwa dalam suatu organisasi perusahaan, aspek manusia yang berkemampuan, berketerampilan, bertanggung jawab sebagai tenaga kerja merupakan suatu asset perusahaan yang sangat berharga bagi kelangsungan hidup perusahaan. Manusia sebagai tenaga kerja yang diharapkan mampu mencapai tingkat produktivitas kerja yang optimal dengan standar tertentu (Suprihati, 2014).

8. Jangkauan Pemasaran

Jangkauan dapat diartikan sebagai luas area tertentu atau luas persebaran data (hitoko.co.id, 2022). Sedangkan pemasaran adalah suatu sistem sosial yang didalamnya individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan proses dengan pihak lain (Ulyati, 2015).

9. Laba/Keuntungan

Secara umum, keuntungan adalah perbedaan antara pendapatan dan biaya selama periode waktu (periode). Laba bersih juga dapat didefinisikan sebagai selisih antara pendapatan dan beban ketika pendapatan melebihi beban (Tiswiyanti, dkk., 2018).

10. Asset

Yang dimaksud dengan asset adalah kekayaan atau harta yang dimiliki oleh perusahaan baik pada periode atau saat tertentu dan berbentuk apa saja. Untuk dapat disebut sebagai asset, suatu objek harus memiliki manfaat ekonomi di masa yang akan datang dan sifatnya pasti. Asset dapat berupa uang atau kas yang memiliki manfaat sebagai daya tukar, selain itu juga terdapat barang atau jasa yang dapat digunakan untuk memproduksi barang atau jasa (Nurhayati dan Anwar, 2019).

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, penulis memiliki permasalahan yang akan diangkat yakni

1. Bagaimana tingkat keberhasilan kinerja usaha pedagang pasar Kroya pasca tragedi kebakaran tahun 2021?
2. Bagaimana upaya pedagang pasar Kroya untuk keberhasilan usaha?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan oleh penulis dengan tujuan :

1. Untuk mengetahui tingkat keberhasilan kinerja usaha pedagang pasar Kroya pasca tragedi kebakaran tahun 2021.
2. Untuk mengetahui upaya pedagang pasar Kroya untuk keberhasilan usaha.

Selain tujuan, adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini yaitu :

1. Manfaat Praktis
 - a. Bagi penulis sendiri adalah memberikan ilmu atau pengetahuan yang tidak hanya melalui teori-teori yang diteliti, tetapi juga hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk peneliti selanjutnya yang ingin mengetahui tentang kinerja usaha pedagang.
 - b. Bagi akademik, perlu adanya penelitian atau riset untuk mengetahui seberapa besar tingkat keberhasilan kinerja usaha pedagang pasar Kroya pasca tragedi kebakaran tahun 2021.

- c. Bagi pihak yang berkepentingan, penelitian ini bertujuan untuk memberikan manfaat agar masyarakat lebih bijaksana dalam memilih untuk berbelanja. Karena, dalam faktanya pasar tradisional tidak akan bertahan jika masyarakat tidak mendukung keberadaannya dengan cara berbelanja di pasar tradisional tersebut.

2. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua elemen untuk menambah ilmu pengetahuan khususnya dalam perekonomian berkaitan tentang pentingnya keberadaan pasar tradisional di era globalisasi ini.

E. Kajian Pustaka

Untuk mendukung penelitian ini, maka perlu adanya penelitian sebelumnya yang dapat digunakan sebagai referensi penulis. Oleh karena itu, terdapat penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian yang akan diuji ini, antara lain :

Jurnal penelitian oleh Lucky Hikmat Maulana, Titiak Tjahja Andari dan Ririn Andani (2021) dengan judul Kinerja Usaha UKM Berbasis Motivasi dan Lingkungan Usaha. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif dengan sampel sebanyak 50 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja usaha dipengaruhi oleh lingkungan usaha dan motivasi usaha. Keberhasilan usahanya mengalami kenaikan penjualan seperti peningkatan penjualan, modal usaha, tenaga kerja, kegiatan pemasaran dan keuntungan yang diperoleh (Maulana, dkk., 2021).

Jurnal penelitian oleh Claudia Anita Soeleiman, Sonny Leksono dan Ratnawati (2020) dengan judul Perilaku Kewirausahaan Terhadap Perspektif Kinerja Usaha Pedagang Pasar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis data yang diperoleh dari data lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang memiliki banyak cara terobosan untuk meningkatkan penjualannya yakni dengan melakukan

inovasi produk baru dan memberikan layanan lebih kepada pelanggan (Soeleiman, 2020).

Jurnal penelitian oleh Ni Putu Lisa Ernawatiningsih dan I Putu Edy Arizona (2022) dengan judul Analisis Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah. Penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan usaha UMKM dipengaruhi oleh variabel karakteristik wirausahawan, modal usaha dan strategi pemasaran. Sedangkan variabel efikasi diri tidak memberikan pengaruh terhadap keberhasilan usaha UMKM (Ernawatiningsih dan Arizona, 2022).

Jurnal penelitian oleh Ni Luh Manik Asih Arta Dewi dan Sunitha Devi (2022) dengan judul Analisis Determinan yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha UMKM Sektor Perdagangan Bidang Fashion di Kota Denpasar. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sampel adalah UMKM sektor perdagangan bidang fashion. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan usaha dipengaruhi oleh penggunaan informasi akuntansi, *e-commerce*, pemahaman akuntansi dan tingkat pendidikan. Namun kinerja usaha belum berjalan dengan maksimal karena pedagang cenderung melakukan pencatatan seperti bahan baku dan menentukan harga jual produk tanpa memperhatikan hal yang lain (Dewi dan Devi, 2022).

Jurnal penelitian oleh Antonio Aragon Sanchez and Gregorio Sanchez Marin (2005) dengan judul *Strategic Orientation, Management Characteristics and Performance: A Study of Spanish SMEs*. Menggunakan teknik uji empiris dengan sampel sebanyak 1.351 UKM Spanyol. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja usaha UKM dapat berjalan secara efisien jika strategi orientasi dapat berjalan dengan baik seperti manajemen Sumber Daya Manusia, inovasi, teknologi dan desain organisasi (Sanchez and Marin, 2005).

Jurnal penelitian oleh Simon Radipere and Shepherd Dhliwayo (2014) *The Role of Age and Business Size on Small Business Performance in the South African Small Enterprise Sector*. Penelitian ini menggunakan

survey wawancara dengan mengumpulkan data dari 500 UKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan karyawan secara efektif dapat meningkatkan kinerja usaha, dan karyawan yang terlatih akan lebih menguasai teknologi dan dapat memahami pentingnya teknologi bagi suatu usaha.

Tabel 1.2
Kajian Pustaka

No.	Nama Peneliti dan Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	(Maulana, dkk., 2021) Kinerja Usaha UKM Berbasis Motivasi dan Lingkungan Usaha	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja usaha dipengaruhi oleh lingkungan usaha dan motivasi usaha. Keberhasilan usahanya mengalami kenaikan penjualan seperti peningkatan penjualan, modal usaha, tenaga kerja, kegiatan pemasaran dan keuntungan yang diperoleh	Sama-sama membahas mengenai kinerja usaha	Penelitian ini berfokus pada kinerja usaha UKM, sedangkan penelitian selanjutnya berfokus pada kinerja usaha pedagang tradisional
2.	(Soeleiman, dkk., 2020) Perilaku Kewirausahaan Terhadap Perspektif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang memiliki banyak cara terobosan untuk meningkatkan	Sama-sama membahas mengenai kinerja usaha	Penelitian ini berfokus pada perilaku kewirausahaan,

	Kinerja Usaha Pedagang Pasar	penjualannya yakni dengan melakukan inovasi produk baru dan memberikan layanan lebih kepada pelanggan		sedangkan penelitian selanjutnya berfokus pada tingkat keberhasilan kinerja usaha pedagang pasar tradisional
3.	(Ernawatiningsih dan Arizona, 2022) Analisis Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah	Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan usaha UMKM dipengaruhi oleh variabel karakteristik wirausahawan, modal usaha dan strategi pemasaran. Sedangkan variabel efikasi diri tidak memberikan pengaruh terhadap keberhasilan usaha UMKM	Sama-sama membahas mengenai keberhasilan usaha	Penelitian ini berfokus pada keberhasilan usaha UMKM, sedangkan penelitian selanjutnya berfokus pada keberhasilan usaha pedagang tradisional
4.	(Dewi dan Devi, 2022) Analisis Determinan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan usaha dipengaruhi oleh	Sama-sama membahas mengenai keberhasilan	Penelitian ini berfokus pada faktor yang

	<p>yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha UMKM Sektor Perdagangan Bidang Fashion di Kota Denpasar</p>	<p>penggunaan informasi akuntansi, <i>e-commerce</i>, pemahaman akuntansi dan tingkat pendidikan. Namun kinerja usaha belum berjalan dengan maksimal karena pedagang cenderung melakukan pencatatan seperti bahan baku dan menentukan harga jual produk tanpa memperhatikan hal yang lain</p>	<p>usaha</p>	<p>mempengaruhi keberhasilan usaha UMKM sektor perdagangan, sedangkan penelitian selanjutnya berfokus pada keberhasilan kinerja usaha pedagang tradisional</p>
5.	<p>(Sanchez and Marin, 2005) <i>Strategic Orientation, Management Characteristics and Performance: A Study of Spanish SMEs</i></p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja usaha UKM dapat berjalan secara efisien jika strategi orientasi dapat berjalan dengan baik seperti manajemen Sumber Daya Manusia, inovasi, teknologi dan desain organisasi.</p>	<p>Sama-sama membahas mengenai kinerja usaha</p>	<p>Penelitian ini berfokus pada kinerja usaha pelaku UKM, sedangkan penelitian selanjutnya lebih menekankan pada kinerja usaha</p>

				pedagang pasar tradisional
6.	(Radipere and Dhlwayo, 2014) <i>The Role of Age and Business Size on Small Business Performance in the South African Small Enterprise Sector</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan karyawan secara efektif dapat meningkatkan kinerja usaha, dan karyawan yang terlatih akan lebih menguasai teknologi dan dapat memahami pentingnya teknologi bagi suatu usaha.	Sama-sama membahas mengenai kinerja usaha	Penelitian ini hanya fokus pada penggunaan karyawan dalam kinerja usaha, sedangkan penelitian selanjutnya menggunakan indikator yang lebih luas untuk sebuah kinerja usaha

F. Sistematika Pembahasan

Pada penelitian ini menggunakan sistematika pembahasan yang terdiri dari lima bab dan dibagi menjadi beberapa sub bab. Dan untuk memperoleh gambaran pada sistematika pembahasan di proposal skripsi ini maka sistem pembahasannya sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, kajian pustaka dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini terdiri dari landasan teori, penelitian terdahulu, landasan teologis dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, jenis dan sumber penelitian, metode pengumpulan data data penelitian dan metode analisis serta keabsahan data penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang analisis data dan hasil pembahasan yang dilakukan sesuai dengan alat analisis yang digunakan.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bagian paling akhir yang berisi tentang kesimpulan, saran dan penutup pembahasan.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Teori Perilaku Perencanaan (*Theory Planned of Behavior* atau TPB)

Terdapat salah satu teori yang menjelaskan bagaimana seseorang melakukan suatu tindakan, seperti dalam melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk yakni teori perilaku perencanaan atau yang disebut dengan *Theory Planned of Behavior* (TPB). *Theory Planned of Behavior* (TPB) merupakan turunan serta perluasan dari teori tindakan beralasan atau disebut dengan *Theory of Reasoned Action* (TRA) (Putri dan Wiyanto, 2019). TRA sendiri memiliki bukti-bukti ilmiah yang mengatakan bahwa niat dalam melakukan perbuatan itu dikarenakan oleh dua sebab, yakni norma subjektif dan sikap terhadap perilaku. Akan tetapi TPB menekankan bahwa sikap mengenai perilaku merupakan konsep kunci yang sangat menentukan dalam menjamin keberhasilan suatu usaha, meskipun demikian perlu dikembangkan sikap setiap individu untuk mematuhi norma-norma subjektif dan melakukan kontrol atas perilaku yang dipersepsikan orang tersebut dalam pertanyaan (Ajzen, 1991).

TPB menyatakan bahwa tiga faktor utama yang berkontribusi pada alasan pembelian adalah sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang diterapkan. Sikap berfungsi sebagai respon positif terhadap pemahaman dan pengetahuan tentang produk apapun. Pemikiran positif akan berdampak pada pengalaman pembeli dan hal serupa. Norma subjektif adalah metode komunikasi dengan orang lain yang krusial di area sekitar subjek. Jika seseorang percaya bahwa lingkungan sosialnya membaik dengan cara yang positif, ini akan berdampak pada cara mereka melakukan pembelian (Purusuttoma 2021). Sebaliknya, kontrol perilaku dapat dilihat sebagai pengetahuan tentang apa yang penting atau kompleks saat melakukan persuasi tertentu di tengah situasi yang menantang di mana solusi dapat ditemukan (Seni dan Ratnadi, 2017).

Proses lebih detail dari konstruksi *Theory of Planned Behavior* (TPB) menuturkan bahwasanya sikap mengilustrasikan pandangan kognitif dari psikologi sosial yang didasarkan pada: kognitif (pengetahuan), afektif (emosi dan perasaan) dan konatif (aksi). Menyimpulkan dari uraian di atas bahwa sikap adalah penilaian tanpa pamrih konsumen terhadap suatu objek, apakah diterima atau ditolak, dan selain itu, sikap menggambarkan tingkat dimana konsumen menerima atribut dan manfaat tertentu dari objek yang diminta.

Kemudian, norma subyektif berfungsi sebagai pedoman bagi individu dalam situasi di mana satu atau lebih orang lain di sekitarnya (misalnya, saudara atau sesama siswa) mengakui pentingnya risiko yang relevan dan mendorong individu yang bersangkutan untuk merugikan orang tersebut. Sebaliknya, kontrol atas perilaku merupakan syarat atau keharusan bagi persepsi untuk melakukan perilaku. Kontrol atas perilaku dalam hal ini mencerminkan pengalaman sebelumnya dan menghilangkan hambatan yang ada, membuat hukum dan standar terkait perilaku menjadi lebih jelas. Kontrol yang lebih besar perilaku berarti akan lebih sulit bagi siapa pun untuk terlibat dalam perilaku.

Sikap yang berkaitan dengan perilaku adalah alat kunci untuk mengidentifikasi apakah objek, orang, organisasi atau gerakan politik tertentu terlibat atau tidak terlibat dalam kegiatan tertentu (Ajzen, 1991). Sikap terhadap perilaku pada penelitian ini adalah yang pertama dioperasionalkan oleh indikator penjualan. Penjualan itu sendiri dapat diartikan sebagai kegiatan bisnis yang dirancang untuk menetapkan harga, mempromosikan serta mendistribusikan produk, yang dalam pelaksanaannya mampu memberikan kepuasan tersendiri bagi keinginan target pasar/konsumen. Karena dalam menetapkan suatu produk ini tentu ditentukan oleh sikap positif berfungsi sebagai fokus. Sesuai dengan teori perilaku perencanaan (*Theory Planned of Behavior* atau TPB), pedagang yang memiliki karakter yang kuat akan menentukan perilaku. Sedangkan

dalam penelitian ini, sikap positif atau sikap yang baik merupakan persepsi dari adanya penjualan yang dilakukan oleh pedagang.

Kemudian pada penelitian ini, sesuai dengan *Theory Planned Of Behavior* (TPB) untuk norma subjektif juga dioperasikan oleh Tenaga Kerja dan Jangkauan Pemasaran. Dalam teori perilaku perencanaan ini, tenaga kerja menjadi indikator kepedulian pedagang terhadap kepuasan konsumen serta hasil dari perilakunya dapat dikaitkan dengan keputusan pembelian (Sari, 2016). Selain itu juga dioperasikan oleh jangkauan pemasaran, dimana pedagang melaksanakan usahanya dengan memperluas pasarnya agar konsumen semakin banyak dan luas.

Adapun indikator pendapatan, modal, asset dan laba termasuk kedalam kontrol perilaku yang dimiliki oleh seorang pedagang. Kontrol perilaku sendiri dibagi menjadi dua, yakni kontrol perilaku rasional yang mana pembelian didasarkan oleh fakta-fakta yang ditunjukkan suatu produk terhadap konsumen atau pelanggan dan melambangkan ciri atau karakter produk fungsional dengan obyektif keadaannya misalnya kapasitas, harga, efisiensi kegunaan barang dan lain sebagainya. Sedangkan kontrol perilaku emosional dalam transaksi yang melibatkan perasaan panca indra dapat mengungkapkan kesenangan seperti merek produk (Purbaningsih, 2012). Maka dalam penelitian ini, kontrol perilaku mereka mengenai pendapatan, modal, asset dan laba dapat dikaitkan dengan kinerja usaha sesuai dengan teori perilaku perencanaan (*Theory Planned of Behavior* atau TPB), yang akan mempengaruhi tingkat keberhasilan usaha para pedagang. Niat perilaku individu (*behavior intention*) terhadap perilaku tertentu merupakan faktor utama yang mempengaruhi perilaku, jika menurut teori perilaku perencanaan (TPB). Sikap individu terhadap perilaku, norma subjektif (*subjective norm*), dan kontrol perilaku semuanya terkait dengan kemampuan seseorang untuk mengontrol semua hal yang berpengaruh pada niat untuk melakukan perilaku tersebut atau tidak (Ajzen, 1991).

B. Pasar

Pasar merupakan tempat untuk para penjual dan pembeli melakukan transaksi dalam memenuhi kebutuhannya (Kotler dan Amstrong, 2008 : 9). Pasar menurut W.J Stanton dapat dikatakan juga sebagai sekumpulan orang yang memiliki keinginan untuk memenuhi kebutuhan, kemudian uang untuk belanja (*disposable income*) serta terdapat kemauan untuk belanja (Djoko, 2020).

Menurut Koentjaraningrat (2002) dalam (Pramudiana, 2017) mendefinisikan pasar sebagai “lembaga yang mengelola komunikasi dan interaksi antara penjual dan pembeli dengan tujuan untuk melakukan transaksi pertukaran barang, jasa, ekonomi, dan uang” yang hasilnya transaksi dapat disampaikan di lain waktu berdasarkan harga yang ditetapkan.

Dalam ilmu ekonomi, pengertian pasar tidak hanya terbatas pada bertemunya penjual dan pembeli saja. Akan tetapi, pasar memiliki pengertian yang lebih luas, yakni mencakup permintaan dan penawaran dan seluruh kontak antara penjual dan pembeli untuk mempertukarkan barang dan jasa (Rahman, 2019).

C. Pasar Tradisional

1. Pengertian Pasar Tradisional

Pasar tradisional merupakan bagian penting dari perekonomian Indonesia bagi sebagian besar penduduknya. Menjadi pedagang di pasar tradisional merupakan salah satu alternatif pekerjaan di antara banyaknya pengangguran di Indonesia, terutama bagi masyarakat miskin yang menggantungkan mata pencahariannya di pasar tersebut (Djoko, 2018).

Pasar tradisional adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli dengan adanya transaksi secara langsung dan biasanya ada proses tawar menawar. Biasanya, bangunan pasar terdiri dari anjungan terbuka yang disediakan oleh penjual atau pengelola pasar selain kios atau gerai. Pasar tradisional terutama menjual bahan makanan, buah-buahan,

sayuran, telur, daging, pakaian, barang, elektronik, jasa, dan kebutuhan sehari-hari lainnya (Novitasari, 2020). Oleh karena itu, pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk mendistribusikan barang atau jasa yang dihasilkan, menurut peneliti. Biasanya pasar tradisional digambarkan dengan proses transaksi antar penjual dengan pembeli.

Jadi menurut peneliti pasar tradisional adalah tempat pertemuannya antara penjual dan pembeli untuk menyalurkan barang atau jasa yang di produksi. Biasanya pasar tradisional ditandai dengan adanya proses tawar menawar antara penjual dengan pembeli.

2. Ciri-ciri Pasar Tradisional

- a. Kapasitas pasar tradisional untuk memperoleh produk dari lingkungan sekitar.
- b. Menyediakan berbagai input pertanian, perumahan, dan kebutuhan mendasar lainnya bagi masyarakat secara keseluruhan.
- c. Pasar Tradisional berbeda dengan pasar modern karena memiliki segmentasi pasarnya sendiri.
- d. Para pedagang yang bekerja di pasar umumnya adalah wanita sehingga sangat bermanfaat untuk memperluas potensi dan membuat kemajuan terhadap kaum wanita, dalam arti wanita umumnya memiliki keunggulan dibandingkan dengan pria dalam melayani konsumen.
- e. Potensi pasar akan semakin signifikan karena sistem pembayaran tunai akan memungkinkan perputaran pasar yang cukup (Windarni, 2018).

3. Kelebihan Pasar Tradisional

- a. Banyak pembeli datang untuk membeli kebutuhan sehari-hari seperti daging, sayur, ikan dan lain-lain.
- b. Dengan pasar modern, kualitas barang dapat dikatakan setara.
- c. Harganya lebih murah jika dibandingkan dengan pasar modern.

- d. Memungkinkan pembeli untuk dapat menawar harga barang sehingga mencapai kesepakatan dengan pedagang.
4. Kekurangan Pasar Tradisional
 - a. Tempat yang kurang tertata dan kurang bersih
 - b. Bau tidak enak
 - c. Pembagian wilayah kategori barang dagangan yang kurang jelas
 - d. Banyak tokoh yang menaruh barang dagangan sampai keluar toko sehingga membuat gang yang menjadi lalu lalang para pembeli menjadi lebih sempit dal lain sebagainya.

D. Pedagang Pasar Tradisional

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Pedagang adalah orang yang mencari nafkah dengan berdagang. Pedagang adalah orang yang menjalankan usaha berjualan, usaha kerajinan, atau usaha pertukangan kecil (Suhartika, 2018).

Pedagang pasar tradisional adalah orang yang berada dalam lingkungan tertentu dengan modal sedikit, berusaha di bidang produksi, penjualan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan kelompok tertentu dalam lingkungan masyarakat. Usaha itu dilakukan dalam suatu tempat yang telah ditentukan.

Pedagang pasar tradisional cenderung berjualan di pasar binaan pemerintah daerah atau swasta yang ruang lingkupnya meliputi satu lingkungan pemukiman disekitar pasar tersebut dan jenis barang yang diperdagangkan terutama kebutuhan sehari-hari. Pedagang pasar tradisional berjualan di tempat yang tetap. Pedagang ini menempati tempat-tempat tertentu baik yang sudah permanen maupun yang masih bersifat temporal seperti kios, lods, tenda, gerobak atau secara gelar.

E. Keberhasilan Usaha

Menurut (Primiana 2009) dalam Mashuri, dkk (2019) yang dimaksud dengan keberhasilan usaha adalah permodalan sudah terpenuhi, penyaluran yang produktif dan tercapainya tujuan organisasi. Setiap jenis usaha tentu saja berkeinginan untuk mencapai suatu titik yang disebut

keberhasilan. Keberhasilan suatu usaha dapat diukur melalui pengukuran kinerja yang dapat dilihat dari berbagai aspek, seperti kinerja keuangan dan image perusahaan.

Menurut (Purnama 2010, 179) dalam Mashuri, dkk (2019) juga mengatakan bahwa keberhasilan usaha itu berkaitan dengan faktor penentu keberhasilan usaha industri kecil ini, hasil penelitiannya menemukan bahwa keberhasilan usaha kecil ditandai oleh inovasi, perilaku mau mengambil resiko. Begitu juga hasil penelitian Murphy dalam sumber yang sama menemukan bahwa keberhasilan usaha kecil disumbangkan oleh kerja keras, dedikasi, dan komitmen terhadap pelayanan dan kualitas. Berbagai faktor penentu keberhasilan usaha industri kecil hasil identifikasi penelitian Luch tersebut pada dasarnya adalah cerminan dari kemampuan usaha (pengetahuan, sikap dan keterampilan), pengalaman yang relevan, motivasi kerja dan tingkat pendidikan seseorang pengusaha. Sehingga dapat diketahui bahwa keberhasilan usaha dapat dipengaruhi oleh kemampuan usaha yang tercermin diantaranya melalui pengetahuan, sikap, dan keterampilan dari pengusaha.

F. Kinerja Usaha

1. Pengertian Kinerja

Pencapaian tujuan organisasi dalam hal keluaran kuantitatif dan kualitatif, kreativitas, kemampuan beradaptasi, ketergantungan, dan atribut lainnya dikenal sebagai kinerja. Kebanyakan orang menganggap kinerja sebagai catatan keluaran atau hasil dari suatu fungsi pekerjaan atau semua aktivitas kerja selama periode waktu tertentu. Singkatnya, kinerja dianggap kinerja pekerjaan yang sukses (Suprihati, 2014). Kinerja juga dapat merujuk pada kemampuan seseorang untuk menyelesaikan suatu tugas dalam jumlah waktu yang telah ditentukan dan terukur.

2. Kinerja Usaha

Pencapaian keberhasilan usaha juga dapat diartikan sebagai kinerja usaha. Beberapa spesialis memilikinyamenggambarkan arti

eksekusi bisnis (*business execution*) untuk lebih spesifik penggambaran tingkat pencapaian pelaksanaan program latihan atau pengaturan dalam memahami tujuan, visi, dan misi perkumpulan yang dituangkan melalui persiapan penting dari sebuah asosiasi.

Berdasarkan tingkat penjualan, tingkat keuntungan, pengembalian investasi, dan pangsa pasar, kinerja perusahaan dapat dilihat atau diukur. Hubungan antara kinerja bisnis dan laba dijelaskan oleh Keeh et al. (2007) dalam Soeleiman et al. (2020). Kinerja adalah keinginan untuk tumbuh, yang tercermin dalam pendapatan.

G. Indikator Kinerja Usaha

1. Penjualan

Penjualan merupakan suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain (Rahman, 2019). Penjualan juga dapat diartikan sebagai suatu kegiatan bisnis yang dirancang untuk menetapkan harga, mempromosikan serta mendistribusikan produk, jasa maupun gagasan yang dalam pelaksanaannya mampu memberikan kepuasan tersendiri bagi keinginan target pasar/konsumen dengan tujuan untuk mencapai suatu organisasi.

2. Pendapatan

Pendapatan adalah bentuk dari balas jasa terhadap penggunaan barang/jasa yang dimiliki oleh perusahaan ataupun rumah tangga berupa gaji/upah, sewa ataupun keuntungan (Djoko, 2020). Chaniago berpendapat bahwa pendapatan adalah keseluruhan jumlah pendapatan yang didapat dari hasil penjualan suatu barang/jasa dalam kurun waktu tertentu. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pendapatan dagang adalah keseluruhan jumlah penjualan barang/jasa dalam kurun waktu tertentu, yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diperoleh (Rahman, 2019).

Pendapatan didefinisikan sebagai seluruh sejumlah uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu. Pendapatan terdiri dari upah atau penerimaan tenaga kerja, pendapatan dari kekayaan seperti : sewa, bunga, dividen serta pembayaran transfer atau penerimaan dari pemerintah seperti tunjangan sosial atau asuransi pengangguran (Suhartika, 2018).

Pendapatan dibedakan menjadi :

- a. Pendapatan asli yaitu pendapatan yang diterima oleh setiap orang yang langsung ikut serta dalam produksi barang.
- b. Pendapatan turunan (sekunder) yaitu pendapatan dari golongan penduduk lainnya yang tidak langsung ikut serta dalam produksi barang seperti dokter, ahli hukum dan pegawai negeri.

Sedangkan pendapatan menurut perolehannya dibedakan menjadi :

- a. Pendapatan kotor yaitu pendapatan yang diperoleh sebelum dikurangi pengeluaran dan biaya-biaya.
- b. Pendapatan bersih yaitu pendapatan yang diperoleh sesudah dikurangi pengeluaran dan biaya-biaya.

Sedangkan pendapatan menurut bentuknya dibedakan menjadi :

- a. Pendapatan berupa uang adalah segala penghasilan yang sifatnya reguler dan yang diterima biasanya sebagai balas jasa, sumber utamanya berupa gaji, upah, bangunan, pendapatan bersih dari usaha sendiri dan pendapatan dari penjualan seperti : hasil sewa, jaminan sosial, premi asuransi.
- b. Pendapatan berupa barang adalah segala penghasilan yang sifatnya reguler dan biasanya tidak berbentuk balas jasa dan diterima dalam bentuk barang.

3. Modal

a. Pengertian Modal

Modal merupakan sejumlah uang yang digunakan untuk kegiatan usaha produktif. Modal juga diartikan sebagai sejumlah

uang yang digunakan dalam menjalankan kegiatan usaha atau bisnis, hal ini dapat diketahui bahwa modal merupakan salah satu elemen penting dalam menjalankan suatu usaha (Yusni, 2020).

Sumber modal ditinjau dari asalnya dapat dibedakan menjadi sumber modal intern dan sumber modal eksternal (Ernawatiningsih dan Arizona, 2022). Sumber modal intern dan eksternal merupakan sumber modal usaha yang digunakan untuk menjalankan bisnis dan roda kehidupan perusahaan. Modal internal merupakan modal atau dana yang berasal dan bersumber dari diri sendiri (*internal financing*). Sedangkan modal eksternal adalah modal yang berasal dari luar (*external financing*) seperti pinjaman bank, koperasi atau pihak lain (Yusni, 2020).

Modal dalam pengertian ini dapat diinterpretasikan sebagai sejumlah uang yang digunakan dalam menjalankan kegiatan-kegiatan bisnis. Banyak kalangan yang memandang bahwa modal uang bukanlah segala-galanya dalam sebuah bisnis. Namun perlu dipahami bahwa uang dalam sebuah usaha sangat diperlukan. Persoalan di sini bukanlah penting tidaknya modal, karena keberadaannya memang sangat diperlukan, akan tetapi bagaimana mengelola modal secara optimal sehingga bisnis yang dijalankan dapat berjalan lancar (Mashuri, dkk., 2019).

b. Terdapat dua bentuk modal, diantaranya :

a) Modal Barang

Modal barang merupakan salah satu bentuk modal material yang fungsinya adalah untuk tambahan dalam proses produksi dengan dapat digunakan atau dirasakan manfaatnya. Modal barang juga dikatakan sebagai modal tetap, karena modal tetap ini yang memberikan jasa untuk proses produksi dalam jangka waktu yang relatif lama dan tidak terpengaruh oleh besar kecilnya jumlah produksi.

Modal yang berupa barang, mencakup modal tetap dalam bentuk bangunan pabrik, mesin-mesin, transportasi, kemudahan distribusi, dan barang-barang lainnya yang dipergunakan untuk memproduksi barang atau jasa baru dan modal berputar dalam bentuk barang jadi ataupun setengah jadi yang berada dalam proses untuk diolah menjadi barang jadi (Suhartika, 2018).

b) Modal Uang

Modal uang adalah sejumlah uang yang digunakan untuk membiayai proses. Namun jika tidak dipergunakan sebagai unsur untuk mendapatkan modal barang, maka ini tidak dapat dikatakan sebagai modal uang (Novita dan Salam, 2016).

Modal uang juga dikatakan sebagai modal lancar, karena modal lancar ini yang memberikan jasa hanya sekali dalam proses produksi, bisa dalam bentuk bahan-bahan baku dan kebutuhan lainnya sebagai penunjang usaha tersebut. Dapat dikemukakan pengertian secara klasik, dimana modal mengandung pengertian sebagai hasil produksi yang digunakan untuk memproduksi lebih lanjut. Sejumlah uang menjadi modal apabila ditanam atau diinvestasikan untuk menjamin adanya suatu kembalian.

Dalam arti ini modal juga mengacu kepada investasi itu sendiri berupa alat-alat finansial seperti deposito, stok barang, ataupun surat saham yang mencerminkan hak atas sarana produksi, atau dapat pula berupa sarana produksi fisik. Kembalian dapat juga berupa pembayaran bunga, ataupun klaim atas suatu keuntungan (Suhartika, 2018).

c. Sumber-sumber Modal

1) Modal Sendiri

Sumber modal sendiri merupakan cara yang paling mudah, sumber pembiayaan sendiri dapat diperoleh dari tabungan, dana cadangan atau mempergunakan asset yang tidak produktif.

Modal usaha dari uang sendiri biasanya memiliki kendala jumlah yang terbatas, karena selain untuk keperluan usaha, simpanan sendiri juga digunakan untuk keperluan konsumsi sendiri atau keluarga. Namun dengan jumlah yang terbatas akan menuntun wirausaha untuk lebih berhati-hati memilih usaha, sehingga umumnya memilih usaha yang beresiko kecil terhadap permodalan. Sumber permodalan dari uang sendiri ini dapat diperoleh beberapa sumber berikut.

a) Simpanan

Simpanan merupakan dana yang dipercayakan oleh masyarakat kepada bank berdasarkan perjanjian penyimpanan dana dalam bentuk tabungan, giro, deposito, sertifikat deposito dan bentuk lain yang dapat digadaikan.

b) Menjual Harta yang Kurang Produktif

Merupakan harta kepemilikan yang biasanya sudah tidak terpakai atau tidak digarap, misalnya tanah yang sudah lama tidak digarap atau rumah yang sudah tidak pernah terpakai sehingga dijual. Oleh karena itu, agar tidak menjadi beban biaya maka dapat dijual dan hasilnya dapat digunakan sebagai modal usaha. Sehingga harta kepemilikannya dapat menjadi produktif dan menghasilkan.

2) Modal Asing (Pinjaman)

Dana ini dapat berasal dari lembaga keuangan atau orang lain. Sebagai dana pembiayaan/pinjaman, kemungkinan jumlahnya besar, tetapi memiliki resiko tinggi karena wirausaha harus mengembalikan beserta bagi hasilnya. Ada beberapa cacatan tentang peminjaman modal usaha. Bagi wirausaha, meminjam merupakan “keharusan”. Dengan meminjam, kebutuhan modal akan tercukupi. Namun, meminjam kepada lembaga keuangan atau perorangan pasti mengandung resiko, terutama jika usaha yang dilakukan ternyata tidak berjalan dengan

baik atau merugi. Keadaan ini dapat membuat kemampuan untuk mengembalikan pinjaman terbengkalai, sehingga jika tidak disikapi dengan baik akan menimbulkan lunturnya kepercayaan orang lain untuk membantu usaha kita. Untuk itu, ketika memutuskan meminjam modal, manajemen usaha dan keuangan harus benar-benar diperhatikan, karena keuntungan usaha menjadi taruhan bagi pengembalian dana pinjaman tersebut.

3) Dana Mitra

Dana ini berasal dari mitra kerja, sehingga memiliki perlakuan yang kurang fleksibel karena harus diputuskan bersama oleh kedua belah pihak. Tidak jarang, dalam perjalanan usaha, terjadi perpecahan, sehingga menimbulkan masalah. Oleh karena itu, untuk menghindari masalah pada kemudian hari, kemitraan ini lebih baik dilegalkan melalui notaris. Ada beberapa strategi mendapatkan dana mitra, yaitu melalui modal patungan atau menjual saham (Rifa'i dan Husinah, 2022 : 56 - 58).

4. Tenaga Kerja

Kinerja tenaga kerja tidak akan optimal apabila hanya mengandalkan mesin produksi tanpa memperhatikan aspek manusianya. Harusnya diingat bahwa dalam suatu organisasi perusahaan, aspek manusia yang berkemampuan, berketerampilan, bertanggung jawab sebagai tenaga kerja merupakan suatu asset perusahaan yang sangat berharga bagi kelangsungan hidup perusahaan. Manusia sebagai tenaga kerja yang diharapkan mampu mencapai tingkat produktivitas kerja yang optimal dengan standar tertentu (Suprihati, 2014). Pengertian tenaga kerja menurut Yamin (2002) adalah jumlah seluruh penduduk suatu negara yang memproduksi maupun non produksi barang dan jasa, jika ada permintaan tenaga mereka dan jika mereka mau berpartisipasi dalam aktivitas tersebut (Ningsih dan Abdullah, 2021).

Tenaga Kerja merupakan faktor yang penting dalam kegiatan produksi, karena pekerja inilah yang mengalokasikan dan

memanfaatkan faktor - faktor lain guna menghasilkan suatu output yang bermanfaat. Tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan baik di dalam maupun di luar hubungan kerja guna menghasilkan barang atau jasa guna memenuhi kebutuhan masyarakat. Syari'at Islam juga membahas dan memperhatikan kehidupan manusia dalam kapasitasnya sebagai “pekerja” dan tentunya memuat prinsip-prinsip dan aturan serta konsepsi tentang “kerja” dan ajaran untuk selalu “bekerja”.

Pemanfaatan tenaga kerja manusia dalam rangka mengefektifkan dan mengaktualisasikan fungsi kekhilafan dan sekaligus fungsinya sebagai pembangun, sangat dihargai oleh ajaran (syari'at Islam). Sehubungan dengan hal tersebut, manusia sebagai pekerja, mutlak memperhatikan kemungkinan-kemungkinan yang dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan melaksanakan aktivitasnya (Mashuri, dkk., 2019).

5. Jangkauan Pemasaran

Jangkauan dapat diartikan sebagai luas area tertentu atau luas persebaran data (hitoko,co.id, 2022). Sedangkan pemasaran adalah suatu sistem sosial yang didalamnya individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan proses dengan pihak lain (Ulyati, 2015).

Jadi, jangkauan pemasaran dapat diartikan sebagai area pangsa pasar yang dapat menjadi target penjualan produk dari suatu usaha. Sehingga, dalam sebuah usaha atau perdagangan hal ini menjadi salah satu cara penting untuk mengembangkan suatu usaha semakin luas. Semakin luas jangkauan pemasaran yang dilakukan, maka semakin luas pula angka penjualan.

6. Laba

a. Pengertian Laba

Secara umum, keuntungan adalah perbedaan antara pendapatan dan biaya selama periode waktu (periode). Laba bersih juga dapat didefinisikan sebagai selisih antara pendapatan dan beban ketika pendapatan melebihi beban (Tiswiyanti, dkk., 2018). Di sebagian besar masyarakat, istilah "manfaat" dan "keuntungan" mengacu pada hal yang sama: peningkatan kemakmuran. Dan segala hal yang terkait dengan pergeseran keuntungan dianggap sebagai keuntungan.

Makna laba yang diuraikan dalam penelitian Stephen et.al. (2021) merupakan keadaan sebagaimana organisasi memiliki kesempatan dalam mempengaruhi keputusan legislatif untuk menentukan kebijakan terkait peraturan yang mempengaruhi iklim usaha perusahaan tersebut (Setyowati dan Susanto, 2022).

b. Unsur-unsur Laba, antara lain :

1) Pendapatan

Pendapatan merupakan sebagai seluruh sejumlah uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu. Pendapatan terdiri dari upah atau penerimaan tenaga kerja, pendapatan dari kekayaan seperti : sewa, bunga, dividen serta pembayaran transfer atau penerimaan dari pemerintah seperti tunjangan sosial atau asuransi pengangguran.

2) Beban

Beban merupakan pengorbanan langsung dalam bentuk arus keluar atau berkurangnya asset perusahaan yang berhubungan dengan kegiatan usaha.

3) Biaya

Biaya dapat diartikan sebagai seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam kegiatan bisnisnya untuk menghasilkan suatu produk atau jasa.

4) Untung rugi

Dalam sebuah usaha atau bisnis terdapat untung atau rugi. Untung merupakan jika harga penjualan lebih dari harga pembelian. Sedangkan rugi adalah kebalikan untung, yakni harga penjualan kurang dari harga pembelian.

5) Penghasilan

Penghasilan merupakan akhir dari perhitungan, dimana jumlah uang yang diperoleh dalam jangka waktu tertentu kemudian telah dikurangi dengan biaya-biaya lainnya seperti beban usaha, dan lain-lain.

c. Jenis-jenis Laba :

1) Laba Kotor

Laba kotor merupakan penghasilan yang diperoleh dari kegiatan penjualan namun belum dikurangi dengan berbagai biaya seperti biaya pajak, gaji karyawan, bunga, atau beban lainnya.

2) Laba Usaha (Operasional)

Laba usaha adalah keuntungan yang didapat perusahaan. Keuntungan tersebut merupakan jumlah dari total pendapatan yang dikurangi dengan biaya produksi atau operasional yang dikeluarkan perusahaan.

3) Laba Bersih Sebelum Pajak

Laba bersih sebelum pajak merupakan jumlah keuntungan sebelum dikurangi dengan pajak penghasilan yang wajib dibayarkan oleh perusahaan sesuai dengan standar akuntansi keuangan. Singkatnya, laba sebelum pajak adalah total dari laba bersih yang belum dipotong pajak.

4) Laba Bersih

Laba bersih adalah keuntungan yang tersisa setelah dikurangi dengan semua biaya yang terkait dengan operasi bisnis, termasuk pajak. Laba bersih juga dapat dikatakan sebagai ukuran

keuntungan yang paling akurat karena telah memperhitungkan semua biaya yang terkait dengan operasi bisnis.

7. Aset

a. Pengertian Aset

Yang dimaksud dengan aset adalah kekayaan atau harta yang dimiliki oleh perusahaan baik pada periode atau saat tertentu dan berbentuk apa saja. Untuk dapat disebut sebagai asset, suatu objek harus memiliki manfaat ekonomi di masa yang akan datang dan sifatnya pasti. Asset dapat berupa uang atau kas yang memiliki manfaat sebagai daya tukar, selain itu juga terdapat barang atau jasa yang dapat digunakan untuk memproduksi barang atau jasa (Nurhayati dan Anwar, 2019).

Aset (*asset*) adalah barang yang dalam pengertian hukum disebut benda serta terdiri atas benda tidak bergerak dan benda bergerak, baik yang berwujud (*tangible*) maupun yang tidak berwujud (*intangible*), yang tercakup dalam aktiva/kekayaan atau harta kekayaan dari suatu instansi, organisasi, badan usaha, ataupun individu perorangan. Dengan demikian, aset merupakan sumber daya yang memiliki nilai ekonomi, komersial, tukar, atau nilai sosial dan dapat dimiliki atau dikuasai oleh pemerintah, masyarakat, perorangan, serta organisasi swasta.

b. Macam-macam Aset

Pada umumnya, Aset atau Aktiva dapat diklasifikasikan menjadi 3 (tiga) golongan utama yaitu pengklasifikasian Aset berdasarkan Konvertibilitas, Keberadaan Fisik dan Penggunaannya. Berikut ini adalah macam-macam Aset berdasarkan klasifikasinya :

1) Konvertibilitas

Yang dimaksud dengan Konvertibilitas dalam pengklasifikasian ini adalah kemudahan suatu aset untuk dapat ditukarkan menjadi uang tunai. Berdasarkan Konvertibilitas, Aset

atau Aktiva dapat dibagi menjadi dua jenis yaitu Aktiva Lancar dan Aktiva tidak lancar.

a) Aset Lancar

Aset Lancar atau Aktiva Lancar yang dalam bahasa Inggris disebut dengan Current Assets ini aset yang dapat dengan mudah dikonversikan menjadi kas (uang tunai) dan setara kas (biasanya dalam satu tahun). Aset lancar juga disebut aset likuid. Contoh : Kas, Surat berharga dan lain-lain

b) Aset tidak lancar atau Aktiva Tidak lancar (*Noncurrent Assets*)

Adalah aset yang tidak mudah dan Pengantar Manajemen Aset mudah dikonversi menjadi uang tunai dan setara kas. Aset tidak lancar juga disebut aset tetap, aset jangka panjang, atau aset keras.

2) Keberadaan Fisik

Berdasarkan Keberadaan Fisik, Aset dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu *Tangible Assets* (Aset Berwujud) dan *Intangible Assets* (Aset Tidak Berwujud).

a) Aset Berwujud

Aset berwujud atau *Tangible Assets* adalah aset yang memiliki keberadaan fisik (kita dapat menyentuh, merasakan, dan melihat). Contoh : tanah, bangunan, mesin, kas, peralatan dll.

b) Aset Tidak Berwujud

Aset tidak berwujud adalah aset yang tidak memiliki keberadaan fisik. Contoh hak paten, hak cipta, hak sewa dll.

3) Penggunaannya

Aset atau Aktiva juga dapat diklasifikasikan berdasarkan Penggunaannya. Berdasarkan penggunaan operasionalnya, aset diklasifikasikan sebagai aset operasi atau aset non-operasional.

a) Aset Operasi

Aset operasional adalah aset yang diperlukan dalam operasi bisnis sehari-hari. Dengan kata lain, aset operasi

digunakan untuk menghasilkan pendapatan. Contoh aset operasi meliputi: Kas, persediaan, bangunan, mesin dll.

b) Aset Non Operasi

Aset non-operasional adalah aset yang tidak diperlukan untuk operasi bisnis sehari-hari tetapi masih dapat menghasilkan pendapatan. Contoh aset non-operasional ini diantaranya seperti: Investasi jangka pendek, Surat berharga (Saham, Obligasi), Tanah kosong, Penghasilan bunga dari deposito tetap (Wahyuni, dkk., 2020).



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Untuk menemukan jawaban dari rumusan masalah yang ada, maka penulis memilih jenis penelitian yang tepat. Dan untuk jenis penelitian yang penulis gunakan adalah dengan melakukan penelitian lapangan (*Field Research*) yakni penelitian langsung dilapangan, kelompok atau lembaga yang menjadi obyek penelitian. Metode penelitian kualitatif merupakan metode yang berlandaskan pada suatu filsafat yakni filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti secara alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif dan hasil dari penelitian kualitatif ini lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2019 : 18)

Pendekatan yang dipilih dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Data yang diperoleh di lapangan dideskripsikan sesuai dengan fakta yang sesuai ada dilapangan dan disajikan dalam bentuk kata kata atau kalimat kemudian ditarik kesimpulan.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di pasar tradisional Kroya, dan dilakukan pada jam yang berbeda sesuai dengan kebutuhan penelitian. Dan penelitian ini dimulai dari Mei sampai Juni 2023.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Yang menjadi subjek pada penelitian ini adalah para pedagang pasar tradisional Kroya. Alasan memilih pedagang sebagai subjek penelitian ini adalah karena dari adanya tragedi kebakaran di Pasar Kroya yang mengakibatkan pedagang mengalami dampak yang serius. Oleh karena dalam penelitian ini ingin mengetahui lebih lanjut kinerja

usaha yang dilakukan oleh para pedagang untuk mencapai tingkat keberhasilan yang diinginkan.

2. Objek Penelitian

Sedangkan yang menjadi objek penelitian ini adalah kinerja usaha pedagang yang terdampak kebakaran.

D. Sumber Data

Langkah yang paling utama dalam suatu penelitian adalah dengan cara mengumpulkan data, karena pada dasarnya tujuan dari adanya penelitian itu sendiri adalah mendapatkan data dari para informan, yakni :

a) Data Primer

Data primer ini diperoleh dan dikumpulkan secara langsung oleh peneliti yaitu melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Dari ketiga cara untuk memperoleh data ini adalah dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi langsung terhadap para pedagang pasar Kroya.

Dari 420 pedagang yang ada di Pasar Kroya, penulis mengambil sampel kepada beberapa pedagang yang dalam usahanya mengalami penurunan atau peningkatan usaha dengan mempertimbangkan kinerja usaha yang dilakukan.

b) Data Sekunder

Data sekunder ini diperoleh dari kepustakaan seperti buku-buku, literatur, ataupun jurnal peneliti sebelumnya yang berkaitan dengan tingkat keberhasilan kinerja usaha pedagang tradisional.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis (Sugiyono, 2019 : 203). Peneliti akan menggunakan teknik ini di pasar tradisional Kroya.

2. Wawancara

Wawancara merupakan bertemunya dua orang antara peneliti dengan informan yang nantinya akan bertukar gagasan melalui tanya jawab (Sugiyono, 2019 : 304). Teknik ini peneliti gunakan untuk mendapatkan informasi dari beberapa informan yang dituju yakni para pedagang yang ada di pasar tradisional Kroya, Kabupaten Cilacap dengan cara melakukan wawancara langsung atau tanya jawab.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data-data berupa buku, arsip, dokumen, angka, tulisan atau pun gambar yang berupa laporan untuk mendukung penelitian. Adapun jenis dokumentasi yang peneliti perlukan adalah data mengenai tingkat keberhasilan kinerja usaha para pedagang pasar Kroya pasca tragedi kebakaran tahun 2021.

F. Teknik Analisis Data

Cara mencari data melalui wawancara, dokumentasi, dan catatan lapangan disebut teknik analisis data. Kemudian, atur secara sistematis dengan mengkategorikan data, mensintesisnya, memecahnya menjadi unit-unit, dan menyusunnya menjadi pola. Pilih mana yang akan dipelajari dan tarik kesimpulan agar Anda dan orang lain mudah memahaminya (Sugiyono, 2019 : 318). Miles dan Huberman menyatakan bahwa teknik analisis data model interaktif berikut dapat digunakan untuk menganalisis penelitian deskriptif kualitatif :

a. Reduksi Data

Proses pemilihan, penyederhanaan, dan pengabstraksian dari data yang terkumpul di lapangan dikenal dengan reduksi data (Sugiyono, 2019: 321). Reduksi data bertujuan untuk mengklasifikasikan, mempertajam, mengarahkan, menghilangkan informasi yang tidak perlu, dan mengelompokkannya sehingga dapat ditarik interpretasi. Peneliti benar-benar mencari data yang valid ketika mereduksi data.

Peneliti juga akan berkonsultasi dengan informan dan individu lain yang mungkin memiliki informasi tambahan tentang subjek ketika mereka mendapatkan data yang akurat dari proses pengumpulan data. Wawancara dengan berbagai informan tentang keberadaan department store dan kinerja bisnis pedagang pasar tradisional Kroya digunakan untuk meringkas pernyataan yang dibuat oleh peneliti. Untuk mengidentifikasi pola dari data yang dikumpulkan, peneliti akan mengumpulkan data yang mereka kumpulkan di lapangan.

b. Penyajian Data

Data adalah sekumpulan informasi yang memberi peluang untuk menarik kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajiannya dapat berupa uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya (Sugiyono, 2019 : 325). Dalam penelitian ini, penyajian data yang dihasilkan berbentuk deskripsi yang berisi informasi mengenai tingkat keberhasilan kinerja usaha pedagang pasar Kroya pasca tragedi kebakaran.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Penarikan kesimpulan awal Kesimpulan awal masih tentatif dan dapat berubah jika tidak ditemukan bukti kuat yang mendukungnya. Namun kesimpulan yang kredibel dapat ditarik jika kesimpulan awal tersebut didukung oleh bukti-bukti yang terkini dan valid ketika peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data (Sugiyono, 2016: 329).

G. Teknik Keabsahan Data

Validitas dievaluasi melalui triangulasi dalam penelitian ini. Triangulasi adalah proses membandingkan data dari sumber yang berbeda pada waktu yang berbeda dan dengan cara yang berbeda. Memanfaatkan teknik triangulasi sumber dalam penelitian ini. Data yang diperoleh dari berbagai sumber diperiksa sebagai bagian dari proses yang dikenal sebagai "triangulasi sumber".

Peneliti berupaya mengumpulkan data pada pusat informasi ketika berusaha memperoleh keabsahan data melalui triangulasi sumber. sebagai

cara untuk membandingkan data yang datang sebelumnya. Dengan membandingkan data dari berbagai sumber, triangulasi sumber menilai kebenaran data. Data yang diperoleh kemudian dideskripsikan dan dikategorikan menggunakan informasi mendalam dari berbagai sumber (Moleong, 2017).



BAB IV

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum

1. Sejarah Berdirinya Pasar Tradisional Kroya

Proses pembangunan pasar baru kroya, dimulai dengan surat pengajuan kerjasama oleh PT. Tridaya Makmur tertanggal 10 September 1997 dan mendapat tanggapan baik dari Bupati Cilacap saat itu Bapak Muhammad Supardi dengan surat tanggapan nomor 503/02816/ 28 tertanggal 28 September 1997. Dalam proses perjalannya PT. Tridaya Makmur dianggap tidak memenuhi persyaratan sehingga per tanggal 6 juni 2001 dilakukan pergantian bendera dari PT. Tridaya makmur ke PT. Tata Daerah Mandiri.

Melalui sejarah panjang dan proses terus bergulir, maka pada tanggal 16 januari 2002 disepakati perjanjian kerjasama antara Pemerintah Daerah Kabupaten Cilacap yang ditandatangani oleh Bupati Cilacap bapak H. Heri Tabri dan PT. Tata Daerah Mandiri. Namun tidak cukup sampai disitu, karena pedagang pun terus berjuang meski MOU perjanjian kerjasama antara Pemda Cilacap dengan PT. Tata Daerah Mandiri sudah ditandatangani namun pekerjaan proyek pembangunan pasar Kroya tetap belum bisa dilaksanakan sampai diselenggarakannya pilkada cilacap periode 2002-2007.

Pasar kroya merupakan pasar tradisional seperti pasar-pasar di kecamatan lainnya yang tumbuh berkembang secara alami dan bersifat konvensional yang saat itu beroperasi dalam kondisi waktu dan hari pasaran tertentu. Namun dengan perkembangan dan kemajuan zaman serta kebutuhan masyarakat yang tentu saja hal itu akan mengikuti perkembangan teknologi informasi maka lambat laun kemajuan dunia usiapun tidak bisa dihindari. 16 bulan setelah ditandatanganinya MOU tepatnya pada tanggal 28 April 2003, pt tata daerah mandiri baru bisa melaksanakan pembangunan yang ditandai dengan peletakan batu

pertama oleh Bupati Cilacap Bapak H. Probo Yulastoro Periode 2002-2007. Pasar Baru Kroya dibangun oleh Pt. Tata Daerah Mandiri selama 18 bulan dari mulai peletakan batu pertama pada 28 april 2003 sampai Oktober 2004 sesuai dengan progres kerjaan yang tercantum didalam perjanjian kerjasama pembangunan pasar kroya tertanggal 16 januari 2002 antara Pemerintah Daerah Kabupaten Cilacap dan Pt. Tata Daerah Mandiri dengan pelaksana kontraktornya oleh Pt. Pemuda Perindu Usaha dari Surabaya. Setelah selesainya pembangunan Pasar Kroya Cilacap yang menelan biaya kurang lebih 30 milyar maka tepat pada tanggal 28 oktober 2004 pasar baru kroya diresmikan oleh Gubernur Jawa Tengah bapak H. Mardianto yang didampingi oleh Bupati Cilacap H. Probo Yulastoro, Ketua DPRD Kabupaten Cilacap Bapak H. Fran Lukman beserta staff dan pejabat daerah serta developer kontraktor dan para undangan lainnya.

Pasar Kroya merupakan salah satu dari 32 pasar pemda di kabupaten cilacap dengan target pendapatan sebesar 310 juta pertahun sebelum terjadi musibah kebakaran. Pasar kroya ini berdiri diatas tanah milik Pemerintah Daerah Kabupaten Cilacap seluas kurang lebih 14.000 m2 dengan batas wilayah sebelah barat jalan raya, sebelah utara tanah pegadaian, sebelah timur tanah milik warga dan sebelah selatan tanah PT.KAI.

Pasar Kroya ini terletak di Jl. Ahmad Yani desa Bajing kecamatan Kroya Kabupaten Cilacap Provinsi Jawa Tengah. Letaknya yang cukup strategis berada di jalur jalan provinsi dekat jalur persimpangan transportasi kereta api bersebelahan dengan kantor pegadaian, perkantoran perbankan, dan lain sebagainya. Pasar Kroya ini dihuni kurang lebih 1300 pedagang. Jumlah yang cukup fantastis untuk sebuah pasar kecamatan, ini membuktikan bahwa pasar kroya sangat potensial untuk dikembangkan agar menjadi lebih produktif. Pada saat proses pembangunan pasar kroya, Pemerintah Daerah Kabupaten Cilacap menyediakan tempat untuk penampungan sementara pedagang

pasar kroya di desa Karangmangu Kecamatan Kroya Kabupaten Cilacap, tepatnya di lapangan desa Karangmangu dan Terminal Bus Kroya sampai selesainya pembangunan pasar baru kroya selama 18 bulan. Setelah beroperasinya pasar baru kroya di akhir tahun 2004 kurang lebih jalan 17 tahun musibah pun datang tepatnya hari kamis sore jam 17.00 tanggal 23 desember 2021 bencana musibah kebakaran hebat menimpa pasar baru kroya dan total mengalami kerugian kurang lebih 50 milyar.

2. Jenis Pedagang di Pasar Tradisional Kroya

Di Pasar Kroya banyak pedagang yang menjual barang dagangannya di kios-kios. Meskipun mengalami relokasi, namun para pedagang tetap berjualan meskipun ada beberapa bahkan lumayan banyak yang mengalami kerugian hingga akhirnya gulung tikar. Dari 600 lebih kios di pasar Kroya, hanya terdapat 355 kios yang terisi oleh para pedagang. Adapun jenis jualan dengan masing-masih jumlah pedagangnya adalah :

Tabel 4.1
Jumlah Pedagang Pasar Kroya di Tempat Relokasi Terminal Karangmangu

	Jenis Pedagang	Jumlah
1.	Sayuran	64
2.	Buah	39
3.	Sembako	52
4.	Pakaian	18
5.	Jajanan/makanan	76
6.	Mainan	13
7.	Perabotan	16
8.	Perhiasan	4
9.	Bumbu Dapur	20
10.	Ayam/daging	14
11.	Ikan	14
12.	Minyak	10
13.	Frozen Food	15
Total		355

Sumber : Dokumentasi Penelitian

Keterangan :

a. Pedagang Sayuran

Sebanyak 84 orang merupakan pedagang sayuran yang berjualan di Pasar Kroya. Para pedagang ini menjual berbagai jenis sayuran yang mana setiap harinya selalu dicari oleh masyarakat karena termasuk kedalam kebutuhan primer manusia dan termasuk kategori dengan permintaan tinggi setiap harinya.

b. Pedagang Buah

Pedagang buah menjual berbagai macam buah-buahan seperti apel, jeruk, semangka dan lainnya dimana buah menjadi salah satu makanan menyehatkan yang banyak dicari juga oleh masyarakat selain sayuran.

c. Pedagang Sembako

Selain sayur dan buah, terdapat penjual sembako yang notabnya sebagai pedagang yang banyak dicari oleh masyarakat juga. Karena sembako ini juga termasuk kebutuhan primer manusia, terlebih sangat membantu untuk para pedagang jajanan/makanan yang bahan pokoknya seperti menggunakan tepung beras, telur, dan lainnya.

d. Pedagang Pakaian

Pakaian juga termasuk kebutuhan primer manusia karena pakaian termasuk dalam kategori pelindung tubuh dari sengatan matahari, cuaca dingin dan menutupi bagian tertentu yang bersifat privat.

e. Pedagang Jajanan/Makanan

Merupakan kebutuhan sekunder manusia yang dalam artian hasrat itu muncul untuk mengkonsumsinya setelah kebutuhan utama/makanan pokok sudah terpenuhi.

f. Pedagang Mainan

Mainan merupakan kebutuhan sekunder yang hanya dibeli ketika ada keinginan untuk membelinya, contohnya untuk melengkapi masa kecil anak-anak.

g. Perabotan

Perabotan juga termasuk kategori kebutuhan sekunder manusia yang akan dipenuhi setelah kebutuhan primer sudah terpenuhi.

h. Perhiasan

Perhiasan merupakan kebutuhan tersier, yang mana kebutuhannya identic dengan barang-barang mewah dengan tujuan hanya untuk kepuasan atau kesenangan pribadi.

i. Bumbu Dapur

Pedagang bumbu dapur biasanya menjual berbagai macam rempah dengan tujuan untuk melengkapi bahan pangannya.

j. Daging/Ayam

Pedagang daging atau ayam menjualnya untuk memenuhi kebutuhan manusia khususnya sebagai pelengkap protein hewani.

k. Ikan

Ikan juga termasuk kedalam bahan pangan hewani yang menjadi sumber protein serta memiliki kandungan nutrisi yang sangat kaya. Sehingga masyarakat juga banyak yang mencari ikan untuk kebutuhan proteinnya.

l. Minyak

Minyak goreng berguna sebagai kebutuhan pokok manusia yang berfungsi sebagai media penggorengan untuk mengolah bahan-bahan makanan.

m. Frozen Food

Frozen food dapat dikatakan sebagai makanan yang dalam pengawetannya merubah seluruh kandungan air menjadi es. Frozen

food juga banyak dicari oleh masyarakat karena mudah dan praktis untuk dimakan.

B. Analisis Tingkat Keberhasilan Kinerja Usaha Pedagang Pasar Kroya Pasca Tragedi Kebakaran Tahun 2021

Pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli dan dapat dikatakan sebagai sekumpulan orang yang memiliki keinginan untuk memenuhi kebutuhan, kemudian uang untuk belanja serta terdapat kemauan untuk belanja. Pasar juga sebagai lembaga yang mengelola komunikasi dan interaksi antara penjual dan pembeli dengan tujuan untuk melakukan transaksi pertukaran barang, jasa, ekonomi, dan uang yang hasilnya transaksi dapat disampaikan di lain waktu berdasarkan harga yang ditetapkan.

Dalam ilmu ekonomi, pengertian pasar tidak hanya terbatas pada bertemunya penjual dan pembeli saja. Akan tetapi, pasar memiliki pengertian yang lebih luas, yakni mencakup permintaan dan penawaran dan seluruh kontak antara penjual dan pembeli untuk mempertukarkan barang dan jasa.

Terpenuhinya kebutuhan dasar manusia merupakan salah satu faktor penentu seseorang dalam memenuhi kesejahteraannya. Usaha pemenuhan kebutuhan dasar manusia tidak pernah berhenti. Hal itu disebabkan oleh adanya kebutuhan prioritas yang meliputi sandang, pangan dan papan. Oleh karena itu, kebutuhan manusia ini dibantu oleh adanya pasar tradisional.

Pasar tradisional adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli dengan adanya transaksi secara langsung dan biasanya ada proses tawar menawar. Biasanya, bangunan pasar terdiri dari anjungan terbuka yang disediakan oleh penjual atau pengelola pasar selain kios atau gerai. Pasar tradisional terutama menjual bahan makanan, buah-buahan, sayuran, telur, daging, pakaian, barang, elektronik, jasa, dan kebutuhan sehari-hari lainnya. Seperti pasar tradisional Kroya ini, sampai sekarang pasar Kroya

ini masih menjadi salah satu pasar yang digemari oleh masyarakat meskipun pernah mengalami musibah kebakaran di tahun 2021 silam.

Namun, adanya tragedi kebakaran yang terjadi pada tanggal 23 Desember 2021 ini menyebabkan banyak kerugian yang dialami oleh para pedagang. Khususnya para pedagang yang meninggalkan barang dagangannya di kios pasar. Meskipun menyebabkan banyak kerugian dan banyak yang gulung tikar atas tragedi kebakaran ini, namun tidak sedikit pedagang yang mau bangkit dan melanjutkan usahanya dengan melakukan berbagai cara. Pemerintah Daerah Cilacap melakukan upaya untuk tetap mendukung para pedagang pasar Kroya ini yakni dengan cara memberikan fasilitas dengan cara mendirikan relokasi pasar Kroya di Terminal Karangmangu.

Meskipun dalam relokasi ini dianggarkan sebanyak 1 Milyar, namun untuk mendirikan sebanyak lebih dari 500 kios tentu sangat kurang dan hanya kios sederhana yang dibangun. Oleh karenanya, banyak pedagang yang mengorbankan segala upaya untuk menciptakan lokasi usaha yang nyaman dan baik. Segala usaha dan cara dilakukan oleh para pedagang, demi meningkatkan keberhasilan usahanya agar kerugian yang telah dialami dapat pulih dan meningkat seiring berjalannya waktu meskipun dengan suasana pasar yang berbeda. Diantara kinerja usaha para pedagang untuk meningkatkan keberhasilan usahanya pasca tragedi kebakaran dan relokasi pasar ini antara lain adalah :

1. Penjualan

Seperti yang dilakukan oleh para pedagang di Pasar Kroya, penjualan menjadi hal yang sangat diperhatikan untuk dapat meningkatkan keberhasilan usahanya.

Cara yang dilakukan oleh para pedagang untuk meningkatkan penjualannya yaitu dengan cara memberikan promo atau diskon, sehingga dapat menambah pembeli. Meskipun tidak sedikit pedagang yang mengalami kerugian, namun banyak pedagang yang mengatakan bahwa cara ini lebih efektif untuk meningkatkan penjualannya.

Setidaknya tetap ada pemasukan setiap harinya meskipun pemasukan yang seharusnya diperoleh dari hasil jualan itu banyak, dan ini hanya setengahnya namun tidak membuat pedagang menyerah akan usahanya itu.

2. Pendapatan

Dalam usaha para pedagang Pasar Kroya untuk mencapai tingkat keberhasilan yang diinginkan ini, banyak cara untuk meningkatkan melalui kinerja yang dilakukan. Meskipun hampir rata-rata para pedagang melakukan cara yang sama, yakni dengan melakukan promosi atau diskon namun perolehan pendapatan yang diterima pedagang itu berbeda-beda. Seperti yang terjadi oleh pedagang cabai (Bapak Ronal) dan pakaian (Ibu Rodiyah), mereka mengatakan bahwa pendapatan yang diperoleh mengalami kenaikan pasca tragedi kebakaran dan setelah adanya relokasi pasar, meskipun jumlah pendapatan tidak pasti namun selalu mengalami peningkatan. Mengapa mengalami kenaikan pada pendapatan pasca tragedi kebakaran itu karena banyak yang gulung tikar dan pesaing menjadi berkurang. Tidak hanya itu, lokasi usaha/kios juga persis di pinggir jalan sehingga memudahkan pelanggan untuk melakukan pembelian.

Namun berbeda dengan Bapak Taufik, yang jenis jualannya sama dengan Ibu Rodiyah yakni pakaian. Akan tetapi, untuk pendapatan yang diperoleh mengalami penurunan. Menurutnya, hal ini sangat disayangkan karena setelah tragedi kebakaran itu dagangannya habis terbakar dan untuk memulihkan usahanya lagi hanya bermodalkan tabungan yang terbatas dan stok barang sedikit. Sehingga pendapatannya mengalami penurunan.

3. Modal

Seperti yang dilakukan oleh para pedagang di Pasar Kroya ini, modal menjadi salah satu unsur yang mempengaruhi tingkat keberhasilan usahanya. Meskipun banyak yang mengalami kerugian pasca tragedi kebakaran dan setelah dilakukan relokasi pasar, namun

pedagang tidak berhenti berusaha untuk tetap melanjutkan usahanya meskipun dengan modal yang terbatas. Rata-rata para pedagang dalam menjalani usaha pasca tragedi kebakaran ini adalah dengan cara menjual aset yang mereka miliki. Namun beberapa juga mulai usahanya kembali dengan cara melakukan pinjaman modal ke bank, karena dirasa sudah tidak ada lagi aset yang bisa dijual dan barang dagangan yang habis terbakar itu menjadikan modal usahanya juga menipis.

Namun, tidak sedikit pedagang yang mengalami kerugian meskipun kerugiannya tidak terlalu besar karena jenis barang dagangannya itu bisa dibawa pulang dan tidak ditinggal di kios. Namun modal yang mereka miliki justru hanya dari hasil penjualannya, sehingga ketika pindah di tempat relokasi harus mulai dari awal lagi untuk membangkitkan usahanya dengan modal yang terbatas.

4. Tenaga Kerja

Di pasar Kroya sendiri rata-rata pedagang memberikan layanan kepada konsumen itu melalui tenaganya sendiri, yakni milik pribadi yang dikelola pribadi juga seperti pedagang sayuran, bumbu dapur dan jajanan/makanan ringan. Sehingga dalam melakukan pelayanan terhadap konsumen, kebanyakan sama dari sebelum adanya tragedi kebakaran. Yakni memberikan dampingan terhadap konsumen seperti menanyakan apa saja yang dibutuhkan.

Selain itu, juga tidak sedikit pedagang yang memiliki karyawan/tenaga kerja untuk membantu memasarkan usaha jualannya. Namun, adanya tragedi kebakaran menyebabkan kerugian yang lumayan besar sehingga beberapa pedagang memilih untuk mengurangi jam kerja karyawan dan mengurus usahanya dengan cara bergantian (*shifting*). Karena jika dilakukan dengan cara ini maka gaji/upah yang diberikan hanya setengahnya, karena jam kerjanya berubah.

Namun terdapat pedagang yang justru setelah adanya tragedi kebakaran dan relokasi ini malah menambah karyawan/tenaga kerja. Seperti yang dilakukan oleh Ibu Rodiyah pedagang pakaian, yang

menambah jumlah karyawan untuk meningkatkan usahanya meski pada saat kebakaran barang dagangannya habis dimakan api. Akan tetapi, beliau percaya bahwa apapun harus disyukuri dan dengan penambahan karyawan ini lah sehingga dapat dikatakan bahwa Ibu Rodiyah memiliki kinerja usaha yang maksimal.

5. Jangkauan Pemasaran

Para pedagang pasar Kroya dalam melakukan jangkauan pemasaran itu mayoritas adalah karena tidak disengaja. Dalam artian, adanya perluasan jangkauan pemasaran ini diakibatkan oleh adanya tragedi kebakaran yang menyebabkan berpindahnya kios/pasar Kroya ke terminal Karangmangu. Sehingga, konsumen yang berkunjung yang tadinya hanya dari Kroya, sekarang bertambah dari masyarakat sekitar Karangmangu. Terdapat peningkatan konsumen karena, seperti yang dekat dengan pasar relokasi awalnya jarang belanja karena pasarnya jauh, sekarang banyak yang melakukan pembelian di pasar relokasi Kroya ini karena menurut pedagang, mereka berbelanja karena jaraknya yang dekat dengan rumah dan tidak menghabiskan banyak waktu serta tenaga.

Selain karena butuh, konsumen baru dari sekitar Karangmangu juga mempertimbangkan dalam melakukan pembelian di pasar Kroya yang sudah di relokasi ini. Karena menurut Ruben, salah seorang pedagang di Pasar Kroya menyebutkan bahwa alasan konsumen melakukan pembelian di Pasar Kroya karena harga yang relatif murah dan dapat dikatakan apapun kebutuhan masyarakat itu semua ada di Pasar Kroya.

6. Laba

Seperti yang terjadi oleh para pedagang di Pasar Kroya, beberapa pedagang yang mengalami kenaikan pasca tragedi kebakaran dan relokasi itu mengatakan bahwa laba yang diperoleh justru mengalami peningkatan. Mereka berpendapat bahwa untung yang diperoleh menjadi lebih banyak setelah adanya relokasi. Karena yang

menjadi faktor utama dalam meningkatkan laba disebabkan oleh para pesaing yang tidak bisa berjualan kembali dan gulung tikar. Selain itu ada yang berpendapat bahwa labanya meningkat karena setelah adanya relokasi, tempat usaha jualannya menjadi lebih mudah terutama dalam akses jalan. Sehingga lebih mudah terlihat oleh konsumen, dan cenderung menjadi tempat yang banyak diminati oleh masyarakat karena kemudahan tersebut.

Namun dari beberapa pedagang yang mengalami peningkatan laba, ternyata banyak pedagang yang mayoritas mengalami penurunan laba akibat terjadinya tragedi kebakaran dan adanya relokasi ini. Laba yang diperoleh pedagang sangat turun drastis, karena adanya kebakaran menyebabkan barang dagangan yang ada di kios habis terbakar. Selain itu, modal yang dimiliki juga terbatas sehingga untuk barang dagangan yang dijual tidak lengkap. Dengan jumlah penjualan yang berbeda inilah menyebabkan laba yang diperoleh mengalami penurunan.

7. Aset

Seperti yang dialami oleh para pedagang pasar Kroya yang mengalami berbagai dampak dari adanya tragedi kebakaran ini menyebabkan banyak pedagang yang menjual aset atau barang berharga miliknya untuk kembali menjadi modal jualan mereka. Seperti yang dilakukan oleh Bapak Taufik dan Ibu Rodiyah, mereka menjual mobil pribadinya untuk tambahan modal jualan mereka. Mereka berpendapat bahwa dengan tidak melakukan pinjaman modal ke pihak luar maka hasil jualan mereka menjadi lebih berkesan dan memiliki kepuasan tersendiri. Adapun hal lain yang menjadi pertimbangan bahwa ketika memperoleh modal sendiri dengan mengorbankan aset yang dimilikinya itu akan mengurangi beban pikiran jika harus membayar hutang pinjaman setiap bulannya. Namun berbeda dengan pedagang lain yang memiliki modal dengan cara pinjam terhadap bank, karena sudah tidak ada aset yang dimiliki.

Selain itu, beberapa pedagang justru setelah adanya tragedi kebakaran dan relokasi ini ternyata dapat menambah aset mereka. Dengan memiliki penjualan dan pendapatan serta laba yang meningkat inilah sehingga dapat menyebabkan mereka bisa menambah aset untuk menunjang keberhasilan usahanya.

Usaha yang dilakukan oleh para pedagang pasar Kroya itu tidak berhenti di kinerja yang dilakukan seperti penjelasan di atas yakni penjualan, pendapatan, modal, tenaga kerja, jangkauan pemasaran, laba dan juga aset. Meskipun demikian, para pedagang terus berupaya untuk bersama-sama melakukan cara agar pembangunan pasar Kroya yang saat ini belum ada tindak lanjut pasca tragedi kebakaran tahun 2021 lalu.

Para pedagang melakukan upaya demi terbangunnya kembali pasar induk Kroya yang sampai saat ini masih terbengkalai dengan cara berkumpul dan bersatu untuk menyatukan tekad yaitu meminta kepada Johan Sarijo selaku pengembang PT. Tata Daerah Mandiri (TDM) agar pembangunan pasar diserahkan kepada Pemerintah Cilacap. Pedagang meminta kepada Johan Sarijo sebagai pengembang PT. Tata Daerah Mandiri (TDM) agar pembangunan pasar diserahkan sepenuhnya kepada pemerintah agar pemerintah tidak terhalang untuk membangun Pasar Induk Kroya pasca kebakaran. Dalam pertemuan ratusan pedagang di Pasar Karangmangu, Desa Karangmangu Kecamatan Kroya tampak hadir Suprijatno sebagai Kepala Pasar Kroya dan beberapa orang perwakilan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) Gerakan Masyarakat Bawah Indonesia (GMBI) Distrik Cilacap salah sekretaris LSM GMBI.

Salah satu pedagang mengatakan bahwa saat ini para pedagang yang ada di pasar Kroya sudah lebih kompak dan bersama-sama menyatukan tekad dan persepsinya untuk menyuarakan apa yang menjadi keluhan para pedagang saat ini. Pasalnya, banyak pedagang yang mengalami kerugian pasca tragedi kebakaran namun sampai sekarang masih belum ada tindak lanjut mengenai pembangunan pasar Kroya itu. Salah satu pedagang juga mengatakan bahwa jika para pedagang memiliki

pemikiran yang sama maka tidak ada yang tidak mungkin bisa tercapai, karena sebuah bentuk perjuangan dengan cara bersatu pasti akan tercapai. Berikut dokumentasi aksi para pedagang dalam upaya memperjuangkan hak mereka pada Selasa, 19 Juli 2022 :

Gambar 4.1
Aksi Pedagang Pasar Kroya



Sumber : citranewsindonesia.com

LSM GMBI yang sampai saat ini setia mendampingi para pedagang pasar Kroya itu melakukan upaya untuk terus mendukung pedagang Pasar Kroya dari mulai mengklarifikasi kepada pengusaha PT Tata Daerah Mandiri hingga permintaan audeinsi kepada pemerintah Kabupaten Cilacap dan hal itu berjalan dengan baik.

Karena pasar Induk Kroya dikelola oleh pihak ketiga yakni PT Tata Daerah Mandiri dengan HGB 30 tahun dan saat terjadi kebakaran baru 20 tahun, maka dalam melakukan upaya pembangunan pasar Induk Kroya sampai saat ini Pemerintah Daerah belum mempunyai kewenangan secara resmi. Padahal Pemerintah Daerah sudah memiliki anggaran khusus untuk pembangunan Pasar Induk Kroya tersebut, namun karena PT Tata Daerah Mandiri belum mengembalikan HGB Pasar Kroya ke Pemerintah Daerah maka pemerintah belum memiliki kekuatan hukum untuk kecepatan pembangunan. Namun para pedagang dan LSM GMBI terus

berupaya mendorong PT Tata Daerah Mandiri untuk segera melakukan tindakan dengan cara mengembalikan pasar Induk Kroya ini ke Pemerintah Daerah Kabupaten Cilacap (citranewsindonesia.com, 2022).

Para pedagang sangat menyayangkan ketidakjelasan pembangunan pasar Induk Kroya ini. Karena banyak harapan pedagang yang tidak kunjung terlaksana. Setelah adanya kebakaran sampai saat ini pedagang merasa bahwa adanya relokasi pasar yang ada di Terminal Karangmangu itu disediakan untuk pedagang namun sangat tidak layak untuk berjualan karena sempit, susah untuk berjualan, sepi pengunjung dan memberatkan bagi mayoritas pedagang. Karena jika ingin mendapati tempat yang lebih luas, nyaman dan layak untuk berjualan itu harga sewanya sangat tinggi. Padahal pasar merupakan tempat untuk memulihkan keadaan ekonomi masyarakat. Berikut kondisi terkini dari pasar Induk Kroya :

Gambar 4.2
Suasana Pasar Kroya Pasca Tragedi Kebakaran



Sumber : Dokumentasi Penelitian

Banyak upaya dan usaha yang dilakukan para pedagang, bahkan para pedagang sudah menyuarakan suaranya langsung kepada Gubernur Jawa Tengah yakni Bapak Ganjar Pranowo pada bulan September 2022 yang disaksikan langsung oleh Sekretaris Daerah Kabupaten Cilacap yakni

Bapak Awalludin Murri dan Asisten II Bapak Wijaya serta masyarakat luas. Gubernur mengatakan bahwa Pemerintah Kabupaten diminta untuk memutus kerjasama dengan PT Tata Daerah Mandiri, lalu Pemerintah Kabupaten membangun pasar. Karena Pemerintah Provinsi Jawa Tengah siap mengawal dan membantu pembiayaan atas pembangunan pasar. Dan Gubernur mengatakan bahwa target untuk pelaksanaan pembangunan pasar Kroya ini adalah di bulan November 2022 sudah terlaksana. Namun pada kenyataannya sampai di tahun 2023 ini segala harapan dan upaya para pedagang belum kunjung terlaksana (laporgub.jatengprov.go.id, 2023).

Seiring berjalannya waktu beredar bahwa PT Tata Daerah Mandiri yang kedudukannya sebagai pemegang hak pengelolaan Pasar Induk Kroya ini telah digugat oleh Pemerintah Kabupaten Cilacap ke Pengadilan Negeri Cilacap. Hal ini ternyata dibenarkan oleh Assisten I Sekretaris Bidang Perekonomian dan Pembangunan, yakni M Wijaya pada 20 Maret 2023. Mendengar kabar tersebut, para pedagang pasar Kroya sangat antusias dan berharap bahwa langkah yang diambil oleh Pemerintah Kabupaten Cilacap dalam memperjuangkan nasib dan hak-hak para pedagang pasar Kroya merupakan langkah serius. Para pedagang juga mengadakan audiensi kembali dengan LSM GMBI guna menindaklanjuti langkah yang diambil Pemerintah Kabupaten Cilacap ini dan demi kesejahteraan para pedagang Pasar Kroya (suaraindonesia.co.id, 2023).

Namun faktanya, gugatan yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Cilacap terhadap PT Tata Daerah Mandiri ini selalu berujung mediasi. Sampai akhirnya di tanggal 08 Juni 2023 ini para pedagang berharap dihari itu adalah mediasi yang terakhir dan dapat menemukan titik terang. Salah satu perwakilan dari Bakul Kroya Bersatu (BKB) menyampaikan bahwa alasan Pemerintah Kabupaten Cilacap melakukan gugatan terhadap PT Tata Daerah Mandiri itu karena desakan dan dorongan para pedagang yang bergabung di BKB dan statusnya sudah berbadan hukum.

Alasan utama PT Tata Daerah Mandiri sampai saat ini belum melakukan pembangunan pasar Induk Kroya adalah karena tidak punya uang dan yang kedua PT Tata Daerah Mandiri tuding pemerintah Cilacap yang membangun Pasar Kroya. BKB bersama LSM GMBI Cilacap minta ke pemerintah untuk membangun pasar, jawab pemerintah tidak bisa karena masih tanggung jawab PT Tata Daerah Mandiri. Adanya gugatan Pemerintah Kabupaten Cilacap ini adalah guna terdapat kejelasan hukum terkait pembangunan pasar, namun sekarang hanya mediasi untuk kesekian kalinya. Perwakilan BKB menyatakan bahwa para pedagang berharap mediasi itu adalah mediasi yang terakhir. Namun jika Pemerintah Kabupaten dan PT Tata Daerah Mandiri belum mencapai mufakat damai maka pengadilan harus membawa materi gugatan ke sidang. Para pedagang ini merasa bahwa jika yang dilakukan adalah hanya mediasi secara terus menerus, maka itu dianggap sebagai skenario untuk mengulur-ulur waktu. Dan jika masih bertele-tele dalam mediasi, para pedagang akan pergi ke Jakarta untuk menemui Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) dan mereka sudah siap menerima para pedagang yang tergabung di BKB itu.

Namun terdapat hal tak terduga bahwa penyerahan sertifikat HGB Pasar Kroya ke pemerintah Cilacap dan pembayaran temuan BPK sebesar Rp. 600 Juta terancam batal. Terancam batalnya penyerahan sertifikat HGB Pasar Kroya ke pemerintah dan pembayaran temuan BPK disampaikan oleh pihak PT Tata Daerah Mandiri pada saat media ini mengkonfirmasi terkait mediasi yang akan kembali digelar di pengadilan tanggal 8 Juni 2023. Hal itu dapat terjadi karena jika pemerintah tidak memenuhi permintaan PT Tata Daerah Mandiri. Bentuk permintaan dari PT Tata Daerah Mandiri ini adalah lahan parkir biar dikelola PT. Tata Daerah Mandiri sesuai surat perjanjian kontrak yang dibuat pada tahun 2013 silam selama 3 tahun dan itu ada cap Pemerintah Cilacap, yang artinya ini berkekuatan hukum.

Lembaga Swadaya Masyarakat Gerakan Masyarakat Bawah Indonesia Kab. Cilacap mengharapkan mediasi tanggal 08 Juni 2023 antara Pemkab dengan PT Tata Daerah Mandiri di pengadilan itu adalah yang terakhir. Ketua Distrik LSM GMBI Cilacap melalui Bangun selaku sekretaris mengungkapkan, mediasi di pengadilan antara Pemkab dengan PT. TDM harusnya terakhir karena PT Tata Daerah Mandiri sudah siap menyerahkan HGB, dan membayar uang retribusi temuan BPK. Akan tetapi, diperalangan ada Perda bahwa lahan parkir itu dilelang, hal itu Pemkab dan PT Tata Daerah Mandiri belum menemukan rumus perdamaian sehingga Majelis Hakim mediator memperpanjang waktu mediasi selama dua minggu. Namun jika dari mediasi 08 Juni 2023 itu belum terdapat hasil mediasi yang diharapkan para pedagang, maka LSM dan BKB akan segera memutuskan langkah apa yang harus dilakukan.

Mengapa sampai saat ini para pedagang terus melakukan upaya terhadap hak akan kesejahteraan mereka, itu karena sampai saat ini nasib para pedagang belum tau akan dibawa kemana dan sampai kapan akan tetap berada di pasar relokasi yang bertempat di Terminal Karangmangu ini. Pasalnya, para pedagang mayoritas mengalami penurunan pendapatan dan memiliki keterbatasan modal untuk meningkatkan usahanya. Meskipun telah melakukan berbagai usaha untuk meningkatkan keberhasilan dari masing-masing pedagang namun upaya yang telah dilakukan belum sepenuhnya berhasil.

Oleh karena itu, besar harapan masyarakat kepada Pemerintah Kabupaten Cilacap untuk dapat mengatasi permasalahan yang tidak kunjung reda dan belum menemukan solusi ini.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat uraian dari setiap indikator. Penelitian ini memperoleh hasil bahwa mayoritas pedagang mengalami banyak kerugian pasca adanya tragedi kebakaran dan relokasi ini. Namun, pedagang tetap mengupayakan dan mengusahakan agar usahanya tetap bertahan dan mengalami peningkatan. Hal ini dapat

diketahui dengan menggunakan metode wawancara untuk mengetahui tingkat keberhasilan usaha para pedagang.

Dari hasil penelitian menyebutkan bahwa penjualan di pasar Kroya pasca tragedi kebakaran dan mengakibatkan direlokasinya pasar Kroya ke Terminal Karangmangu menjadikan banyak pedagang yang mengalami penurunan penjualan, pada penjualan itu sendiri menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat keberhasilan pedagang. Hal ini juga didukung oleh hasil wawancara kepada para pedagang mengenai penjualan yang dilakukan, yakni dengan menggunakan berbagai cara agar penjualannya dapat meningkat salah satunya adalah dengan cara memberi diskon/promo. Dengan adanya diskon atau promo ini maka produk yang dijual oleh pedagang dapat mengalami kenaikan penjualan, apalagi setelah adanya tragedi kebakaran menyebabkan pedagang banyak yang melakukan berbagai cara agar usahanya tidak mengalami penurunan drastis.

Hasil dari penelitian ini sesuai dengan Teori Perilaku Perencanaan atau yang disebut dengan *Theory Planned of Behavior*. Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa setiap pedagang dapat melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan keberhasilan kinerja usahanya. Oleh karena itu, dalam penelitian ini indikator penjualan merupakan operasionalisasi dari sikap (*attitude*) pada TPB. Sesuai dengan teori perilaku perencanaan (*Theory Planned of Behavior* atau TPB), konsumen yang memiliki sikap yang baik akan menentukan perilaku. Sedangkan dalam penelitian ini, sikap positif atau sikap yang baik merupakan persepsi dari adanya usaha penjualan yang dilakukan oleh para pedagang.

Selain indikator penjualan yang dalam Teori Perilaku Perencanaan masuk dalam kategori sikap, adapun indikator lainnya yang masuk kedalam kategori norma subyektif. Yakni indikator tenaga kerja dan jangkauan pemasaran. Dari hasil penelitian menyebutkan bahwa mayoritas tenaga kerja di Pasar Kroya mengalami penurunan atau banyak yang melakukan pengurangan tenaga kerja/karyawan. Hal ini diakibatkan karena banyaknya kerugian yang dialami oleh pedagang pasca kebakaran

sehingga mempengaruhi jumlah karyawan/tenaga kerja. Namun, untuk meningkatkan keberhasilan kinerja usahanya ini para pedagang melakukan berbagai upaya dengan meningkatkan kualitas pelayanan tenaga kerjanya. Bahkan tidak sedikit pedagang yang setelah kejadian kebakaran ini mengalami peningkatan tenaga kerja meskipun usahanya harus dimulai dari awal karena barangnya habis terbakar.

Selain tenaga kerja, jangkauan pemasaran juga menjadi salah satu indikator yang dapat meningkatkan keberhasilan kinerja para pedagang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya relokasi ini justru terdapat dampak positif yang diambil. Diantaranya pedagang dapat meningkatkan kinerjanya dengan cara melakukan berbagai promosi di pasar kepada pelanggan/konsumen baru yang berkunjung. Sehingga semakin lama banyak konsumen yang mengetahui produk yang dijual pedagang di pasar relokasi. Sehingga jangkauan pemasarannya akan menjadi lebih luas dan konsumen akan semakin meningkat karena bertambahnya pelanggan.

Hasil dari penelitian ini sesuai dengan Teori Perilaku Perencanaan atau yang disebut dengan *Theory Planned of Behavior*. Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa setiap pedagang dapat melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan keberhasilan kinerja usahanya. Oleh karena itu, dalam penelitian ini indikator tenaga kerja dan jangkauan pemasaran merupakan operasionalisasi dari norma subyektif pada TPB. Sesuai dengan TPB ini, orang yang memiliki norma yang baik akan menentukan perilaku. Dan dalam penelitian ini, pedagang yang dapat meningkatkan kualitas tenaga kerjanya dan memperluas jangkauan pemasarannya maka tentu ditentukan oleh norma subyektif yang dimiliki para pedagang. Sesuai dengan teori perilaku perencanaan (*Theory Planned of Behavior* atau TPB), pedagang yang memiliki karakter yang kuat akan menentukan perilaku. Sedangkan dalam penelitian ini, norma subyektif yang dimiliki pedagang merupakan persepsi dari adanya peningkatan tenaga kerja dan memperluas jangkauan pemasaran yang dilakukan oleh para pedagang yang akan mempengaruhi keberhasilan kinerja usaha pedagang.

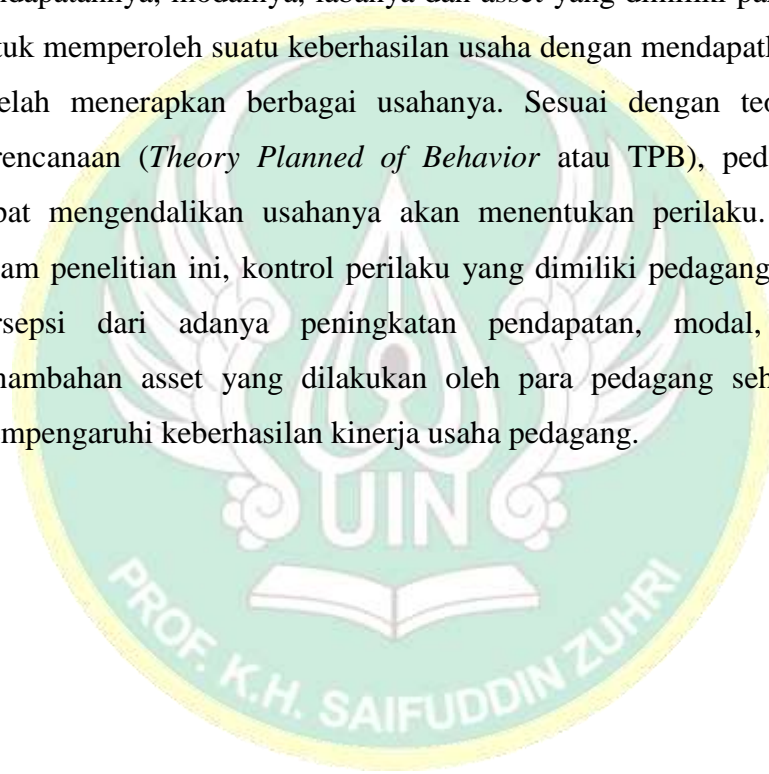
Kemudian selain sikap dan norma subyektif yang ada di Teori Perilaku Perencanaan atau TPB, adapun indikator lainnya yang masuk kategori kontrol perilaku ini adalah pendapatan, modal, laba dan asset yang mana dapat menjadi faktor untuk mempengaruhi keberhasilan kinerja usaha pedagang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk indikator pendapatan, meskipun mayoritas mengalami penurunan namun pedagang selalu mencari cara agar dapat memulihkan pendapatannya yakni dengan memberikan promo atau diskon kepada pelanggan. Selain itu, yang mempengaruhi peningkatan pendapatan adalah karena setelah ada relokasi pasar maka akses menuju kios semakin mudah dan lebih strategis sehingga banyak konsumen yang melakukan pembelian.

Selanjutnya adalah modal, untuk mengukur tingkat keberhasilan kinerja usaha pedagang adalah dengan menambah modal untuk meningkatkan usahanya. Pedagang melakukan berbagai cara agar modal usahanya kembali pulih dan meningkat yakni dengan melakukan pinjaman ke pihak eksternal seperti bank, koperasi dan layanan keuangan lainnya. Dengan cara ini pedagang mampu meningkatkan usahanya kembali pasca tragedi kebakaran tahun 2021 silam.

Kemudian indikator selanjutnya adalah laba. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pedagang mengalami peningkatan laba pasca tragedi kebakaran dan pasar berpindah ke tempat relokasi. Hal ini disebabkan karena banyaknya pesaing dengan jenis yang sama mengalami kerugian besar hingga akhirnya gulung tikar dan letak kios yang lebih strategis sehingga memudahkan pelanggan dalam melakukan pembelian.

Selanjutnya adalah asset. Hasil penelitian menunjukkan bahwa asset pedagang banyak yang mengalami pengurangan asset karena kurangnya modal sehingga asset pribadi seperti mobil harus dijual untuk penambahan modal usaha. Namun dari menjualnya asset pribadi tersebut justru meningkatkan asset penjualan karena dapat menambah mesin-mesin seperti timbangan baru atau kios yang lebih memadai.

Hasil dari penelitian ini sesuai dengan Teori Perilaku Perencanaan atau yang disebut dengan *Theory Planned of Behavior*. Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa setiap pedagang dapat melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan keberhasilan kinerja usahanya. Oleh karena itu, dalam penelitian ini indikator pendapatan, modal, laba dan aset merupakan operasionalisasi dari kontrol perilaku pada TPB. Sesuai dengan TPB ini, orang yang memiliki kontrol perilaku yang baik akan menentukan perilaku. Dan dalam penelitian ini, pedagang yang dapat mengendalikan pendapatannya, modalnya, labanya dan aset yang dimiliki para pedagang untuk memperoleh suatu keberhasilan usaha dengan mendapatkan manfaat setelah menerapkan berbagai usahanya. Sesuai dengan teori perilaku perencanaan (*Theory Planned of Behavior* atau TPB), pedagang yang dapat mengendalikan usahanya akan menentukan perilaku. Sedangkan dalam penelitian ini, kontrol perilaku yang dimiliki pedagang merupakan persepsi dari adanya peningkatan pendapatan, modal, laba dan penambahan aset yang dilakukan oleh para pedagang sehingga akan mempengaruhi keberhasilan kinerja usaha pedagang.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai tingkat keberhasilan kinerja usaha pedagang pasar Kroya pasca tragedi kebakaran tahun 2021 adalah sebagai berikut :

1. Para pedagang Pasar Kroya melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan keberhasilan kinerja usahanya dengan melalui berbagai cara diantaranya adalah dengan mengusahakan tingkat penjualan, pendapatan, modal, tenaga kerja, jangkauan pemasaran, laba dan juga aset. Namun dari kinerja yang telah dilakukan masih belum berjalan dengan maksimal karena terdapat keterbatasan baik itu lokasi, modal maupun jangkauan pemasarannya.
2. Mayoritas pedagang di Pasar Kroya dapat disimpulkan bahwa mereka mengalami kerugian yang cukup besar setelah adanya tragedi kebakaran dan relokasi pasar. Hal ini dibuktikan dengan penelitian yang telah dilakukan bahwa para pedagang telah mengalami kerugian secara materil yang bisa dibilang tidak sedikit.
3. Beberapa pedagang justru mengalami peningkatan penjualan, pendapatan maupun aset setelah adanya tragedi kebakaran dan relokasi. Meskipun barang dagangannya juga habis terbakar namun terdapat faktor yang menentukan keberhasilan usahanya itu antara lain modal yang masih ada sehingga dapat menambah stok barang kembali, kemudian lokasi usaha yang lebih strategis yakni di pinggir jalan.
4. Upaya yang dilakukan pedagang selain untuk meningkatkan keberhasilan usahanya adalah dengan cara mendesak Pemerintah Kabupaten Cilacap untuk segera melakukan pembangunan pasar Induk Kroya. Namun dari hasil penelitian menemukan bahwa sampai saat ini belum ada solusi atau jalan keluar karena terdapat sengketa antara Pemerintah Kabupaten Cilacap dan pengelola Pasar Induk Kroya yakni

PT Tata Daerah Cilacap. Dan para pedagang berharap agar para pihak yang berwenang segera menemukan solusinya.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian yang telah dijelaskan, maka peneliti dapat memberikan saran terhadap pihak terkait yakni sebagai berikut :

1. Para pedagang Pasar Kroya

Bagi para pedagang Pasar Kroya dapat melakukan usaha terus menerus untuk meningkatkan keberhasilan usahanya dengan berbagai macam bentuk kinerja. Meskipun hasil yang diperoleh belum maksimal, namun tidak ada salahnya untuk mencoba dan menghadapi tantangan yang ada. Dan para pedagang diharap mampu lebih bersabar lagi terkait pembangunan pasar Kroya yang sampai saat ini belum menemukan titik terang, yang mengakibatkan keberadaan pasar Kroya di tempat relokasi yakni yang berada di Terminal Karangmangu belum dapat dipastikan sampai kapan.

2. Pemerintah Kabupaten Cilacap

Bagi Pemerintah Kabupaten Cilacap diharapkan dapat segera mungkin menyelesaikan permasalahan atau sengketa yang terjadi dengan PT Tata Daerah Mandiri, sehingga nasib para pedagang akan lebih terurus dan tidak terombang-ambing. Karena faktanya, adanya tragedi kebakaran dan relokasi pasar ini menyebabkan pendapatan pedagang mengalami penurunan salah satunya diakibatkan oleh lokasi/pasar yang kurang mendukung, sempit dan kurang nyaman.

3. PT Tata Daerah Mandiri

Bagi PT Tata Daerah Mandiri selaku pengelola atau pihak yang berwenang atas Pasar Induk Kroya ini diharapkan dapat segera mungkin menyelesaikan permasalahan atau sengketa yang terjadi dengan Pemerintah Kabupaten Cilacap. Karena faktanya, pembangunan pasar Kroya akan lebih cepat dilakukan jika PT Tata Daerah Mandiri bisa segera mungkin menyerahkan kembali Pasar Kroya ke Pemerintah

Kabupaten Cilacap. Sehingga yang menjadi harapan dan keinginan para pedagang dapat segera terlaksana.

C. Keterbatasan Penelitian

Adapun terdapat keterbatasan dalam melakukan penelitian ini diantaranya adalah:

1. Indikator kinerja usaha yang ada di penelitian ini masih belum sepenuhnya dibahas. Masih ada indikator lain yang dapat digunakan seperti tingkat pendidikan, tingkat usia dan harga yang dapat meningkatkan keberhasilan usaha para pedagang. Oleh karena itu, penulis berharap bahwa untuk peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian pada pembahasan yang sama dapat ditambah dengan kinerja yang disebutkan tadi.
2. Waktu yang tergolong singkat untuk melaksanakan penelitian ini menyebabkan penelitian kurang maksimal. Karena penulis hanya melakukan wawancara kepada 5 orang saja, sehingga data yang diperoleh kurang puas. Peneliti berharap untuk penelitian selanjutnya dapat melakukan wawancara kepada lebih dari 5 orang agar hasil yang diperoleh dapat dibuktikan kebenarannya.

DAFTAR PUSTAKA

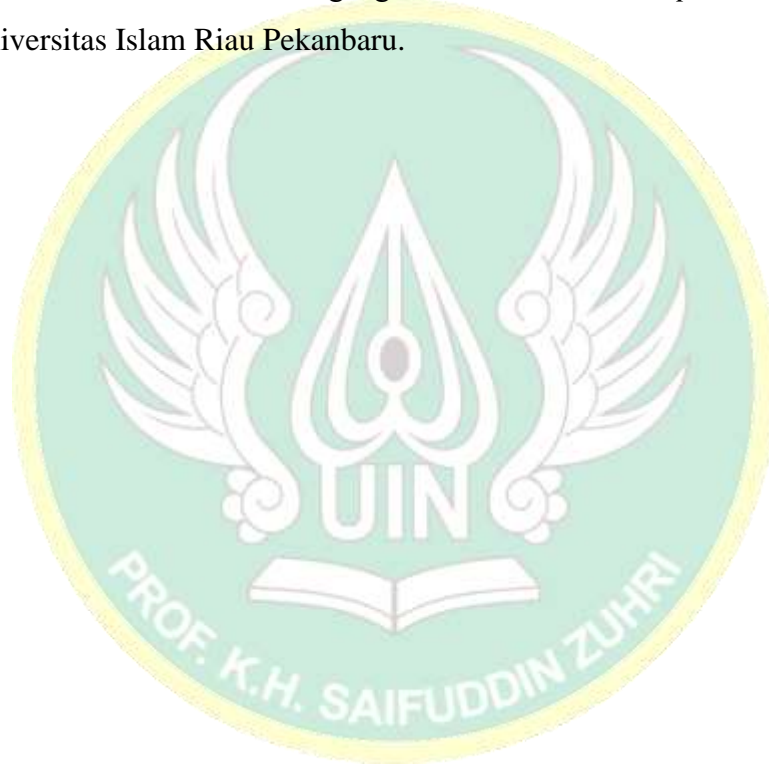
- Ajzen, I. 1991. "The Theory of Planned Behavior". *Organizational Behavior and Human Decision Process* 50, 179-211. [http://dx.doi.org/10.1016/0749-5976\(91\)90020.T](http://dx.doi.org/10.1016/0749-5976(91)90020.T).
- Arifin., et al. 2022. "Persepsi Pedagang Terhadap Relokasi Pasar Baru Kota Tanjungpinang". *Social Issues Quarterly*. Vol. 1, No. 1.
- Armi, A., et al. 2013. "Dampak Sosial Ekonomi Kebijakan Relokasi Pasar". *Jurnal Administrasi Publik*. Vol. 4, No. 10.
- CitraneWSIndonesia.com. 2022. "LSM dan GMBI Meminta Agar Pembangunan Pasar Kroya diserahkan Kepada Pemerintah Cilacap". Dapat diakses dari <https://citraneWSIndonesia.com/2022/07/20/lsm-gmbi-dan-para-pedagang-minta-pada-pt-tdm-agar-pembangunan-pasar-induk-kroya-diserahkan-kepada-pemerintah-cilacap/>. Diakses 07 Juni 2023. Pukul 03.41.
- CitraneWSIndonesia.com. 2022. "Pedagang Pasar Induk Kroya Tolak Relokasi di Tempat Baru". Dapat diakses dari <https://citraneWSIndonesia.com/2022/06/09/pedagang-pasar-induk-kroya-cilacap-tolak-relokasi-ditempat-yang-baru/noamp=available>. Diakses 01 Juni 2023. Pukul 08.18.
- CitraneWSIndonesia.com. 2023. "Batalnya Penyerahan HGB ke Pemkab Cilacap". Dapat diakses dari <https://citraneWSIndonesia.com/2023/06/07/terancam-batal-penyerahan-hgb-pasar-kroya-ke-pemkab-cilacap-bkb-akan-temui-ylki/?fbclid=IwAR3VPnveNsHnx5QY9xJNm5pvT4FKYttvg07zwlTeuB3JwEcNBwnWVaw&noamp=available>. Diakses 07 Juni 2023. Pukul 04.30.
- Databoks. 2020. "Lokasi Persebaran Pasar Rakyat di Indonesia". Dapat diakses dari : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/12/04/lokasi-persebaran-pasar-rakyat-di-indonesia>. Diakses 19 Mei 2023. Pukul 09.00 WIB.
- Dewi, N. L. M. A. A., dan Devi, S. 2022. "Analisis Determinan yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha UMKM Sektor Perdagangan Bidang Fashion di Kota Denpasar". *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol. 4, No. 3.

- Dewi, S. D. 2018. "Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Para Pedagang Pasar Tradisional". *Skripsi*. Metro : Institut Agama Islam Negeri Metro.
- Djoko, S. 2020. "Pengaruh Pasar Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional". *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*. Vol. 6, No. 2.
- Ernawatiningsih, N. P. L., dan Arizona, I. P. E. 2022. "Analisis Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah". *Jurnal of Applied Management and Accounting Science*. Vol. 3, No. 2.
- Hitoko.co.id. 2022. "Jangkauan Pemasaran". Dapat diakses di <https://www.hitoko.co.id/blog/jangkauanpemasaran/>. Diakses pada 02 Juni 2023. Pukul 21.58.
- Huda, N., et al. 2018. "Model Green Purchase Behavior Berbasis Theory of Planned Behavior (TPB)". *Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 2, No. 1.
- Kotler, P dan Armstrong, G. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Laporgub.jatengprov.go.id. "Detail Aduan LGWP". Dapat diakses dari <https://laporgub.jatengprov.go.id/detail/LGWP48388122.html>. Diakses 07 Juni 2023. Pukul 04.32.
- Manzanaris, M. R., et al. 2018. "Dampak Kebijakan Relokasi Pasar Tradisional Rawajaya di Wilayah Kota Tobelo Kabupaten Halmahera Utara".
- Mashuri, et al. 2019. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Pedagang Pasar Sukaramai di Kecamatan Bengkalis". *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*. Vol. 8, No. 1.
- Maulana, L. H., et al. 2021. "Kinerja Usaha UKM Berbasis Motivasi dan Lingkungan Usaha". *Jurnal Visionida*. Vol. 7, No. 1.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif* . Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Ningsih, W., dan Abdullah, F. 2021. "Analisis Perbedaan Pencari Kerja dan Lowongan Kerja Sebelum dan Pada Saat Pandemi Covid-19 di Kota Malang". *Jurnal of Regional Economics Indonesia*. Vol. 2, No. 1.

- Novita, W., dan Salam, A. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Laba Usaha Dagang pada Pedagang Sembako Muslim". *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*. Vol. 6, No. 1.
- Novitasari, R. 2020. "Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Pendapatan Pedagang Tradisional". *Skripsi*. Mataram : Universitas Islam Negeri Mataram.
- Nurhayati, N., dan Anwar, S. 2019. "Pengaruh Asset Terhadap Sisa Hasil Usaha Melalui Modal Pinjaman". *Jurnal Ilmiah Indonesia*. Vol. 4, No. 2.
- Pramudiana, I. D. 2017. "Perubahan Perilaku Konsumtif Masyarakat dari Pasar Tradisional ke Pasar Modern". *Jurnal Asketik*. Vol. 1, No. 1.
- Pratiwi, S. J. E. 2022. "Analisis Dampak Sosial Ekonomi Pedagang Pasca Kebakaran di Relokasi Pasar Johar Semarang".
- Purbaningsih, R. S. 2012. "Analisis Sikap, Norma Subjektif dan Kontrol Keprilakuan terhadap Minat Beli Ulang Makanan Cepat Saji di KFC Yogyakarta". *Skripsi*. Yogyakarta : Universitas Islam Indonesia.
- Radipere, S. and Dhliwayo, S. 2014. "*The Role of Age and Business Size on Small Business Performance in the South African Small Enterprise Sector*". *Journal of Problems and Perspectives in Management*. Vol. 12, No. 4.
- Rahman, L. A. 2019. "Analisis Pengaruh Pasar Modern Terhadap Omzet Pedagang Pasar Tradisional". *Skripsi*. Medan : Univeritas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Regional.kompas. 2021. "Kebakaran Pasar Kroya Cilacap". Dapat diakses dari <https://regional.kompas.com/read/2021/12/23/212843778/kebakaran-pasar-kroya-cilacap-api-diduga-bersumber-dari-kios-pakaian-di>. Diakses 01 Juni 2023. Pukul 10.37 WIB.
- Rifa'i, M., dan Husinsah. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Medan : Perdana Publishing.
- Sanchez, A. A., and Marin, G. S. 2005. "*Strategic Orientation, Management Characteristics and Performance: A Study of Spanish SMEs*". *Journal of Small Business Management*. DOI: 10.1111/j.1540-627X.2005.00138.x.

- Sari, N. 2016. "Pengaruh Sikap dan Norma Subjektif terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Berlabel Halal". *Skripsi*. Bengkulu : Institut Agama Islam Negeri Bengkulu.
- Seni, N. N. A. dan Ratnadi, N. M. D. 2017. "Theory of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi". *Jurnal Ekonomi dan Bsnis Univeritas Udayana*. ISSN : 2337-3067
- Setyowati, A., dan Susanto. 2022. "Makna Laba dalam Sudut Pandang Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)". *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*. Vo. 20, No. 1.
- Soeleiman, et al. 2020. "Perilaku Kewirausahaan Terhadap Perspektif Kinerja Usaha Pedagang Pasar". *Jurnal Manajemen*.
- Suaraindonesia.co.id. 2023. "PT TDM Digugat Pemkab Cilacap". Dapat diakses dari <https://suaraindonesia.co.id/news/peristiwa-daerah/64189ad94473/PT-TDM-Digugat-Pemkab-Cilacap-Ini-Tanggapan-Pedagang-Pasar-Kroya>. Diakses 07 Juni 2023. Pukul 03.55.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartika. 2018. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional di Pasar Antang Kelurahan Bitoa Kecamatan Manggala Kota Makassar Provinsi Sulawesi Selatan". *Skripsi*. Makassar : Univeritas Muhammadiyah Makassar.
- Suprihati. 2019. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan Perusahaan Sari Jati Di Sragen". *Jurnal Paradigma*. Vol. 12, No. 01.
- Tiswiyanti, W., Desriyanto dan Sari, R. S. 2018. "Pemahaman Makna Laba Dan Penentuan Laba Bagi Pedagang Kaki Lima". Vol. 3, No. 2.
- Ulyati, N. F. 2015. "Strategi Pemasaran Pedagang Pasar Tradisional dalam Perspektif Ekonomi Islam". *Skripsi*. Semarang : Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Wahyuni, S., et al. 2020. *Pengantar Manajemen Aset*. CV. Nas Media Pustaka. Makassar.

- Windarni, P. 2018. “Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kondisi Pasar Tradisional Bandar Jaya di Kecamatan Terbanggi Besar Lampung Tengah”. *Skripsi*. Bandar Lampung : Universitas Lampung.
- Yesradiocilacap.id. 2022. “Relokasi Pasar Kroya di Terminal Karangmangu”. Dapat diakses dari <https://yesradiocilacap.id/relokasi-pasar-kroya-di-terminal-karangmangu-masih-tahap-gambar/>. Diakses 01 Juni 2023. Pukul 08.26.
- Yusni, M. A. 2020. “Analisis Hubungan Karakter Kewirausahaan dan Keberhasilan Usaha Pedagang Kaki Lima”. *Skripsi*. Pekanbaru : Universitas Islam Riau Pekanbaru.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 : Daftar Pertanyaan Wawancara

Indikator Penjualan

1. Menurut Bapak/Ibu, apakah terdapat perubahan penjualan dari sebelum dan sesudah terjadinya tragedi kebakaran?
2. Apa yang menjadi faktor utama berubahnya tingkat penjualan pedagang pasar tradisional Kroya?
3. Bagaimana strategi Bapak/Ibu dalam mempertahankan penjualan agar selalu mengalami peningkatan?

Indikator pendapatan

1. Berapa banyak pendapatan sebelum dan sesudah adanya tragedi kebakaran? Jika naik, apa yang menjadi faktor utama kenaikan pendapatan tersebut? Jika turun, apa yang menjadi faktor utama penurunan pendapatan tersebut?
2. Apa yang dilakukan para pedagang pasar Kroya agar pendapatannya tidak mengalami penurunan?
3. Bagaimana tanggapan Bapak/Ibu terkait perubahan pendapatan setelah adanya relokasi pasar?

Indikator Modal

1. Apakah terdapat perbedaan modal yang dimiliki pedagang dari sebelum dan setelah terjadinya tragedi kebakaran?
2. Darimana modal yang dimiliki pedagang pasar Kroya sehingga dapat mempertahankan usahanya untuk tetap berjualan di pasar meski harus di relokasi?
3. Menurut Bapak/Ibu, apakah ada yang gulung tikar karena disebabkan oleh kurangnya modal?

Indikator Tenaga Kerja

1. Bagaimana cara pedagang memaksimalkan pelayanan terhadap konsumen dari setelah terjadinya tragedi kebakaran?
2. Apakah terdapat pengurangan tenaga kerja setelah terjadinya tragedi kebakaran?
3. Apakah adanya relokasi pasar ini tingkat pelayanan pedagang menjadi kurang maksimal sehingga konsumen semakin mengalami penurunan?

Indikator Jangkauan Pemasaran

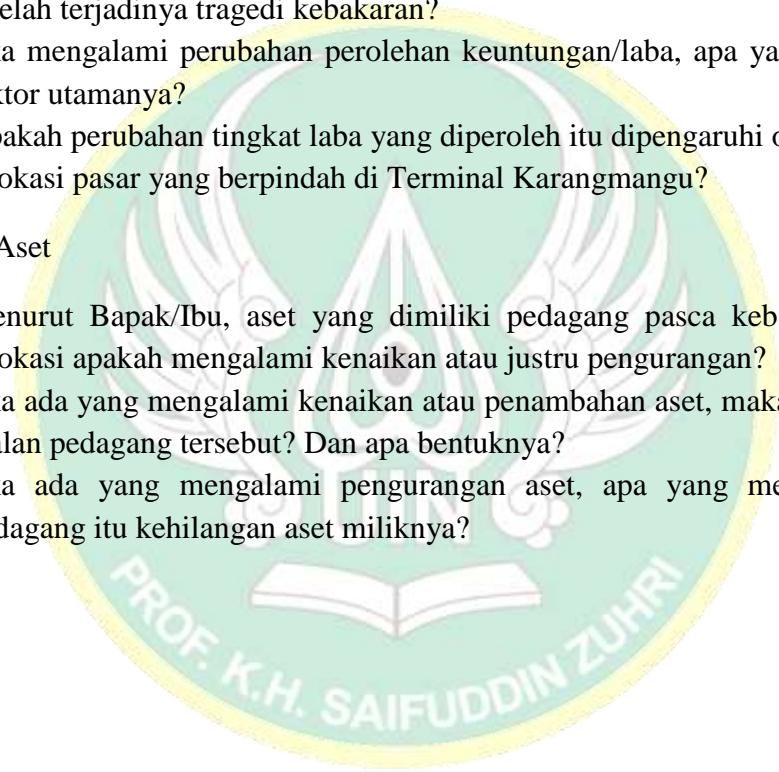
1. Apakah terdapat peningkatan konsumen setelah adanya relokasi pasar Kroya ke Terminal Karangmangu?
2. Berasal dari mana saja konsumen yang datang ke pasar Kroya setelah di relokasi?
3. Menurut Bapak/Ibu, apa yang menjadi alasan konsumen mengunjungi pasar yang telah di relokasi ini?

Indikator Laba

1. Dalam melakukan kegiatan usaha, lebih menguntungkan sebelum atau setelah terjadinya tragedi kebakaran?
2. Jika mengalami perubahan perolehan keuntungan/laba, apa yang menjadi faktor utamanya?
3. Apakah perubahan tingkat laba yang diperoleh itu dipengaruhi oleh adanya relokasi pasar yang berpindah di Terminal Karangmangu?

Indikator Aset

1. Menurut Bapak/Ibu, aset yang dimiliki pedagang pasca kebakaran dan relokasi apakah mengalami kenaikan atau justru pengurangan?
2. Jika ada yang mengalami kenaikan atau penambahan aset, maka apa usaha jualan pedagang tersebut? Dan apa bentuknya?
3. Jika ada yang mengalami pengurangan aset, apa yang menyebabkan pedagang itu kehilangan aset miliknya?



Lampiran 2 : Hasil Wawancara

Ronal	: Cabai (kenaikan)
Rodiyah	: Pakaian (penurunan)
Ruben	: Bawang Merah (kenaikan)
Taufik	: Pakaian (penurunan)
Sori	: Jajan/makanan ringan (penurunan)

Ronal	
Penjualan	<p><i>“Tidak terlalu, soalnya kalo dagang sayuran kan buat sekali jual. Barang untuk hari itu ya kemungkinan habis hari itu juga.</i></p> <p><i>Ya karena setelah terjadinya kebakaran, banyak pedagan yang beralih profesi dari yang jualan apa menjadi jualan sayur atau sebagainya.</i></p> <p><i>Strateginya mungkin dengan diskon-diskon tertentu. Maksudnya ketika ada minimal pembelian maka akan mendapatkan diskon.”</i></p>
Pendapatan	<p><i>“Pendapatan kotor yang tadinya 5jt perhari kalau pas sehabis relokasi ya menjadi sekitar 6jt perhari. Intinya tidak pasti.</i></p> <p><i>Usaha agar tidak mengalami penurunan yaa dengan promo atau diskon tadi.</i></p> <p><i>Untuk pendapatan tidak terlalu jauh berbeda menurut saya, terjadi kenaikan pendapatan ketika terjadinya relokasi. mungkin karena tempat berjualan saya dekat dengan jalan utama dan terlihat oleh para pembeli.”</i></p>
Modal	<p><i>“Tidak terlalu sih.</i></p> <p><i>Pas kebakaran kan kerugian juga tidak terlalu besar. untuk modal yaa tentunya dari hasil penjualan tersebut.</i></p> <p><i>Banyak tentunya.”</i></p>
Tenaga Kerja	<p><i>“Untuk pelayanan tidak berbeda dengan melayani waktu di pasar kroya.</i></p> <p><i>Pengurangan sih tidak ada, malah terjadi penambahan tenaga kerja.</i></p> <p><i>Tingkat pelayanan menurut saya sih sudah maksimal. Ya memang setelah terjadinya kebakaran tempat jualan kan lumayan jauh dari pusat kota, jadi ya pembelipun kadang malas untuk pergi ke pasar relokasi ini.”</i></p>
Jangkauan Pemasaran	<p><i>“Tentu ada peningkatan konsumen, yang tadinya masyarakat sekitar tidak pernah belanja jadi ikut untuk belanja.</i></p> <p><i>Macam-macam, kalau untuk daerah ya banyak.</i></p>

	<i>Tentu harga, mau bagaimapun juga harga di pasar kan sudah pasti jauh lebih murah dari pada di market”</i>
Laba	<p><i>“Menurut saya lebih untung sekarang setelah adanya relokasi ini.</i></p> <p><i>Ya karena tempat jualan saya mungkin mudah dalam arti untuk akses jalan, lalu terlihat juga oleh para pembeli.</i></p> <p><i>Tentu saja dipengaruhi oleh relokasi ini.”</i></p>
Aset	<p><i>“Aset yang saya miliki yaa menjadi bertambah. Untuk tempat jualan, renovasi dan penambahan lain-lain.</i></p> <p><i>Cabe, ya mobil pick up untuk pengambilan barang dagangan.</i></p> <p><i>Tentu saja untuk modal jualan kembali kalau sampai ada pengurangan aset”.</i></p>

Rodiyah	
Penjualan	<p><i>“Kalau untuk perubahan pendapatan tentu saja ada.</i></p> <p><i>Ya setelah relokasi, kan banyak pedagang yang habis dagangannya sehingga tidak bisa berjualan kembali. Mungkin itu juga mempengaruhi penjualan.</i></p> <p><i>Strategi yaa dengan cara promo tentunya.”</i></p>
Pendapatan	<p><i>“Waktu di pasar kroya pendapatan per hari mungkin 3jt perhari itu masih kotor, terus kalo di relokasi sekarang ya kadang nyampe 4.5 kotor. Tidak pasti, tapi intinya mengalami peningkatan.</i></p> <p><i>Tentunya dengan promo atau diskon tadi.</i></p> <p><i>Yaa namanya jualan, pasti ada naik dan turun. Seberapa pun ya disyukuri.”</i></p>
Modal	<p><i>“Tentu ada, apalagi saya sendiri.</i></p> <p><i>Modal tentunya ya dari aset yang saya miliki, karena waktu tragedi kebakaran kan dagangan yang saya miliki hampir semua terbakar.</i></p> <p><i>Tentu banyak, banyak yang tidak memiliki modal untuk kembali berjualan.”</i></p>
Tenaga Kerja	<p><i>“Pelayanan ya dengan mendampingi pembeli ketika masuk dalam toko. Tanyakan apa yang dibutuhkan dan tawarkan barang lain.</i></p> <p><i>Untuk pengurangan sih tidak ada, malah penambahan karyawan.</i></p> <p><i>Tidak juga, pelayanan ya seperti biasa.”</i></p>
Jangkauan	<i>“Tentu ada, yang pasti masyarakat sekitar yang tadinya tidak pernah belanja menjadi belanja.</i>

Pemasaran	<p><i>Tidak jauh berbeda dengan pasar kroya, penambahan paling ya dari masyarakat sekitar.</i></p> <p><i>Alasannya yaa tentu ada keperluan yang harus dibeli dan untuk harga juga berpengaruh.”</i></p>
Laba	<p><i>“Untuk laba, kemungkinan lebih besar waktu di tempat relokasi ini.</i></p> <p><i>Faktor utamanya, terjadi pengurangan pesaing tentu saja. Banyak yang tidak bisa berjualan kembali karena habis terbakar.</i></p> <p><i>Tentu saja dipengaruhi oleh relokasi ini.”</i></p>
Aset	<p><i>“Kkalau saya sendiri tentu pengurangan aset, karena ya untuk kembali membeli barang untuk dijual kembali tersebut.</i></p> <p><i>Pakaian, aset yang saya jual berupa mobil dan lain sebagainya untuk penambahan modal jualan.</i></p> <p><i>Tentu tidak adanya modal, dan menurut saya tidak masalah karena saya dapat aset tersebut juga hasil dari jualan saya.”</i></p>

Ruben

Penjualan	<p><i>“Perubahan pendapatan tentu ada ketika ada perpindahan berjualan.</i></p> <p><i>Faktor utama mungkin ya karena daya saing yang semakin kurang. karena pasar relokasi kan sekarang dibagi menjadi 2.</i></p> <p><i>Mungkin dengan promo atau diskon sehingga menambah pembeli atau pelanggan.”</i></p>
Pendapatan	<p><i>“Pendapatan waktu di pasar kroya mungkin sekitar 7jt perhari(kotor), kalau untuk di relokasi ini bertambah sekitar 9jt perhari(kotor).</i></p> <p><i>Mungkin bermacam usaha yang dilakukan, salah satunya yaa dengan diskon atau promo tadi.</i></p> <p><i>Pendapat saya tentang perubahan, ya saya syukuri karena mengalami kenaikan penjualan. tapi namanya jualan kadang laku ya kadang sepi. tapi untuk saat ini saya mengalami kenaikan pendapatan.”</i></p>
Modal	<p><i>“Perbedaan modal tentu saja ada, ya karena untuk penambahan dagangan tersebut.</i></p> <p><i>Kalo untuk modal tentunya dari hasil penjualan tersebut.</i></p> <p><i>Tentu banyak.”</i></p>
Tenaga Kerja	<p><i>“Pelayanan ya sama seperti di pasar kroya, ketika ada pembeli ya ada pendampingan untuk menanyakan apa saja yang dibutuhkan.</i></p>

	<p><i>Untuk tenaga kerja sendiri, saya menambahkan tenaga kerja karena tingkat penjualan mengalami kenaikan.</i></p> <p><i>Tidak juga.”</i></p>
Jangkauan Pemasaran	<p><i>“Pelayanan ya sama seperti di pasar kroya, ketika ada pembeli ya ada pendampingan untuk menanyakan apa saja yang dibutuhkan.</i></p> <p><i>Untuk tenaga kerja sendiri, saya menambahkan tenaga kerja karena tingkat penjualan mengalami kenaikan.</i></p> <p><i>Tidak juga.”</i></p>
Laba	<p><i>“Untuk laba, untuk sekarang laba penjualan sih syukur lebih banyak daripada waktu di pasar kroya.</i></p> <p><i>Faktor utama dalam kenaikan laba ini ya karena berkurangnya persaingan. karena banyak pedagang yang sudah tidak berjualan kembali pasca kebakaran tersebut.</i></p> <p><i>Tentu saja. ya itu tadi dari masyarakat sekitar dan daerah-daerah yang tidak terlalu jauh dari tempat relokasi ini.”</i></p>
Aset	<p><i>“Kalau untuk aset sendiri, saya pribadi mengalami kenaikan.</i></p> <p><i>Saya berjualan bawang merah. yaa banyak, untuk renovasi tempat jualan lalu alat timbangan dan transportasi untuk pengambilan barang dagangan.</i></p> <p><i>Tentu saja karena sudah tidak ada modal untuk berjualan kembali sehingga terjadi pengurangan aset yang dimiliki oleh para pedagang.”</i></p>

Taufik

Penjualan	<p><i>“Tentu ada perubahan.</i></p> <p><i>Kalau untuk saya sendiri, karena barang dagangan hampir habis karena tragedi tersebut.</i></p> <p><i>Ya mungkin dengan membeli stok barang terbaru dan model terbaru.”</i></p>
Pendapatan	<p><i>“Waktu di pasar kisaran 3jt (kotor) kalau untuk sekarang sekitar 1jt(kotor).</i></p> <p><i>Tentu dengan menambah variasi model pakaian.</i></p> <p><i>Ya tentunya sangat disayangkan.”</i></p>
Modal	<p><i>“Tentu banyak perbedaan modal.</i></p> <p><i>Untuk modal berjualan kembali ya dengan penjualan aset pribadi.</i></p> <p><i>Tentu saja banyak.”</i></p>

Tenaga Kerja	<p><i>“Dengan melakukan pendampingan ketika pembeli.</i></p> <p><i>Saya sendiri, pengurangan belum ada. tapi bergantian.</i></p> <p><i>Tidak juga.”</i></p>
Jangkauan Pemasaran	<p><i>“Tentu ada. Masyarakat sekitar dan daerah yang tidak terlalu jauh dengan tempat relokasi ini.</i></p> <p><i>Mungkin seluruh daerah kroya.</i></p> <p><i>Mau bagaimanapun, yang namanya pasar sudah pasti menjadi pilihan untuk masyarakat menengah.”</i></p>
Laba	<p><i>“Tentu sebelum terjadi tragedi kebakaran.</i></p> <p><i>Barang dagangan yang dijual tidak lengkap.</i></p> <p><i>Tentu dipengaruhi dengan adanya relokasi ini.”</i></p>
Aset	<p><i>“Kalau saya sendiri mengalami pengurangan.</i></p> <p><i>Pakaian, aset yang saya jual berupa mobil.</i></p> <p><i>Tentu saja untuk modal berjualan kembali.”</i></p>

Sori

Penjualan	<p><i>“Tentu ada, banyak.</i></p> <p><i>Mungkin karena faktor tempat relokasi yang kurang memadai ini.</i></p> <p><i>Mungkin dengan cara penambahan produk baru.”</i></p>
Pendapatan	<p><i>“Sebelum terjadi kebakaran 1.5jt perhari(kotor), untuk sekarang 500(kotor).</i></p> <p><i>Menurut saya, ya dengan penambahan produk2 baru.</i></p> <p><i>Tentu memperhatikan.”</i></p>
Modal	<p><i>“Modal merupakan perubahan terbesa.</i></p> <p><i>Saya sendiri, mengajukan peminjaman ke bank.</i></p> <p><i>Banyak tentunya”</i></p>
Tenaga Kerja	<p><i>“Dengan pendampingan, menanyakan apa yang dibutuhkan.</i></p> <p><i>Tidak ada, karena berjualan dengan suami.</i></p> <p><i>Tidak juga.”</i></p>

Jangkauan Pemasaran	<p><i>“Tentu ada. Masyarakat sekitar</i></p> <p><i>Bermacam-macam daerah pastinya.</i></p> <p><i>Karena harga dipasar lebih murah dari pada di market atau sejenisnya.”</i></p>
Laba	<p><i>“Sebelum, sudah pasti .</i></p> <p><i>Ya barang dagangan yang hampir habis terkena dampak kebakaran.</i></p> <p><i>Lumayan berpengaruh setelah perpindah ke relokasi ini.”</i></p>
Aset	<p><i>“Saya mengalami penurunan tentunya.</i></p> <p><i>Kalau kehilangan aset tidak ada, karena saya pengajuan ke pihak bank.”</i></p>



Lampiran 3 : Daftar Riwayat Hidup**DAFTAR RIWAYAT HIDUP****A. Identitas Diri**

1. Nama Lengkap : Faizal Baihaqi
2. NIM : 1617201102
3. Tempat/ Tgl. Lahir : Cilacap, 04 Juni 1997
4. Alamat Rumah : Kedawung, RT 01 RW 07 Kec. Kroya,
Kab. Cilacap
5. Nama Orang Tua
Nama Ayah : Kuseno
Nama Ibu : Bariyah

B. Riwayat Pendidikan**1. Pendidikan Formal**

1. SD/MI : SD N 06 Kewadung
2. SMP/MTs : SMP N 01 Kroya
3. SMA/MA : MA Sunan Padanaran Yogyakarta
4. S1 : UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto
(2016-sekarang)

2. Pendidikan Non Formal : -

Purwokerto, 09 Juni 2023



Faizal Baihaqi