

**ANALISIS KINERJA USAHA PEDAGANG PASCA REVITALISASI
PASAR TRADISIONAL**

(Studi Kasus pada pedagang Pasar Randudongkal, Kabupaten Pematang)



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:

JULI HUSNIATI

NIM. 2017201264

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

2024

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Juli Husniati
NIM : 2017201264
Jenjang : S.1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : ANALISIS KINERJA USAHA PEDAGANG
PASCA REVITALISASI PASAR TRADISIONAL
(Studi Kasus ada pedagang Pasar Randudongkal,
Kabupaten Pematang Jaya)

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

Purwokerto, 20 Juni 2024

Saya yang menyatakan



Juli Husniati

NIM. 2017201264



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 KINERJA USAHA PEDAGANG PASCA REVITALISASI PASAR
TRADISIONAL (Studi Kasus pada pedagang Pasar Randudongkal, Kabupaten
Pemalang)**

Yang disusun oleh Saudara **Juli Husniati NIM 2017201264** Program Studi **S-1
Ekonomi Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari
Rabu, 03 Juli 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E.) oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Dr. Rina Heriyanti, S.S., M.Hum.
NIP. 19720828 199903 2 004

Sekretaris Sidang/Penguji

Ma'ruf Hidayat, M.H.
NIP. 19940604 201903 1 012

Pembimbing/Penguji

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

Purwokerto, 8 Juli 2024

Mengesahkan
Dekan,

Dr. H. Jamal 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.

Assalamualaikum Wr. Wb.

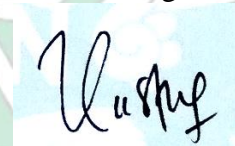
Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Juli Husniati NIM. 2017201264 yang berjudul:

ANALISIS KINERJA USAHA PEDAGANG PASCA REVITALISASI PASAR TRADISIONAL (Studi Kasus pada pedagang Pasar Randudongkal, Kabupaten Pemalang)

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 Syariah (S.E).

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 20 Juni 2024
Pembimbing,



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

MOTTO

“Ingatlah, hanya dengan mengingat Allah hati menjadi tenteram.”
(Q.S Ar-Rad: 28)

“Jadilah baik. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik.”
(Q.S Al- Baqarah:195)



**ANALISIS KINERJA USAHA PEDAGANG PASCA REVITALISASI
PASAR TRADISIONAL (Studi Kasus pedagang Pasar Randudongkal
Kabupaten Pemalang)**

Juli Husniati

NIM. 2017201264

E-mail: husniatijuli@gmail.com

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

ABSTRAK

Keberadaan pasar tradisional perlu dipertahankan dan dikembangkan salah satunya Pasar Randudongkal yang merupakan salah satu pasar yang sudah direvitalisasi. Untuk mengetahui kinerja pedagang maka diperlukan berbagai upaya untuk keberhasilan usaha dengan melihat beberapa indikator seperti penjualan, pendapatan, modal, tenaga kerja, pemasaran, aset dan laba. Dengan memahami kendala pada kinerja usaha pedagang sangatlah penting agar dapat memberikan dukungan untuk mengurangi faktor-faktor yang menghalangi keberhasilan usaha pedagang. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kinerja usaha para pedagang setelah revitalisasi pasar dan mengetahui usaha para pedagang untuk keberhasilan usaha.

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian lapangan, yaitu penelitian yang dilakukan di lokasi penelitian di Pasar Randudongkal. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan subjek penelitian adalah pedagang di Pasar Randudongkal. Metode analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data dan kesimpulan. Sedangkan uji keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pedagang mengalami penurunan pendapatan, hal ini dibuktikan dengan jumlah pengunjung setiap harinya yang kurang ramai dari sebelumnya dan munculnya pesaing baru sehingga menjadi faktor penurunan penjualan. Menurunnya minat beli konsumen dimana mereka lebih memilih berbelanja di toko online daripada di pasar. Selain itu, upaya untuk meningkatkan keberhasilan kinerja usahanya masih belum berjalan optimal karena pedagang mengalami keterbatasan baik dalam modal dan jangkauan pemasaran. Untuk penelitian lebih lanjut, pembahasan yang sama terkait kinerja usaha dapat ditambahkan dengan menggunakan indikator seperti tingkat pendidikan, tingkat usia, minat pengunjung, harga dan lain-lain.

Kata kunci: Kinerja Usaha, Revitalisasi, Pasar Tradisional

**ANALYSIS OF TRADERS' BUSINESS PERFORMANCE AFTER
REVITALIZATION OF TRADITIONAL MARKETS (Case Study on
traders of Randudongkal Market, Pemalang Regency)**

Juli Husniati

NIM. 2017201264

E-mail: husniatijuli@gmail.com

Sharia Economics Study Program Faculty of Islamic Economics and Business
State Islamic University (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

The existence of traditional markets needs to be maintained and developed, one of which is Randudongkal Market which is one of the markets that has been revitalized. To find out the performance of traders, various efforts are needed for business success by looking at several indicators such as sales, revenue, capital, labor, marketing, assets and profits. By understanding the obstacles to the trader's business performance, it is very important to be able to provide support to reduce the factors that hinder the success of the trader's business. Therefore, this study aims to find out the business performance of traders after market revitalization and to know the efforts of traders for business success.

This type of research uses field research, which is a research conducted at a research location in Randudongkal Market. The data collection technique uses observation, interviews, and documentation with the research subjects being traders at Randudongkal Market. The data analysis methods used are data reduction, data preparation and conclusions. Meanwhile, the data validity technique uses the source triangulation technique.

The results of the study show that the majority of traders experience a decrease in income, this is evidenced by the number of visitors every day which is less crowded than before and the emergence of new competitors so that it is also a factor in the decline in traders' sales. Consumer buying interest is declining where they prefer to shop in online stores rather than in the market. In addition, efforts to improve the success of their business performance are still not running optimally because traders experience limitations in terms of capital and marketing reach. For further research, the same discussion related to business performance can be added using indicators such as education level, age level, visitor interest, price and others.

Keywords: Business Performance, Revitalization, Traditional Market

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi 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 Nomor : 0543b/U/1987.

1. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	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	<u>h</u>	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	zal	ž	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	<u>š</u>	es (dengan garis di bawah)
ض	d'ad	<u>d</u>	de (dengan garis di bawah)
ط	ṭa	<u>ṭ</u>	te (dengan garis di bawah)
ظ	ẓa	<u>ẓ</u>	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
هـ	ha’	h	ha
ء	hamza h	‘	apostrof
ي	ya’	y	ye

2. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap.

متعددة	Ditulis	<i>muta’addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>‘iddah</i>

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

حكمة	Ditulis	<i>hikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

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

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

كرامة الاولياء	Ditulis	<i>karamah al-auliya’</i>
----------------	---------	---------------------------

- b. Bila ta’ marbutoh hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan *t*.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakat al-fitr</i>
------------	---------	----------------------

4. Vokal pendek

َ	<i>fathah</i>	Ditulis	A
---	---------------	---------	---

◌َ	<i>kasrah</i>	Ditulis	I
◌ُ	<i>dammah</i>	Ditulis	U

5. Vokal panjang

1.	<i>fathah + alif</i>	Ditulis	a
	جاهلية	Ditulis	<i>jahiliyyah</i>
2.	<i>fathah + ya' mati</i>	Ditulis	a
	تأسي	Ditulis	<i>tansa</i>
3.	<i>kasrah + ya' mati</i>	Ditulis	i
	كريم	Ditulis	<i>karim</i>
4.	<i>Dammah + wawu mati</i>	Ditulis	u
	فروض	Ditulis	<i>furud</i>

6. Vokal rangkap

1.	<i>Fathah + ya' mati</i>	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2.	<i>Fathah + wawu mati</i>	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

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-qiyas
--------	---------	----------

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

السماء	Ditulis	As-sama
--------	---------	---------

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوي الفروض	Ditulis	Zawi al-furud
------------	---------	---------------



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam yang telah melimpahkan Rahmat dan hidayah-Nya. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan bagi umatnya, beserta keluarga, sahabatnya serta orang-orang yang setia istiqamah di jalan-Nya.

Penulis skripsi ini ditunjukkan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S. E) di Universitas Islam Negeri Professor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto. Bersamaan dengan selesainya skripsi ini, penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
2. Prof. Dr. H. Suwito, M.Ag., selaku Wakil Rektor I UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
3. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, S.Ag., M.M., selaku Wakil Rektor II UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
4. Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag., selaku Wakil Rektor III UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M. Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Prof. Dr. H. Tutuk Ningsih., M.Pd selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Dr. H. Chandra Warsito, S. Tp., S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Dr. Ahmad Dahlan, M.Si., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

11. Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., M.Si., selaku Kepala Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
12. H. Sochimim, Lc., M.Si., selaku koordinator Program Studi Ekonomi Syariah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
13. Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak., selaku Dosen Pembimbing skripsi. Terima kasih saya ucapkan atas segala bimbingan, arahan, masukan, motivasi, serta kesabarannya sehingga penyusunan skripsi ini terselesaikan.
14. Segenap Dosen dan Staff Administrasi UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
15. Seluruh Dosen dan Staff Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
16. Bapak dan Ibu saya tercinta, Bapak Nawir dan Ibu Sekha. Terima kasih atas semua yang telah diberikan, dukungan serta atas doa restu yang selalu dipanjatkan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Saya berharap penelitian ini menjadi kebanggaan bagi Bapakdan Ibu serta dapat bermanfaat bagi banyak orang.
17. Terimakasih kepada kedua kakak saya, Mas Nahril dan Mbak Nani sudah memberikan arahan dan semangat kepada saya. Semoga sehat selalu dan bahagia.
18. Segenap teman-teman saya ES-F 2020, terimakasih sudah kebersamai dan memberi warna dalam dunia perkuliahan saya. Semoga semuanya sukses kedepannya.
19. Teman-teman di Pondok Pesantren Modern El-fira 4, terimakasih atas kenangan, kehangatan, dan dukungan yang diberikan. Semoga senantiasa diberikan kesehatan dan bahagia selalu.
20. Bapak dan ibu kost Griya Yumna terimakasih sudah memberikan semangat dan perhatian kepada saya selama ini.
21. Untuk orang - orang baik yang telah hadir di hidup saya yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih atas kebaikan yang sudah diberikan dan memberikan warna dan semangat untuk saya.

22. Kepala UPP (Unit Pengelola Pasar) Randudongkal beserta pegawai pasar lainnya terimakasih sudah mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian sehingga skripsi ini bisa selesai dengan baik.

23. Pihak responden penelitian skripsi saya ucapkan banyak terima kasih sebesar-besarnya sudah meluangkan waktu dan telah membantu dalam proses penyelesaian tugas skripsi saya.

Dengan terselesaikannya skripsi ini, penulis menyadari bahwa dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan, untuk itu saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan dari pembaca untuk menuju proses kesempurnaan. Sehingga sangat besar harapan, tulisan, ide, gagasan dan apa yang telah penulis buat dan dokumentasikan dalam bentuk karya tulis skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. *Aamiin yaa rabbal'alamin.*

Purwokerto, 20 Juni 2024



Juli Husniati
NIM. 2017201264

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur atas limpahan Rahmat dan karunia yang Allah SWT berikan, maka karya skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya yang saya cintai sekaligus cinta pertama dan menjadi sosok yang menginspirasi dan membangkitkan semangat penulis yaitu ayah saya. Terimakasih atas setiap keringat dalam setiap langkah mencari nafkah untuk memenuhi kebutuhan finansial penulis selama ini. Serta sudah mendoakan untuk keberhasilan penulis dalam menggapai cita-citanya ini.
2. Terimakasih khusus untuk diri saya sendiri yang telah berjuang keras dalam menyelesaikan tugas akhir ini dengan segala halangan dan rintangan, jatuh dan bangun kembali, susah dan senang dalam menjalani dunia perkuliahan dan kenyataan yang ada.
3. Ibu Hastin Tri Utami, S. E., M.Si., Ak., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya, memberikan arahan serta pemikirannya dalam untuk membimbing skripsi saya dari awal hingga akhir.
4. Teman-teman Pondok Pesantren modern Elfira 4 khususnya komplek khadijah yang sudah membersamai selama di pondok, belajar bareng, semangat, motivasi serta kebaikan-kebaikan yang kalian berikan selama ini.
5. Orang-orang baik yang hadir dalam hidup saya serta semua pihak yang telah membantu, mendukung dan memberikan semangat serta doa baiknya untuk saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	i
PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	vii
KATA PENGANTAR	xi
PERSEMBAHAN	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Definisi Operasional.....	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
E. Sistematika Pembahasan	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Teori Perilaku Terencana (<i>Theory Planned of Behaviour/TPB</i>).....	12
B. Kinerja Usaha.....	15
C. Indikator Kinerja Usaha	20
D. Pasar Tradisional.....	27
E. Revitalisasi Pasar	30
F. Kajian Pustaka.....	34
G. Kajian Teologis	40
BAB III METODE PENELITIAN	44
A. Jenis Penelitian.....	44
B. Tempat dan Waktu Penelitian	44

C. Subjek dan Objek Penelitian	44
D. Jenis dan Sumber Data	45
E. Teknik Pengumpulan data.....	45
F. Teknik Analisis Data.....	46
G. Uji Keabsahan Data.....	48
BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	49
A. Gambaran Umum.....	49
1. Sejarah Pasar Tradisional Randudongkal	49
2. Struktur Organisasi Unit Pengelola Pasar Randudongkal	50
3. Fasilitas dan Kondisi Pasar Randudongkal	52
B. Analisis Kinerja Usaha Pedagang Pasca Revitalisasi Pasar Tradisional	54
C. Hasil dan Pembahasan Penelitian.....	61
BAB V PENUTUP.....	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN-LAMPIRAN	80
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	101



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jumlah Jenis Perdagangan di Kecamatan Randudongkal Tahun 2021	2
Tabel 2 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3 Fasilitas Pasar.....	53



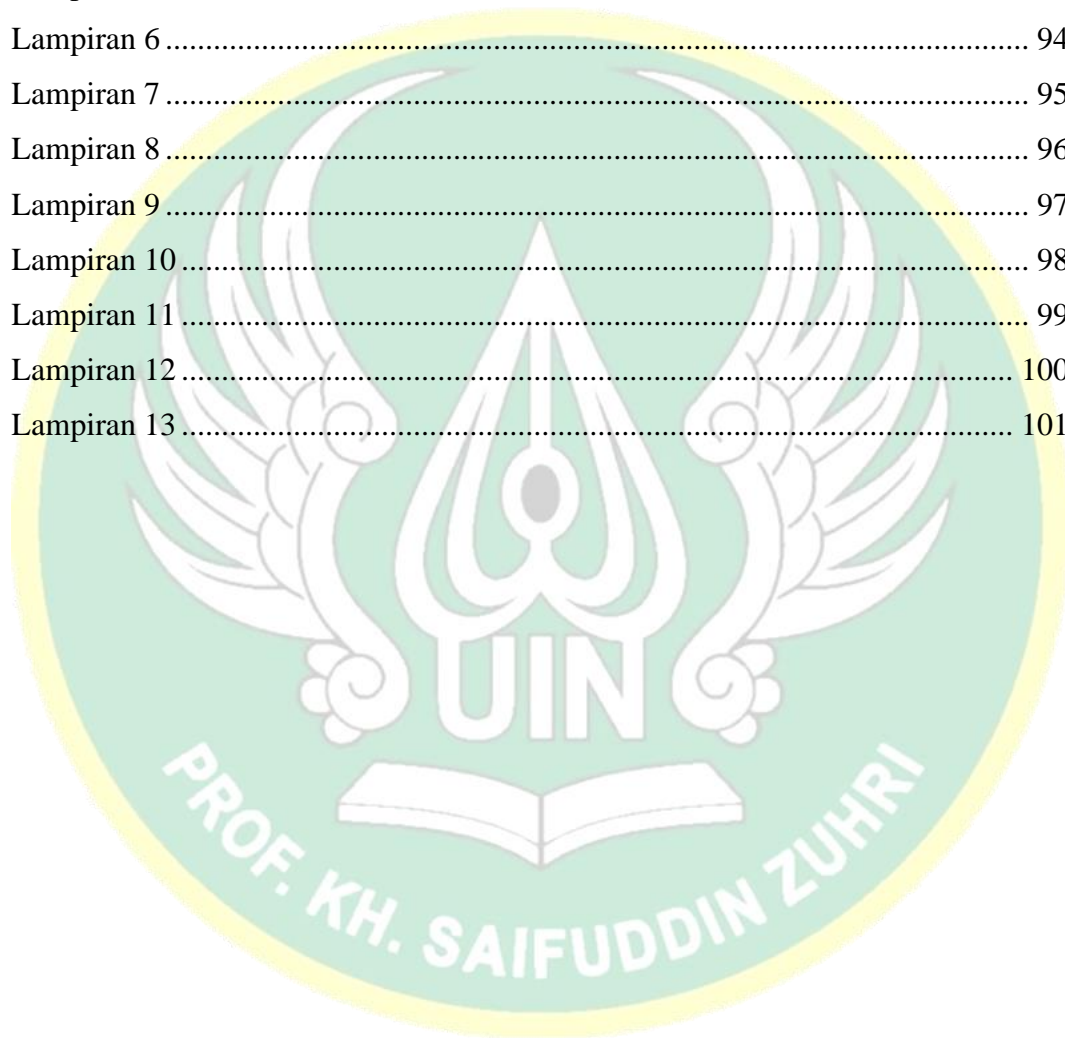
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Pasar Randudongkal saat di Revitalisasi	3
Gambar 4. 1	Struktur Organisasi Unit Pengelola Pasar Randudongkal Tahun 2020-sekarang.....	50
Gambar 4. 2	SOP Perizinan.....	51
Gambar 4. 3	Kondisi Pasar Randudongkal di lantai 2	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	81
Lampiran 2	83
Lampiran 3	89
Lampiran 4	92
Lampiran 5	93
Lampiran 6	94
Lampiran 7	95
Lampiran 8	96
Lampiran 9	97
Lampiran 10	98
Lampiran 11	99
Lampiran 12	100
Lampiran 13	101



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap manusia mengharapkan ekonomi dalam kehidupannya untuk menyelesaikan tugasnya sehari-hari. Hal ini dikarenakan setiap interaksi perdagangan, pertanian, pariwisata, industri tidak terlepas dari hal yang berkaitan dengan ekonomi. Ekonomi berperan penting dalam membentuk sebuah pasar agar meningkatkan pendapatan negara melalui pajak dan retribusi. Salah satu cara untuk mendapatkan karunia Allah yang dimaksudkan untuk memperkuat prinsip-prinsip islam adalah melalui perdagangan. Serupa dengan dunia muslim saat ini, negara-negara yang masuk ke dalam kategori berkembang harus memiliki jumlah jam kerja, modal, dan infrastruktur yang memadai untuk dihadapan kemajuan teknologi saat ini (Wildan, 2018). Pertumbuhan ekonomi dapat menunjang pemenuhan hak dan kebebasan, serta mempromosikan simbiosis antara pembangunan ekonomi dan keadilan sosial, antara ekonomi yang maju dan politik yang sehat; serta antara kesejahteraan masyarakat dan individu. Pembangunan yang menjamin keberlanjutan hidup manusia dan berkeadilan sosial, merupakan kewajiban negara untuk memenuhi kewajibannya terhadap hak atas pembangunan bagi seluruh rakyat.

Oleh karena itu, program pembangunan harus diarahkan untuk pemerataan dan pengurangan pemiskinan melalui komitmen visi Pembangunan nasional, dan diimplementasikan melalui konsep pembangunan yang berpihak kepada orang miskin (*pro-poor development*). Pertumbuhan ekonomi didefinisikan sebagai suatu proses dimana kapasitas produksi dari suatu perekonomian meningkat sepanjang waktu untuk menghasilkan tingkat pendapatan yang semakin besar (Todaro, 2006). Pertumbuhan ekonomi di Indonesia dapat dikaitkan dengan banyaknya proyek yang sedang dilakukan oleh unit perdagangan. Jika dilihat dari kepentingan ekonomi saat ini, jumlah pusat perdagangan seperti pasar tradisional maupun modern semakin meningkat.

Sedangkan salah satu penggerak ekonomi kerakyatan adalah pasar tradisional. Hal ini dikarenakan harganya yang terjangkau serta transaksi jual beli yang dilakukan terhadap sebuah produk yang diinginkan tidak dapat dijumpai pada pasar modern. Selanjutnya berdasarkan divisi pasar, ada dua jenis pasar yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar modern adalah pasar yang terletak di sekitar bangunan dan harga produknya sudah tercantum secara pasti. Diantaranya adalah supermarket, swalayan, dan beberapa lagi. Di sisi lain, pasar tradisional terdiri dari beberapa kios dan gerai yang dibuat oleh supplier atau distributor. Sisi kekeluargaan antara pembeli dan penjual menjadi suatu pandangan indah dalam pasar tradisional sehingga istilah langganan menggambarkan hubungan antar anggota Masyarakat yang lebih dekat dari sekedar seorang pembeli. Pasar tradisional konsisten untuk menunjang perkembangan ekonomi masing-masing daerah. Ada sekitar 16.235 pasar tradisional di Indonesia yang tersebar di setiap pulau. Pasar di Pulau Jawa dengan 5.949 unit adalah yang paling besar, serta Sumatera dengan 4.896 unit, dan sisa pasar terletak di Pulau Sulawesi, Maluku, dan Papua (Jayani, 2021).

Tabel 1

Jumlah Jenis Perdagangan di Kecamatan Randudongkal Tahun 2021

Desa/Kelurahan	Pasar		
	Bangunan Permanen	Semi Permanen	Tanpa Bangunan
(1)	(2)	(3)	(4)
01. Kecepit	0	0	0
02. Gembyang	0	0	0
03. Mejugong	0	0	1
04. Penusupan	0	0	0
05. Banjaranyar	1	0	0
06. Randudongkal	1	0	0
07. Karangmoncol	0	0	0
08. Semingkir	0	0	1
09. Semaya	0	0	0
10. Tanahbaya	0	0	0
11. Lodaya	0	0	0
12. Rembul	0	1	0
13. Kreyo	0	0	0
14. Kalimas	1	0	0
15. Mangli	0	0	0
16. Kalitorong	0	0	0
17. Kejene	0	0	0
18. Gongseng	0	0	0
Jumlah	3	1	2

Sumber: BPS, Pendataan Potensi Desa (Podes) 2021

Pada dasarnya pasar tradisional memiliki potensi dan basis pelanggan yang sangat besar, mereka tidak menawarkan harga yang terlalu tinggi supaya tidak mengurangi jumlah pelanggan yang bersedia melakukan pembelian. Potensi pasar perlu dikembangkan melalui peningkatan tingkat praktik bisnis, khususnya peningkatan transparansi, akuntabilitas, dan responsif dalam menangani pasar tradisional. Dengan demikian, mengingat pasar tradisional mempunyai peran penting dalam menunjang perekonomian dan kesejahteraan masyarakat maka salah satu pasar tradisional yang ada di Pulau Jawa yang menjadi target revitalisasi adalah Pasar Randudongkal yang ada di Kabupaten Pemalang. Saat ini, era pasar tradisional yang terus berkembang secara bertahap digantikan oleh munculnya pasar modern. Pasar tradisional dikelola tanpa inovasi yang berarti yang mengakibatkan pasar menjadi tidak nyaman dan kompetitif. Hal ini terlihat ketika kondisi pasar tradisional yang terlihat kumuh dan kotor. Salah satu aspek yang harus ditangani di setiap pasar tradisional adalah keberadaan pedagang yang menjaga dan merawat ruang publik yang ada di sekitarnya. Oleh karena itu, fungsi dan karakteristik ruang, kenyamanan dan daya tarik pasar dipengaruhi oleh pedagang sektor informal di ruang publik pasar tersebut.

Berikut gambar Pasar Randudongkal pada saat direvitalisasi.

Gambar 1. 1

Pasar Randudongkal saat di Revitalisasi



Sumber: pojokpantura.com, 2020

Pasar Randudongkal ini dibangun di atas lahan 9.661 m² dengan luas bangunan 27.300 m² dengan tiga lantai, masing-masing dirancang khusus untuk pedagang pakaian, kelontong, barang, dan penjual makanan yang ditempatkan pada lantai 1. Terakhir, lantai 2 digunakan untuk pedagang buah dan sayur, daging, dan lapak ambrangan. Sebaliknya, lantai 3 tersedia sebagai tempat parkir dengan 200 mobil. Jumlah tempat yang diberikan kepada pedagang adalah sekitar 237 kios, 290 meja/lapak, dan 104 los. Proyek untuk membangun pasar ini menghabiskan Rp. 44,6 milyar dari sumber APBD di bawah tingkat koordinasi Diskoperindag Kabupaten Pemalang dan dilaksanakan sejak tahun 2018 sampai 2020. Kemudian selesai pada tanggal 10 Desember 2020 serta diresmikan pada hari Minggu, 24 Januari 2021. Pasar Randudongkal merupakan pasar dengan mengangkat konsep tradisional modern. Yang dimaksud dengan istilah “modern” adalah keberadaan alat teknologi seperti eskalator, kamera keamanan dan perangkat lain yang membuat pasar tradisional menjadi lebih tertata rapi dan nyaman. Keuntungan yang diperoleh pedagang akan mengalami efek negatif jika mereka tidak dilindungi oleh fasilitas yang memadai dan lingkungan pasar yang aman dan sehat (Faisal, 2021).

Keberadaan pasar tradisional harus tetap dijaga karena merupakan urat nadi perekonomian masyarakat sekaligus salah satu tulang punggung perekonomian nasional. Salah satu kebijakan yang dimaksudkan untuk menjaga eksistensi pasar tradisional adalah kebijakan revitalisasi pasar tradisional. Program revitalisasi pasar bertujuan untuk memungkinkan pasar tradisional untuk lebih memahami strategi penjualan dan pembelian pasar dan memberikan umpan balik konstruktif. Oleh karena itu, aspek yang diperbaiki dalam program revitalisasi mencakup aspek sosial budaya, aspek ekonomi, dan aspek fisik, sehingga dalam proses inovasi pasar maka diperlukan perluasan unit pasar, pengembangan ruang lingkup pasar dan perbaikan struktur kerja pasar. Dengan demikian, beberapa indikator, seperti pendapatan, kondisi fisik, dan tata Kelola dapat digunakan untuk mengukur revitalisasi. Program revitalisasi dilakukan sejak 2013 hingga 2023, hingga saat ini sudah ada 84 pasar tersebar di Jawa Tengah yang telah direvitalisasi dengan total anggaran Rp. 390,1 miliar. Oleh

karena itu dengan adanya program tersebut maka manajemen pengelolaan pasar menjadi semakin profesional dan tempat berjualan pedagang menjadi tersusun rapi sehingga pasar tradisional akan menjadi perhatian konsumen jika citra buruk yang telah ada di sekitar untuk sementara waktu diabaikan. Maka tujuan dari adanya revitalisasi dapat mencapai kesejahteraan dan kenyamanan bagi seluruh masyarakat pasar khususnya di Pasar Randudongkal.

Seperti pada penelitian Tifani Sasnila Silitonga dan Asal Wahyuni Erlin Mulyadi (2021) mengenai dampak yang ditimbulkan dalam aspek penjualan, tingkat pendapatan dan penyerapan tenaga kerja. Diketahui bahwa setelah pasar ini direvitalisasi, para pedagang mengalami penurunan volume penjualan dikarenakan jumlah pengunjung yang sangat sepi sehingga mengakibatkan banyak pedagang yang kehilangan pelanggan serta kualitas atau jumlah barang dagangan serta daya minat beli masyarakat ikut menurun. Hal ini dikarenakan munculnya pesaing dari lingkungan luar seperti seperti banyaknya pedagang keliling dan grosir di setiap pedesaan yang lebih memudahkan masyarakat. Adapun dalam penelitian Ni Putu Eka Stutiari dan Sudarsana Arka (2019) terdapat dampak positif bagi para pedagang yaitu tata kelola pasar yang mengalami peningkatan meliputi sarana atau fasilitas pasar, kebersihan, keamanan, dan pelayanan administrasi setelah dilakukannya revitalisasi sehingga pembeli merasa nyaman dalam berbelanja. Bahkan terdapat perubahan jumlah barang dan jasa mengalami peningkatan kualitas pelayanan setelah direvitalisasi yakin dari segi fisik bangunan dan non fisik bangunan.

Namun faktanya perkembangan teknologi yang semakin maju seperti munculnya *e-commerce* dan lainnya menyebabkan peran pasar tradisional dari waktu ke waktu semakin menurun. Hal ini dapat mengakibatkan hilangnya lapangan pekerjaan bagi masyarakat dengan perekonomian menengah ke bawah sedangkan pasar tradisional merupakan harapan bagi para petani, peternak, dan produsen lainnya sebagai pemasok. Maka revitalisasi sangat penting agar pedagang dan pembeli merasa nyaman serta penjualan akan semakin meningkat. Banyaknya pengunjung yang datang adalah bukti bahwa keberadaan pasar tradisional masih dibutuhkan dan layak untuk dipertahankan sehingga perlu

dilakukan peningkatan dari segi pelayanan dan pengelolaan untuk memberikan kenyamanan pengunjung.

Keberhasilan seorang wirausaha dapat diukur oleh beberapa indikator. Menurut Suryana (2003: 85) indikator keberhasilan usaha meliputi: modal, pendapatan, volume penjualan, output produksi, dan tenaga kerja. Adapun indikator keberhasilan usaha menurut Dwi Riyanti (2003: 28), kriteria yang cukup signifikan untuk menentukan keberhasilan suatu usaha dapat dilihat dari: peningkatan dalam akumulasi modal atau peningkatan modal, jumlah produksi, jumlah pelanggan, perluasan usaha, perluasan daerah pemasaran, perbaikan sarana fisik dan pendapatan usaha. Kinerja digunakan di setiap perusahaan untuk menilai dan menghargai usaha karyawan. Apabila tingkat kinerja karyawan semakin tinggi maka tujuan organisasi akan lebih mudah dicapai, sehingga sangatlah penting kinerja bagi karyawan dalam melaksanakan tugas yang diberikan kepadanya. Keberhasilan kinerja usaha dapat dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Struktur organisasi, modal, Sumber Daya Manusia (SDM), teknologi dan partisipasi adalah contoh faktor internal. Sedangkan faktor pemerintah dan faktor non pemerintah adalah dua indikator yang membentuk faktor eksternal. Selanjutnya kebijakan ekonomi, politik, birokrat, dan tingkat demokrasi membentuk elemen pemerintah, sedangkan faktor non pemerintah meliputi kondisi infrastruktur, sistem pemerintahan, dan sosial budaya (Utami, 2018).

Prestasi kerja didefinisikan sebagai kinerja keseluruhan seseorang selama periode waktu tertentu dibandingkan dengan kemampuan mereka, seperti hasil kinerja, tujuan atau kriteria yang telah ditentukan secara lebih menyeluruh dan kohesif. Banyak pedagang yang tidak memiliki pengalaman praktis dan pemahaman dalam manajemen maka dalam menentukan harga pokok, mereka biasanya hanya mempertimbangkan kondisi umum di industri dan resiko yang terkait dengan pekerjaan berbahaya. Mengingat hal ini, perusahaan sering berjuang untuk mengurangi produktivitas, yang akhirnya mempengaruhi kinerja usaha sehari-hari mereka. Penting untuk memahami kendala pada kinerja usaha pedagang agar dapat memberikan dukungan terhadap faktor yang mendasari dan

mengurangi faktor-faktor negatif yang menghalangi keberhasilan usaha pedagang tradisional. Tetapi pada kenyataannya, ada beberapa pedagang yang cenderung rentan terhadap penurunan pendapatan mereka. Kendala lain yang dirasakan seperti keterbatasan modal usaha, keterbatasan karyawan, dan keterbatasan teknologi meskipun banyak pedagang yang rela mengeluarkan banyak modal untuk mengisi barang dagangannya namun keuntungan yang didapatkan cukup sedikit. Bahkan jumlah konsumen yang berkunjung di pasar juga terjadi penurunan jika kondisi pasar seperti tata letak yang tidak teratur dan faktor tempat yang belum memadai. Dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan, suatu organisasi yang bergerak di sektor publik maupun privat, harus memperbaiki kinerja organisasinya melalui peningkatan kinerja pegawai baik secara individual dan kelompok.

Belajar dan sabar dalam menjalankan usahanya akan memperoleh keberhasilan sehingga dapat meningkatkan usahanya dari usaha kecil menjadi menengah. Orientasi kewirausahaan dapat berjalan apabila didukung dengan adanya pasar atau melihat peluang pasar dari usaha yang dijalankan. Dengan kinerja yang baik, setiap pelaksanaan tugas di dalam organisasi dapat diselesaikan dengan penggunaan waktu, tenaga, dana dan sumber-sumber lainnya secara efisien dan efektif. Untuk meningkatkan kinerja pegawai secara optimal, diperlukan berbagai upaya yang strategis, terencana dan berkesinambungan. Melalui pendekatan manajemen kinerja, upaya pengelolaan kinerja dapat dilakukan secara lebih baik. Oleh karena itu, dalam manajemen kinerja maka perlu diperhatikan masalah pengukuran terhadap hasil-hasil yang diperoleh, serta evaluasi terhadap kemajuan di dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Pada observasi awal diketahui bahwa Pasar Randudongkal setelah di revitalisasi terdiri dari beberapa kios, lapak, dan los dengan berbagai macam barang dagangan yang dijual. Namun tidak semua kios terisi, untuk kuliner hanya terisi oleh 10 pedagang, busana terisi sebanyak 70, dan sembako terisi 6 pedagang dilantai dasar. Salah satu pedagang sembako ibu Hurairah mengatakan bahwa *pasca revitalisasi pasar, kios yang disediakan untuk mengganti kios*

sebelumnya justru kurang memuaskan. Hal ini dikarenakan ukuran kios yang kecil sehingga belum bisa menampung banyaknya sembako yang dijual. Serta jika berjualan di dalam pasar baru ini justru sepi peminat lantaran posisi penjual masuk kedalam sehingga menyulitkan konsumen dalam mencari kios. Sedangkan pembeli hanya ramai di lantai 1 saja yang mana lantai tersebut berisi pedagang pakaian dan lainnya (wawancara pada tanggal 21 Oktober 2023).

Dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa pedagang yang berjualan di kios tersebut mengalami penurunan pendapatan dan para pedagang memiliki keterbatasan modal usaha sehingga sangat berdampak buruk khususnya terhadap tingkat penjualan. Para pedagang selalu selalu mempertimbangkan cara untuk mencegah penurunan penjualan produk yang mereka tawarkan meskipun berada dalam posisi yang tidak stabil namun beberapa upaya terus dilakukan. Dengan demikian, pedagang menempatkan upaya hingga keberhasilan usaha tercapai dengan baik. Berdasarkan hasil observasi tersebut, penulis ingin melakukan penelitian dengan “**Analisis Kinerja Usaha Pedagang Pasca Revitalisasi Pasar Tradisional (Studi Kasus pada pedagang Pasar Randudongkal, Kabupaten Pemalang)**”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana kinerja usaha pedagang pasca revitalisasi Pasar Randudongkal?
2. Bagaimana upaya pedagang Pasar Randudongkal untuk keberhasilan usaha?

C. Definisi Operasional

a. Kinerja Usaha

Kinerja adalah hasil kerja yang dicapai oleh seseorang dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan secara kualitas dan kuantitas yang disertai dengan kemampuan dan keterampilan dalam menyelesaikan pekerjaannya. Sedangkan kinerja usaha dapat diartikan sebagai pencapaian keberhasilan usaha (Wibowo, 2018). Untuk mampu bersaing dipasar, maka usaha yang harus dilakukan adalah memberdayakan para pelaku IKM (Industri Kecil Menengah) itu sendiri agar memiliki tanggung jawab serta bisa meningkatkan kerja sama

dengan pemerintah disamping harus mempunyai kemampuan dan keterampilan yang memadai. Berikut adalah beberapa indikator kinerja usaha yaitu (1) Penjualan; (2) pendapatan; (3) Tenaga Kerja; (4) Modal; (5) Aset; (6) Jangkauan Pemasaran; (7) Laba.

b. Pasar Tradisional

Pasar Tradisional adalah pasar yang terdiri dari deretan kios yang umumnya berada di ruang terbuka dimana terjadi proses transaksi jual beli dan adanya proses tawar-menawar. Dalam perkembangannya pasar diklasifikasikan atas dua bentuk, yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional merupakan pasar yang dibangun dan dikelola pemerintah, swasta, koperasi, atau swadaya masyarakat setempat dengan tempat usaha berupa toko, kios, los atau lainnya dengan proses jual beli tawar-menawar. Sedangkan pasar yang tidak melibatkan transaksi penjual dan pembeli secara langsung dimana harga setiap produknya sudah tertera di masing-masing produk. Besarnya keuntungan yang diinginkan oleh setiap pedagang disesuaikan dengan harga. Hal ini dikarenakan pasar tradisional tidak memiliki label harga yang pasti (Wibowo dkk., 2022).

c. Revitalisasi

Revitalisasi adalah proses, pendekatan, dan tujuan untuk memulihkan atau mengembalikan program atau kegiatan tertentu. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia revitalisasi berarti kegiatan untuk menghidupkan kembali. Revitalisasi merupakan strategi untuk memperkuat pertumbuhan dengan menerapkan perubahan yang dilakukan secara bertahap untuk mengatasi masalah yang berbeda dari kondisi awal suatu bangunan. Aspek yang diperbaiki dalam program revitalisasi mencakup aspek sosial budaya, aspek ekonomi, dan aspek fisik, sehingga dalam proses inovasi pasar maka diperlukan perluasan unit pasar, pengembangan ruang lingkup pasar dan perbaikan struktur kerja pasar. Revitalisasi pasar berhubungan erat dengan desain pasar seperti susunan kios, sirkulasi, penggunaan ruang pasar untuk ruang interaksi (Lukito, 2018).

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui kinerja usaha pedagang pasca revitalisasi Pasar Randudongkal.
- b. Untuk mengetahui upaya pedagang pasar Randudongkal untuk keberhasilan usaha.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini akan memberikan kontribusi terhadap peningkatan pengetahuan khususnya di bidang ekonomi tentang kinerja usaha dan revitalisasi pasar.

b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi penulis sendiri dapat memberikan pengetahuan tidak hanya melalui teori-teori yang diteliti, namun hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengetahui tentang kinerja pedagang.
- 2) Bagi akademik perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui bagaimana kinerja para pedagang di Pasar Randudongkal tahun 2024.
- 3) Bagi pihak yang berkepentingan, penelitian ini bertujuan untuk memberikan manfaat bagi masyarakat agar dapat lebih bijak dalam memilih belanja. Sehingga pasar tradisional dapat bertahan jika masyarakat mendukung keberadaannya dengan berbelanja di pasar tradisional tersebut.

E. Sistematika Pembahasan

Secara umum pembaca dapat menemukan lebih mudah untuk memahami sistematika keseluruhan suatu penelitian. Dimana tiga komponen sistematika penelitian adalah pendahuluan, isi dan penutup.

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 menjelaskan mengenai teori yang berisi penjabaran dari teori yang terkait dengan analisis program revitalisasi pasar terhadap kinerja usaha pedagang pasar tradisional.

BAB III METODE PENELITIAN

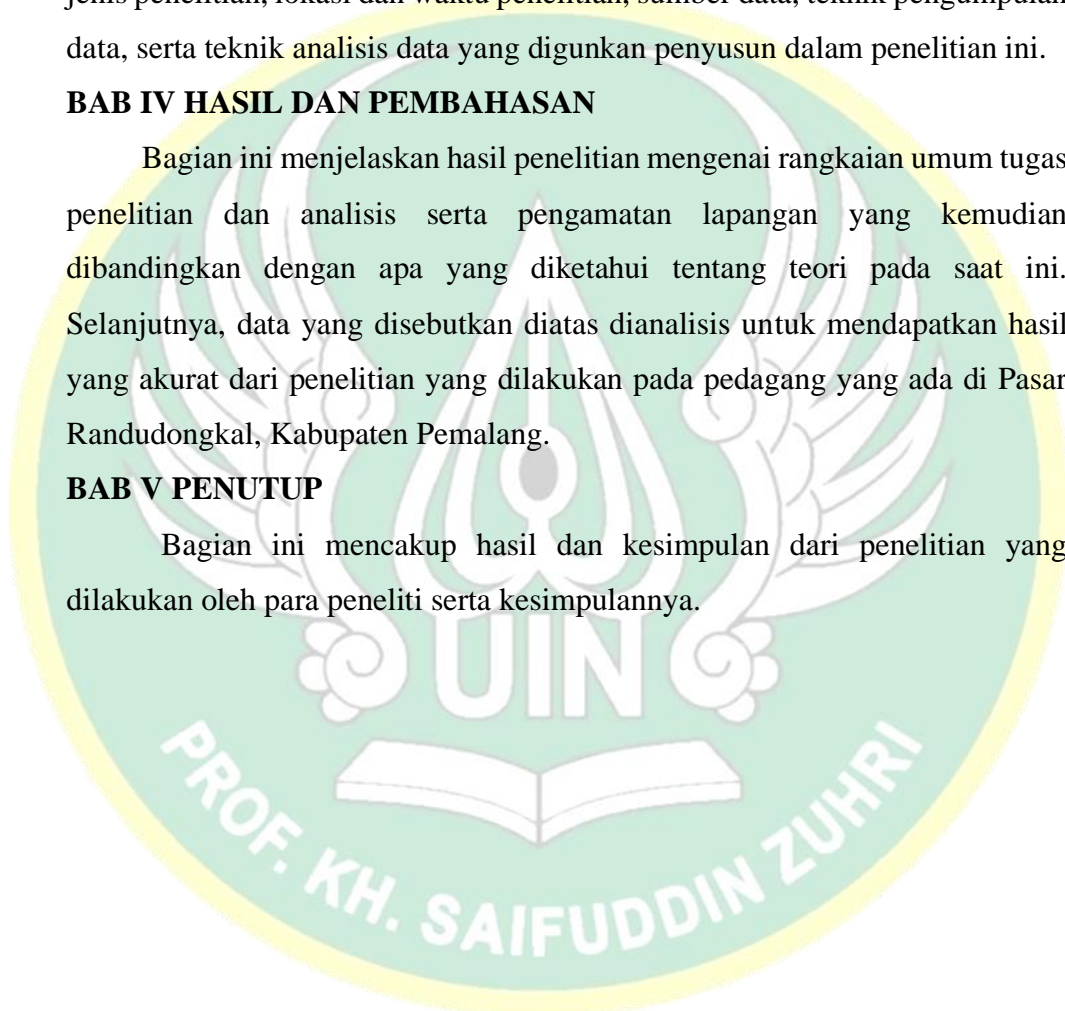
Bab ini menjelaskan metode penelitian yang berisi tentang penentuan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data yang digunakan penyusun dalam penelitian ini.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menjelaskan hasil penelitian mengenai rangkaian umum tugas penelitian dan analisis serta pengamatan lapangan yang kemudian dibandingkan dengan apa yang diketahui tentang teori pada saat ini. Selanjutnya, data yang disebutkan di atas dianalisis untuk mendapatkan hasil yang akurat dari penelitian yang dilakukan pada pedagang yang ada di Pasar Randudongkal, Kabupaten Pematang Siantar.

BAB V PENUTUP

Bagian ini mencakup hasil dan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan oleh para peneliti serta kesimpulannya.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Teori Perilaku Terencana (*Theory Planned of Behaviour/TPB*)

Theory Planned of Behaviour (TPB) adalah lanjutan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA), suatu konsep psikologi sosial yang membantu memahami dan memprediksi perilaku manusia. TRA memiliki bukti ilmiah yang menunjukkan bahwa dua alasan mendorong niat untuk melakukan tindakan, yaitu norma subyektif dan sikap terhadap perilaku. Namun dalam 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 subyektif dan melakukan kontrol atas perilaku yang dipersepsikan orang tersebut dalam pertanyaan (Ajzen, 1991). Sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku yang diterapkan adalah tiga komponen utama motivasi pembelian, menurut Teori Perilaku dan Perencanaan (TPB). Pemikiran positif berfungsi sebagai respons positif terhadap pemahaman dan pengetahuan tentang produk apa pun. Ini karena pemikiran positif akan mempengaruhi pengalaman pembeli dan hal-hal serupa. Norma subyektif menunjukkan pengaruh sosial atau tekanan yang dirasakan seseorang untuk mengambil tindakan tertentu atau tidak. Faktor-faktor dari luar dapat memengaruhi perilaku ini, seperti tekanan yang dirasakan oleh teman, keluarga, dan kerabat. Selanjutnya, kontrol perilaku yang dirasakan adalah persepsi seseorang tentang seberapa mudah atau sulit melakukan tindakan tertentu, yang didasarkan pada pengalaman masa lalu (Ajzen, 1991).

Teori Perilaku dan Perencanaan (*Theory Planned of Behaviour/TPB*) menyatakan bahwa tiga faktor utama yang berkontribusi pada alasan pembelian adalah sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku yang diterapkan. Sikap berfungsi sebagai respon positif terhadap pemahaman dan pengetahuan tentang produk apapun. Hal ini dikarenakan pemikiran positif akan memberikan dampak pada pengalaman pembeli dan hal serupa. Norma subyektif merupakan pedoman bagi individu dalam situasi dimana satu atau lebih orang lain di

sekitarnya. Norma subyektif mencerminkan pengaruh sosial atau tekanan yang dirasakan oleh seseorang untuk mengambil tindakan tertentu atau tidak. Perilaku ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal, termasuk tekanan yang dirasakan dari lingkungan keluarga, teman maupun kerabat. Selanjutnya kontrol perilaku yang dirasakan adalah evaluasi seseorang tentang seberapa mudah atau sulit melakukan tindakan tertentu, yang didasarkan pada pengalaman masa lalu serta perkiraan tentang rintangan dan hambatan yang mungkin terjadi (Ajzen, 1991). Sikap terhadap perilaku pada penelitian ini adalah indikator penjualan. Penjualan dapat diartikan sebagai kegiatan bisnis yang direncanakan untuk menetapkan harga, mempromosikan serta mendistribusikan produk, yang dalam pelaksanaannya mampu memberikan kepuasan tersendiri bagi keinginan target pasar/konsumen. Hal ini dikarenakan dalam menentukan suatu produk ditentukan oleh sikap positif berfungsi sebagai fokus. Sesuai dengan teori perilaku perencanaan, 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 dalam penelitian ini, sesuai dengan *Theory Planned of Behavior* (TPB) untuk norma subyektif dioperasikan oleh tenaga kerja, dan jangkauan pemasaran. Dalam teori ini, tenaga kerja menjadi indikator kepedulian pedagang terhadap kepuasan konsumen serta hasil dari perilakunya dapat dikaitkan dengan keputusan pembelian. Selain itu jangkauan pemasaran, dimana pedagang melaksanakan usahanya dengan memperluas pasarnya agar konsumen semakin banyak dan luas. Adapun indikator pendapatan, modal, asset dan laba termasuk ke dalam kontrol perilaku yang dimiliki seorang pedagang. Kontrol perilaku terbagi menjadi dua yaitu 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 emosi dalam transaksi yang melibatkan perasaan panca indera dapat mengungkapkan kesenangan seperti merek produk.

Maka dalam penelitian ini, kontrol perilaku mereka mengenai pendapatan, modal, laba, dan aset dapat dikaitkan dengan kinerja usaha sesuai dengan teori perilaku perencanaan yang akan mempengaruhi keberhasilan usaha para pedagang. Menurut teori perilaku terencana, niat atau keinginan untuk melakukan suatu perilaku adalah faktor kunci dalam menentukan perilaku yang sebenarnya. Dimana niat dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku. Semakin positif sikap individu terhadap perilaku tersebut, maka semakin besar pula dukungan yang mereka rasakan dari lingkungan sosialnya (norma subyektif). Semakin tinggi kendali yang mereka rasakan terhadap perilaku tersebut, maka semakin tinggi kemungkinan mereka membentuk niat yang kuat untuk terlibat dalam perilaku tersebut. Pada akhirnya, niat yang kuat ini diasumsikan mengarah pada kinerja aktual dari perilaku tersebut.

Kontrol perilaku seorang pedagang termasuk indikator pendapatan, modal, aset, dan laba. Salah satu jenis kontrol perilaku adalah kontrol perilaku rasional, dimana pembelian didasarkan pada apa yang ditunjukkan suatu produk kepada pelanggan atau konsumen. Jenis kontrol ini menunjukkan sifat atau karakteristik produk yang berfungsi dengan memanfaatkan berbagai faktor seperti harga, kapasitas, dan efisiensi kegunaan. Dalam transaksi yang melibatkan perasaan panca indera, kontrol perilaku emosi dapat mengungkapkan kesenangan, seperti merek produk. Jadi, dalam penelitian ini, kontrol perilaku mereka tentang pendapatan, modal, laba, dan aset dapat dikaitkan dengan kinerja usaha sesuai dengan teori perilaku perencanaan yang akan mempengaruhi keberhasilan usaha para pedagang.

Teori perilaku terencana menyatakan bahwa niat atau keinginan untuk melakukan suatu perilaku adalah komponen utama yang menentukan perilaku yang sebenarnya. Ada tiga komponen tersebut yaitu sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku yang mempengaruhi niat. Semakin positif sikap seseorang terhadap perilaku tersebut, semakin banyak dukungan yang mereka terima dari

lingkaran sosialnya (norma subyektif), dan semakin besar kemungkinan mereka membentuk niat yang kuat untuk terlibat dalam perilaku tersebut. Pada akhirnya, dianggap bahwa niat yang kuat ini menghasilkan perilaku yang sebenarnya

B. Kinerja Usaha

Kinerja mengacu pada pencapaian tujuan-tujuan yang berhubungan dengan pekerjaan yang dilakukan individu dalam perusahaan tertentu selama periode waktu tertentu yang dibandingkan dengan ambang batas tertentu atau standar yang ditetapkan oleh perusahaan dimana individu tersebut bekerja. Kinerja usaha adalah pencapaian hasil kerja dari tugas-tugas yang selesai sesuai dengan jadwal kerja yang ketat dan tugas yang dapat diselesaikan oleh karyawan. Kinerja harus dilakukan dengan cara memaksimalkan output baik dalam hal kuantitas maupun kualitas sehingga hasilnya bisa sangat menguntungkan bagi perusahaan.

Pertumbuhan suatu usaha bisa dilihat dari kinerja usaha yang dipengaruhi oleh keuangan usaha yang dimiliki. Salah satu kendala setiap pelaku usaha adalah ketidakpastian kondisi ekonomi yang di masa yang akan datang. Keberhasilan dalam mencapai tujuan perusahaan tentunya tidak hanya ditentukan oleh besarnya dana yang dimiliki, teknologi yang digunakan, ataupun saran prasarana yang terdapat pada suatu perusahaan, akan tetapi ada hal yang paling menentukan dalam penyatuan faktor yang ada dalam perusahaan tersebut yaitu faktor sumber daya manusia. Oleh karena itu diperlukan karyawan yang memiliki motivasi kerja, disiplin dan kemampuan kerja yang tinggi terhadap perusahaan agar memberikan kinerja maksimal untuk mencapai tujuan Perusahaan. Kemampuan kerja akan sangat berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Apabila seseorang karyawan bekerja di perusahaan memiliki kemampuan kerja yang baik tentunya akan memberikan dampak positif terhadap produktivitas karyawan. Manajemen kinerja usaha pada umumnya terfokus pada masalah *output* (hasil-hasil yang dicapai), *outcomes* (dampak yang ditimbulkan dari suatu kinerja), *process* (proses yang dibutuhkan) dan *inputs* (pengetahuan, keahlian dan kompetensi),

yang diharapkan dari orang-orang yang terlibat di dalam suatu organisasi baik secara kelompok maupun individu (Listianti, 2011). Di dalam manajemen kinerja suatu organisasi terdapat beberapa aspek lain yang besar pengaruhnya terhadap keberhasilan kinerja organisasi, kelompok maupun individu secara keseluruhan, menurut pendapat Amstrong (1998: 16), aspek tersebut di antaranya adalah:

1. Faktor Individu yaitu semua upaya pengelolaan sumber daya manusia dalam organisasi seharusnya berfokus pada peningkatan kinerja dengan memperoleh dan meningkatkan keterampilan, motivasi, dan komitmen individu dan kelompok kerja. Faktor individu terkadang diberikan secara alami, tetapi ada juga yang dapat dibangun dan dikembangkan secara optimal untuk berdampak pada peningkatan kapasitas individu dan perbaikan organisasi. Beberapa contoh yang dapat diperbaiki melalui jalur formal dan informal termasuk faktor keterampilan, pengetahuan, dan sikap.
2. Faktor pemimpin yang berkaitan dengan pembinaan, pengarahan, komunikasi, atau dukungan akan memengaruhi perilaku kerja bawahannya. Pemimpin otoriter atau demokratis akan mempengaruhi perilaku dan sikap di tempat kerja. Kinerja pegawai akan dipengaruhi oleh gaya dan pendekatan seorang pimpinan.
3. Faktor tim pada umumnya, tujuan organisasi akan tercapai lebih baik jika kelompok kerja yang diwakili oleh unit kerja dapat bekerja sama dan berkolaborasi dengan baik. Kelompok kerja harus dapat digunakan sebagai tempat untuk saling memperbaiki dan meningkatkan kemampuan, persaingan yang sehat, dan pengembangan ide-ide yang dapat mengubah perusahaan.
4. Faktor sistem termasuk fasilitas kerja, prosedur kerja, dan desain pekerjaan. Dengan fasilitas kerja ergonomis, setiap orang dapat bekerja dengan nyaman dan aman, yang diharapkan akan menghasilkan peningkatan kinerja. Demikian pula, prosedur kerja yang tersedia dapat

digunakan sebagai pedoman kerja yang memandu setiap orang untuk menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan standar yang ada.

5. Faktor situasional, atau konteks, berhubungan dengan faktor internal dan eksternal organisasi. Adanya budaya kerja dapat digambarkan sebagai perekat yang menyatukan organisasi dengan manajemen kinerja. Struktur, ukuran, kebiasaan pekerjaan, iklim hubungan kerja, dan jenis pegawai masing-masing akan memengaruhi lingkungan kerja dalam organisasi, yang pada gilirannya berdampak pada kinerja organisasi secara keseluruhan.

Keterampilan yang rendah akan berdampak pada kemampuan seseorang untuk menyelesaikan tugas. Capaian kinerja yang diharapkan dapat dicapai dengan memiliki tingkat pengetahuan dan ketrampilan yang sesuai dengan kebutuhan atau pekerjaan yang harus diselesaikan. Demikian pula, cara seseorang berperilaku dan melihat lingkungan kerja mereka akan berdampak pada bagaimana mereka mencapai kinerja terbaik. Menurut Hutagalung (2021), keberhasilan usaha adalah ketika kinerja perusahaan lebih baik dari sebelumnya. Menurut (Finnah dan Fikry, 2020: 16-30), ada 3 faktor internal yang mempengaruhi keberhasilan usaha diantaranya karakter UKM (Usaha Kecil dan Menengah), sifat Pengusaha dan kemampuan untuk berwirausaha. Peter F. Drucker menyatakan dalam buku Inovasi dan Kewirausahaan tahun 1985 bahwa ada empat komponen penting yang diperlukan untuk mencapai keberhasilan usaha adalah sebagai berikut:

- a) Peluang, yang akan muncul dan berkembang sebagai hasil dari fenomena ekonomi.
- b) Sosiologi, yang merupakan upaya untuk mempelajari nilai-nilai sosial dan budaya yang akan berdampak pada kemampuan berwirausaha.
- c) Psikologi, berfokus pada motivasi individu untuk berwirausaha. Jika seseorang ditanamkan untuk berprestasi sejak kecil, mereka lebih cenderung untuk lebih berani menanggapi peluang usaha.

- d) Perilaku, yaitu perilaku wirausaha bisnis harus memiliki perilaku serta kepemimpinan, memasarkan, pengambilan, keputusan, berinovasi, dan lain-lain.

Tentunya seorang wirausaha akan dihadapkan dengan berbagi resiko yang mungkin terjadi. Oleh karena itu, pentingnya mengelola resiko dimana wirausaha yang sukses dinilai dari keinginannya untuk mulai berani mengambil resiko. Jiwa kepemimpinan sebagai faktor yang penting untuk mempengaruhi kinerja orang lain, maka harus memberikan sinergi yang kuat agar tujuan tersebut dapat tercapai. Menurut (Munizu, 2010) menjelaskan bahwa tingkat keberhasilan kinerja UMKM tercermin dari beberapa indikator penilaian keberhasilan kinerja suatu usaha, yaitu:

- a. Pertumbuhan penjualan atau omset penjualan merupakan hasil dari investasi dalam periode sebelumnya dan dapat digunakan sebagai prediksi pertumbuhan masa depan. Pertumbuhan penjualan menunjukkan penerimaan pasar atas produk atau jasa perusahaan, yang akan mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk mempertahankan produk atau jasanya
- b. Pertumbuhan modal juga dikenal sebagai pertumbuhan modal didefinisikan sebagai peningkatan jumlah modal yang digunakan untuk kegiatan usaha dibandingkan dengan jumlah modal yang digunakan pada periode sebelumnya. Modal usaha terdiri dari modal sendiri dan modal eksternal, dan memiliki peran penting dalam menciptakan laba, sehingga peningkatan tingkat pertumbuhan modal akan meningkatkan kinerja perusahaan. Pertumbuhan modal dapat dihitung dengan menghitung prosentase perubahan modal periode sekarang dengan periode berikutnya.
- c. Jumlah tenaga kerja yang terus meningkat, semakin besar suatu perusahaan, semakin banyak aktivitas yang dilakukannya, sehingga lebih banyak tenaga kerja yang digunakannya. Oleh karena itu, pertumbuhan tenaga kerja diukur dari presentase perubahan tenaga kerja selama periode tertentu.

- d. Tingkat pertumbuhan pasar yang luas menunjukkan tingkat perubahan penerimaan pasar atas barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Tingkat pengembalian investasi akan meningkat dengan pertumbuhan pasar, yang berarti kinerja perusahaan menjadi lebih baik. Pendekatan permintaan dan pendekatan penawaran dapat digunakan untuk mengetahui pertumbuhan pangsa pasar. Pendekatan permintaan menganalisis sasaran konsumen, jumlah konsumen, jumlah kebutuhan, dan total kebutuhan setiap tahun. Sementara itu, pendekatan penawaran mengukur kemampuan wirausaha untuk membuat produk atau jasa.
- e. Laba dan keuntungan yang terus meningkat, untuk menjaga kelangsungan usaha, setiap kegiatan usaha bertujuan untuk memperoleh laba yang paling besar. Laba adalah ukuran umum kinerja bisnis. Oleh karena itu, peningkatan laba menunjukkan kinerja perusahaan yang lebih baik. Pertumbuhan laba dari dapat dihitung dengan mempresentasikan perubahan perolehan laba periode sekarang dengan periode berikutnya.

Evaluasi kinerja usaha biasanya melibatkan pengukuran berbagai indikator seperti pendapatan, laba bersih, margin keuntungan, penjualan, dan lain-lain. Analisis kinerja usaha membantu pemilik bisnis dan manajemen dalam mengidentifikasi area-area yang berhasil dan yang perlu perbaikan. Setiap bisnis pasti menghadapi kekuatan lingkungan persaingan yang cepat berubah. Eksekutif bisnis kecil akan menghadapi perubahan dan ketidakpastian yang lebih besar di masa depan. Pergeseran dunia dari modal berbasis keuangan ke modal berbasis intelektual adalah perubahan besar yang dihadapi wirausahawan saat ini. Modal intelektual terdiri dari tiga bagian yaitu:

1. Modal Sumber Daya Manusia (*human capital*) adalah sumber daya yang berkaitan dengan tenaga kerja, yang mencakup bakat, keterampilan, dan kemampuan individu yang bekerja untuk perusahaan
2. Modal Struktural (*structural capital*) adalah gabungan pengetahuan dan pengalaman Modal ini mencakup pemrosesan, hak paten, hak cipta, dan pengalaman manusia.

3. Modal Pelanggan, juga dikenal sebagai customer capital, adalah basis pelanggan yang mapan, reputasi yang baik, hubungan yang terus-menerus, dan kebaikan yang dibangun oleh perusahaan dengan pelanggannya sepanjang waktu.

Bisnis dapat menggunakan ketiga elemen ini untuk membuat dan menentukan strategi terbaik. Ini akan memberi mereka peluang yang lebih besar untuk memenangkan persaingan dengan menempatkan perusahaan pesaing di bawah tekanan terus-menerus. Menjaga hubungan yang baik dengan konsumen segmen juga dapat membantu penjual dan pelanggan lebih dekat satu sama lain. Ini memungkinkan penjual untuk merespon dengan cepat terhadap keluhan konsumen tentang barang dan jasa mereka. Ini akan membuat pelanggan merasa diperhatikan oleh pemilik bisnis.

C. Indikator Kinerja Usaha

1) Penjualan

Salah satu fungsi pemasaran adalah penjualan, yang memungkinkan bisnis untuk mendapatkan keuntungan dan tetap beroperasi. Jika aktivitas penjualan barang dan jasa tidak dikelola dengan baik, itu akan berdampak langsung pada bisnis. Ini karena sasaran penjualan dan pendapatan yang diharapkan tidak tercapai. Penjualan, menurut Winardi (1998), adalah proses memenuhi kebutuhan pembeli dan penjual melalui pertukaran dan kepentingan. Penjual harus berusaha keras untuk menyakinkan pembeli bahwa sasaran penjualan yang diharapkan akan tercapai dalam hal ini. Perusahaan memiliki tujuan penjualan untuk mencapai jumlah penjualan, menghasilkan keuntungan, dan terus berkembang. Menurut Basu Swastha (2008: 403) dalam penelitian (Gusrizaldi & Komalasari, 2016), ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam penjualan, termasuk kondisi dan kemampuan penjual untuk membuat proses penjualan yang berhasil; kondisi pasar; modal pedagang; dan kondisi organisasi perusahaan. Jadi, perusahaan harus meningkatkan penjualan untuk mendapatkan keuntungan yang paling besar.

Hal ini disebabkan oleh persaingan yang semakin ketat di dunia bisnis saat ini, yang memerlukan perusahaan untuk menerapkan strategi penjualan yang dapat bersaing. Perusahaan dapat gagal mencapai target penjualan mereka karena pelayanan yang buruk dan perubahan selera konsumen yang berubah setiap tahun. Perusahaan mempunyai tujuan dalam penjualan diantaranya adalah untuk mencapai volume penjualan, mendapatkan keuntungan serta menunjang pertumbuhan Perusahaan.

2) Pendapatan

Pendapatan adalah jumlah yang diterima oleh setiap rumah tangga dalam perekonomian tertentu sebagai kompensasi atas penggunaan faktor produksi tertentu yang tersedia bagi mereka. Menurut Tohar M (2000), pendapatan juga dapat didefinisikan sebagai jumlah uang yang diperoleh individu atau keluarga dari jasa setiap bulan. Ini juga dapat didefinisikan sebagai keberhasilan usaha. Untuk guru, penghasilan dapat dinilai dengan melihat manfaat yang mereka terima. Untuk karyawan, bagaimanapun, penghasilan dapat dinilai dengan membandingkan biaya produksi. Pendapatan mencakup upah atau manfaat yang diterima dari pekerjaan, pendapatan, aset seperti saham, obligasi, dan real estat, serta pembayaran yang dilakukan melalui transfer atau penerimaan dari lembaga pemerintah seperti jaminan sosial atau asuransi kesehatan (Suhartika, 2018). Menurut Suparmoko (2000), secara garis besar pendapatan digolongkan menjadi tiga yaitu:

1. Gaji dan upah yang merupakan kompensasi yang diterima seseorang setelah melakukan pekerjaan untuk orang lain dalam jangka waktu tertentu.
2. Pendapatan dari usaha sendiri, yang merupakan nilai total dari hasil produksi dikurangi dengan biaya yang dibayar dan merupakan usaha milik sendiri.
3. Pendapatan dari bisnis alternatif, pendapatan yang diperoleh dari bisnis yang tidak mempekerjakan karyawan dan berasal dari menyewa aset yang dimiliki, seperti hewan, rumah, mobil, dan lainnya.

Tingkat konsumsi masyarakat dipengaruhi oleh pendapatan. Hubungan antara pendapatan dan konsumsi sangat penting dalam masalah ekonomi karena fakta bahwa pengeluaran konsumsi meningkat bersamaan dengan peningkatan pendapatan, dan sebaliknya, pengeluaran konsumsi turun bersamaan dengan penurunan pendapatan (Danil, dkk.). Pengeluaran yang tinggi atau rendah sangat bergantung pada seberapa baik keluarga mengelola pendapatannya. Pendapatan operasional dan non-operasi adalah dua kategori sumber pendapatan.

- a. Pendapatan operasional, adalah pendapatan yang dihasilkan secara langsung dari usaha pokok yang dilakukan oleh suatu perusahaan.
- b. Pendapatan non operasional, adalah pendapatan yang diterima oleh suatu perusahaan dan tidak terkait dengan usaha pokok yang dilakukan oleh perusahaan dalam kegiatan operasionalnya.

3) Modal

Modal adalah ketersediaan jumlah barang yang dibutuhkan oleh masyarakat, atau modal adalah urutan operasi harian yang konsumsi dan produktif. Modal, menurut Mankiw (2003:42), mencakup semua alat yang dimiliki pekerja. Dua jenis modal yang diperlukan untuk menjalankan bisnis adalah investasi dan rekening tabungan kerja. Investasi adalah modal yang digunakan untuk investasi jangka pendek, yang mencakup lebih dari satu tahun, dan dapat digunakan untuk jangka panjang. Rekening tabungan kerja, di sisi lain, adalah pinjaman jangka pendek, yang mencakup lebih dari satu tahun, dan dapat digunakan berulang kali selama proses produksi (Hilyatin, 2019). Setelah ditinjau dari awal, sumber daya dibagi menjadi dua: sumber daya eksternal dan internal. Modal internal adalah modal atau dana yang berasal dari kekayaan milik Perusahaan itu sendiri, bukan dari pinjaman bank, koperasi, atau lainnya. Sebaliknya, modal eksternal merupakan modal yang diperoleh selain dari kekayaan Perusahaan itu sendiri. Tabungan pribadi, tanah, keuntungan bisnis, inventaris, dan peralatan produksi adalah semua komponen modal (Yusni, 2020).

4) Tenaga Kerja

Kualitas tenaga kerja adalah komponen yang sangat penting dalam kegiatan produksi. Ini adalah hasil dari karyawan yang mampu beradaptasi dan memanfaatkan faktor lain untuk mencapai hasil yang bermanfaat. "Tenaga kerja" adalah setiap orang yang memiliki kemampuan untuk melakukan pekerjaan baik di dalam maupun di luar pekerjaan dengan tujuan menghasilkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan. Dalam konteks ekonomi Permintaan didefinisikan sebagai jumlah maksimum suatu barang atau jasa yang dikehendaki seorang pembeli untuk dibelinya pada setiap kemungkinan harga dalam jangka waktu tertentu (Sudarsono, 1990). Terdapat hubungan antara permintaan dengan tenaga, permintaan tenaga kerja adalah hubungan antara tingkat upah dan jumlah pekerja yang dikehendaki oleh pengusaha untuk dipekerjakan. Sedangkan Mulyadi (2003: 59) mengemukakan bahwa tenaga kerja merupakan mereka yang berusia 15-64 tahun atau jumlah seluruh penduduk dalam suatu negara yang dapat memproduksi barang dan jasa jika ada permintaan terhadap tenaga mereka untuk berpartisipasi dalam aktivitas tersebut. Dalam hal tenaga kerja, beberapa hal yang perlu diperhatikan adalah ketersediaan tenaga kerja, kualitas tenaga kerja, dan jenis kelamin yang akan menentukan jenis pekerjaan dan upah.

5) Pemasaran

Pemasaran adalah set aturan dan tujuan yang mengarahkan departemen pemasaran perusahaan dalam operasi sehari-hari. Ini mencakup semua aspek, seperti lokasi, tingkatan, dan tingkat keparahan, terutama dalam hal bagaimana perusahaan menanggapi perubahan lingkungan dan persaingan. Menurut Stanton (2003), menyebutkan bahwa pemasaran adalah sistem yang terdiri dari berbagai tindakan bisnis yang bertujuan untuk merencanakan, menentukan harga barang atau jasa, mempromosikannya, dan mengirimkannya kepada konsumen sehingga konsumen dapat memenuhi kebutuhan mereka. Strategi pemasaran merupakan upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa,

dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Produksi, pemasaran, dan konsumsi adalah tiga komponen yang menentukan harga barang dan jasa.

Menurut Kotler dan Amstrong (2008) menyebutkan bahwa strategi pemasaran adalah logika pemasaran dimana Perusahaan dapat menciptakan nilai bagi customer dan memperoleh keuntungan dari hubungannya dengan konsumen. Di sisi lain, Phillip Kotler mengatakan bahwa strategi pemasaran adalah sudut pandang pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran dan mencakup rencana rinci tentang penetapan posisi, bauran pemasaran, pasar sasaran, dan budget pemasaran. Dalam strategi pemasaran, empat P adalah produk, harga, promosi, dan tempat. Sebuah produk adalah setiap barang yang dijual di pasar dan dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan (Shofwa, 2016). Harga adalah jumlah yang digunakan untuk membeli satu item atau kombinasi item. Oleh karena itu, manajer harus menetapkan strategi harga karena harga adalah salah satu elemen yang dapat menghasilkan harga pemasaran.

Selain itu, tempat berusaha untuk memastikan bahwa konsumen dapat membeli barang atau jasa dengan mudah dari mana pun mereka berada. Namun, promosi adalah cara untuk memberi tahu pelanggan tentang produk baru perusahaan. Menurut Kotler dan Amstrong, *Brand Equity* adalah efek pemisahan yang positif yang dapat diketahui dari bagaimana pelanggan bertindak terhadap barang atau jasa; tentunya, *Brand Equity* dapat berpengaruh terhadap *Brand Loyalty* atau kesetiaan pelanggan terhadap produk tersebut. Dengan demikian, terbentuknya *Brand Equity* yang kuat tentunya dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan secara stabil dan berkelanjutan. Fungsi dan tujuan strategi pemasaran termasuk meningkatkan keinginan untuk melihat masa depan, untuk mengukur hasil pemasaran dengan standar restoran yang telah ditetapkan, merancang strategi pemasaran yang efektif, menentukan tujuan perusahaan menjaga pengawasan atas kegiatan pemasaran.

Setiap bisnis kecil dipengaruhi oleh pemasaran, yang mempengaruhi setiap aspek bisnis, mulai dari keuangan dan produksi hingga perekrutan dan pembelian, dan juga kesuksesan perusahaan. Seiring dengan persaingan yang semakin ketat dan lingkungan bisnis global yang semakin berubah, pemilik bisnis kecil harus menyadari betapa pentingnya membuat strategi pemasaran yang tepat, karena ini menentukan keberhasilan dan keberlanjutan bisnis mereka. Fungsi pemasaran melekat pada seluruh perusahaan kecil, mempengaruhi setiap aspek kegiatan dari keuangan dan produksi hingga perekrutan dan pembelian dan juga dalam kesuksesan perusahaan tersebut. Sejalan dengan lingkungan bisnis global yang semakin bergejolak dan persaingan yang semakin ketat, pemilik Perusahaan kecil harus memahami pentingnya mengembangkan strategi pemasaran yang relevan, kesuksesan dan keberlangsungan hidup mereka bergantung pada hal ini.

6) Aset

Segala sesuatu yang berharga dan bernilai sebagai kekayaan untuk memenuhi kebutuhan disebut aset. Mengidentifikasi kebutuhan aset, mengelola aset, memberikan dukungan logistik, dan memberikan perawatan aset adalah semua tujuan manajemen aset. Oleh karena itu, aset yang dikelola dengan hati-hati dan jujur akan mampu mencapai tujuan perusahaan. Sebaliknya, manajemen aset merupakan salah satu keterampilan yang belum sepenuhnya berkembang dan populer baik di pemerintahan maupun di tempat kerja atau instansi, menurut Siregar, Doli D (2002: 48). Menurut Siregar (2004: 178), barang adalah suatu barang yang memiliki nilai komersial, nilai ekonomi, atau nilai tukar yang dimiliki oleh perusahaan, lembaga, atau individu. Aset dibagi menjadi dua kategori berdasarkan fungsinya: aset operasional dan aset non operasional. Aset operasional adalah harta atau benda yang dibutuhkan perusahaan untuk menjalankan operasinya dan menghasilkan pendapatan, seperti uang tunai, persediaan, mesin, peralatan, dan lainnya. Aset non operasional adalah kekayaan yang tidak digunakan dalam operasi sehari-hari perusahaan.

Namun, investasi jangka pendek, tanah kosong, dan surat-surat berharga masih menghasilkan pendapatan.

7) Laba/keuntungan

Secara struktural, laba adalah hasil proses pendapatan dikurangi beban (Suwardjono, 2014). Keuntungan, di sisi lain, didefinisikan sebagai perbedaan antara pendapatan dan biaya selama periode waktu tertentu. Tingkat keuntungan perusahaan biasanya berbeda untuk setiap industri, menurut teori laba. Ini berlaku untuk perusahaan yang bekerja di tekstil, baja, farmasi, komputer, alat perkantoran, dan lain-lain. Laba adalah imbalan atas usaha perusahaan untuk menghasilkan barang dan jasa. Ini menunjukkan bahwa laba adalah jumlah pendapatan di atas biaya. Biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan operasional perusahaan dikurangi dari pendapatan.

Pendapatan yang besar dari kegiatan utama menunjukkan seberapa efektif manajemen menjalankan perusahaan. Perolehan laba yang besar juga menunjukkan pendapatan yang tinggi. Secara matematis, titik impas (break event point) terjadi ketika pendapatan lebih besar dari biaya dan sebaliknya, pendapatan lebih kecil dari biaya akan menghasilkan kerugian. Pada kenyataannya, tidak selamanya jumlah pendapatan yang diperoleh akan menunjukkan seberapa besar jumlah laba yang diperoleh. Karena pada dasarnya, untuk mendapatkan laba, biaya harus dikurangkan dari pendapatan. Dibagi menjadi empat kategori keuntungan, yaitu:

- a. Laba Kotor yaitu keuntungan yang didapat dari penjualan tetapi belum dikurangi dengan biaya seperti pajak, bunga, gaji karyawan, atau biaya lainnya disebut laba kotor.
- b. Laba Operasional yaitu keuntungan per perusahaan, yang dihitung dengan mengurangi biaya produksi perusahaan, disebut laba operasional.
- c. Laba Sebelum Dikurangi Pajak yaitu laba sebelum dikurangi pajak adalah hasil pengurangan antara total keuntungan dan pajak

penghasilan yang wajib dibayarkan oleh bisnis menurut standar akuntansi keuangan.

- d. Laba Bersih yaitu laba bersih mengacu pada margin keuntungan yang dipengaruhi oleh semua biaya yang terkait dengan operasi bisnis, termasuk gaji. Oleh karena itu, sebagai jumlah keuntungan yang paling pasti, maka laba dikatakan telah menghilangkan semua biaya yang terkait dengan operasi bisnis.

D. Pasar Tradisional

Pasar tradisional, yang memiliki banyak penjual, merupakan salah satu pusat perbelanjaan. Secara ekonomi, pasar adalah tempat atau proses interaksi antara permintaan dan penawaran barang dan jasa tertentu, yang menghasilkan harga pasar. Kotler menyatakan bahwa pasar berfungsi sebagai tempat di mana orang dapat melakukan transaksi untuk memenuhi kebutuhan pembeli dan penjual. Selain itu, dari sudut pandang ekonomi, pasar memiliki fleksibilitas yang lebih besar, yang berarti bahwa ia dapat memenuhi permintaan barang dan jasa dari pembeli dan penjual. Struktur pasar memengaruhi cara pembeli dan penjual bertransaksi, yang memengaruhi proses pengaturan harga dan output. Proses pengaturan harga dan output ditentukan oleh struktur pasar, yang mempengaruhi lingkungan pertukaran dimana pembeli dan penjual berinteraksi. Sedangkan menurut William J. Stanton berpendapat bahwa pasar adalah sekumpulan orang yang memiliki keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja, dan keinginan untuk membelanjakannya.

Pasar berfungsi untuk menyalurkan atau memperlancarkan suatu barang atau jasa dari produsen kepada konsumen. Untuk menghasilkan barang-barang yang diinginkan masyarakat sehingga pergerakan kekuatan permintaan dan penawaran dapat menentukan tingkat harga di pasar. Pasar jenis ini biasanya terbuka, menjual kebutuhan pokok manusia seperti makanan, buah-buahan, sayuran, dan lainnya. Dalam pasar tradisional itu sendiri, masyarakat berubah menjadi konsumen dan produsen. Pasar umumnya dibagi menjadi empat jenis struktur pasar: pasar murni, pasar monopoli, pasar oligopoli, dan pasar monopolistik. Pasar persaingan sempurna adalah suatu pasar di mana ada

banyak pembeli dan penjual, dan barang yang dijual serupa. Beras, gandum, sembako, sayur-sayuran, buah-buahan, dan kebutuhan rumah tangga lainnya adalah beberapa contoh barang yang dijual di pasar ini. Pasar persaingan sempurna adalah pasar di mana harga tidak dapat ditentukan oleh interaksi dan kesepakatan antara penawaran dan permintaan. Pasar persaingan sempurna terdiri dari produk yang sama, pengetahuan yang sama, output yang relatif kecil, ketentuan harga pasar, dan kebebasan keluar masuk pasar.

Pasar tradisional merupakan salah satu pendongkrak perekonomian kalangan menengah bawah sehingga memberikan efek yang baik bagi sebuah kota. Bagi kota yang umumnya individualis, sisi kekeluargaan antara pembeli dan penjual menjadi salah satu pemandangan yang indah; istilah langganan bahkan menggambarkan hubungan antar anggota masyarakat yang lebih dekat daripada hanya menjadi pembeli di pasar. Pedagang pakaian, daging, dan sayur-buahan adalah produk dari pasar tradisional. Jadi, menurut peneliti, adalah tempat di mana penjual dan pembeli bertemu untuk menyalurkan barang atau jasa yang dibuat, dan proses tawar menawar terjadi antara mereka. Pasar tradisional juga humanis, yang memungkinkan pedagang untuk membangun hubungan dan kedekatan "kekeluargaan" dengan pembeli. Selaras dengan hal tersebut bahwa faktor kualitas layanan dan identifikasi konsumen memainkan bagian penting untuk mendorong konsumen berbelanja atau melakukan pembelian kembali di pasar tradisional. Dengan hubungan yang ramah dan saling mengenal antara pedagang dan pembeli, menjadi karakteristik yang khas bagi pasar tradisional (Rahadi, 2012).

Pasar tradisional terdiri dari beberapa kios, gerai, dan los yang dibuka oleh penjual dan di mana terjadi transaksi secara langsung dan tawar-menawar, menurut Herman Malono (2011). Dalam hal fungsi pasar sebagai penentu nilai, ini berkaitan dengan apa yang harus dihasilkan oleh suatu perekonomian sehingga produsen cenderung menghasilkan barang-barang yang lebih diinginkan masyarakat daripada barang-barang yang tidak diinginkan. Akibatnya, tingkat harga pasar dapat dipengaruhi oleh pergerakan kekuatan permintaan dan penawaran. Pasar tradisional dapat melakukan banyak hal

untuk ekonomi, seperti menghasilkan salah satu sumber pendapatan asli daerah melalui pembayaran pedagang; akumulasi jual beli di pasar merupakan komponen penting dalam menghitung tingkat pertumbuhan ekonomi di berbagai skala; dan menjaga produk kebudayaan lokal seperti makanan (Lukito, 2018).

1. Ciri-ciri pasar tradisional:

- a) Produk utama di pasar ini adalah kebutuhan rumah tangga, seperti bahan makanan mentah.
- b) Transaksi jual beli dilakukan melalui proses tawar menawar harga barang antara penjual dan pembeli.
- c) Harga barang relatif murah dan sangat terjangkau
- d) Area pasar tradisional biasanya terbuka.
- e) Faktor-faktor yang memengaruhi penjualan adalah harga barang, lokasi, dan pelayanan penjual.

2. Jenis pasar tradisional

Pasar dibagi menjadi beberapa kategori berdasarkan jenis aktivitasnya yaitu:

- 1) Pasar eceran, di mana barang diminta dan dijual secara eceran atau satuan.
- 2) Pasar grosir, dimana di mana barang diminta dan dijual dalam jumlah besar.
- 3) Pasar induk, yang merupakan pasar yang lebih besar daripada pasar grosir dan berfungsi sebagai lokasi untuk mengumpulkan dan menyimpan makanan.

3. Kelebihan pasar tradisional

- a) Tidak ada monopoli pasar oleh produsen tertentu.
- b) Pendapatan para penjual cenderung merata, tergantung cara bernegosiasi dengan para pembeli
- c) Pemerintah tidak dapat mengganggu operasi di pasar ini.
- d) Penjual memiliki kemampuan untuk masuk dan keluar pasar dengan mudah.

4. Kekurangan pasar tradisional

- a) Pasar ini sangat terikat dengan budaya lokal sehingga sulit untuk berubah.
- b) Nilai atau harga suatu barang pada pasar ini didasarkan pada proses tawar menawar dan tidak ada standar baku.
- c) Produk yang dijual terbatas karena bergantung pada kekayaan alam, seperti ternak dan sayuran.
- d) Kemasan atau penampilan barang di pasar seringkali tidak menarik, yang membuat pasar tradisional menjadi kurang dilirik oleh publik.
- e) Masalah keamanan dan kenyamanan berbelanja masih menjadi masalah yang sering terjadi.

Dibutuhkan adanya pasar yang dapat berfungsi secara optimal dan efisien untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, karena pasar tradisional berfungsi sebagai salah satu cara untuk menggerakkan perkembangan perekonomian suatu wilayah. Pemerintah harus membuat kebijakan regulasi untuk memperbaiki sarana dan prasarana pasar serta membenahi manajemen pasar sebagai tanggapan atas meningkatnya persaingan di bisnis ritel. Pasar tradisional memiliki karakteristik sosial yang unik karena kecenderungan masyarakat Indonesia untuk bersosialisasi, seperti ketika pembeli memiliki langganan pedagang dan sebaliknya. Karena itu, untuk memiliki transaksi jual beli yang unik, sangat penting untuk menjalin hubungan antara penjual dan pembeli.

E. Revitalisasi Pasar

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) revitalisasi adalah proses, cara, perbuatan menghidupkan atau menggiatkan kembali. Jadi, revitalisasi pasar tradisional adalah upaya untuk menghidupkan kembali aktivitas pasar untuk meningkatkan bisnis dan pertumbuhan ekonomi di daerah tertentu. Dalam pasar, keramaian yang disebabkan oleh barang dagangan yang penuh dapat menyebabkan ketidakjelasan. Ini terjadi karena banyak bidang tertutup dan tidak ada tanda atau penunjuk arah. Oleh karena itu, revitalisasi diharapkan akan membuat orang lebih nyaman membeli barang di pasar

tradisional. Tujuan revitalisasi pasar adalah untuk mengubah pasar konvensional dan meningkatkan mekanisme pasar konvensional sebagai bukti kerja sama pemerintah dengan masyarakat. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam proses revitalisasi kawasan berdasarkan peraturan Menteri Pekerjaan Umum No. 18/PRT/M/2010 adalah sebagai berikut:

- a. Menentukan standar untuk revitalisasi, termasuk pemilihan sistem yang akan direvitalisasi dan tingkat penurunan produktivitas kerja.
- b. Memberikan penilaian terhadap hal yang akan direvitalisasi, meliputi vitalis sistem yang akan dibuat serta penilaian terhadap produktivitas kerja dari sistem yang akan dijalankan.
- c. Menentukan potensi keberhasilan revitalisasi dengan mempertimbangkan keefektifan hasil dari revitalisasi yang telah dilakukan dengan membuat rancangan sistem yang akan direvitalisasi.
- d. Menyusun kegiatan berdasarkan kompleksitas yang akan direvitalisasi.

Ruang adalah tempat di mana kegiatan manusia berlangsung, yaitu di tempat yang dibatasi oleh sisi yang melingkupinya dan mampu memberikan kenyamanan yang mencukupi bagi pemakainya. Pasar tradisional adalah salah satu ruang publik yang digunakan untuk berjualan, sirkulasi, dan mengarahkan orang. Untuk pasar, ruang publik pasar terdiri dari area pintu masuk, tangga dan eskalator, ruang penerima, sirkulasi, dan halaman.

1. Tujuan Revitalisasi

Selain itu, secara lebih spesifik tujuan dari revitalisasi pasar tradisional adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan persaingan antara pasar tradisional dan pasar modern untuk meningkatkan omset pedagang.
- b. Meningkatkan layanan dan akses konsumen, sekaligus menjadikan pasar tradisional sebagai penggerak ekonomi lokal.
- c. Mewujudkan pasar tradisional yang bersih, sehat, nyaman dan aman sehingga dapat menjadi tujuan tetap belanja serta referensi dalam pembangunan pasar-pasar lainnya.

Revitalisasi pasar tradisional dapat membantu membangun basis ekonomi kerakyatan, yang sangat bermanfaat ketika pasar dapat berkembang dan kembali berfungsi sebagai ruang publik. Desain pasar, seperti susunan kios, sirkulasi, dan penggunaan ruang untuk interaksi antara pelaku pasar, semuanya terkait dengan revitalisasi pasar. Menurut Lukito (2018), perilaku manusia di lingkungan adalah proses interaksi antara manusia dan lingkungan mereka, yang mencakup motivasi dan kebutuhan individu atau sosial. Jika ekonomi sebuah masyarakat berkembang dengan baik, kualitas hidup masyarakat akan meningkat. Revitalisasi pasar adalah salah satu cara yang harus dilakukan. karena bagaimana kemiskinan ditangani juga oleh masalah pasar tradisional. Program revitalisasi diharapkan dapat menguntungkan masyarakat. Masyarakat lebih suka berbelanja di pasar tradisional berkat ketetapan dan pengelolaan yang baik. Dengan adanya program revitalisasi diharapkan dapat memberikan keuntungan bagi masyarakat. Penataan dan manajemen yang baik, memungkinkan masyarakat lebih nyaman dalam berbelanja di pasar tradisional.

2. Standar dan sasaran kebijakan

Dalam implementasi kebijakan, standar dan sasaran sangat penting. Sama seperti kebijakan revitalisasi pasar tradisional, kebijakan harus memiliki ukuran dan tujuan yang jelas, yang akan membantu kebijakan dilaksanakan dengan baik. Menurut Grindle, dua variabel utama yang menentukan keberhasilan pelaksanaan kebijakan publik adalah variabel konten dan variabel konteks (Suwitri, 2009: 86). Variabel konten mencakup apa yang terkandung dalam isi kebijakan publik yang berdampak pada proses pelaksanaannya. Variabel konten dapat dibagi menjadi enam komponen, yaitu:

- a. Kepentingan kelompok sasaran yang dipengaruhi oleh kebijakan, termasuk sejauh mana kepentingan kelompok sasaran tercakup dalam isi kebijakan.

- b. Tipe manfaat dalam konten kebijakan, yang menunjukkan atau menjelaskan bahwa kebijakan harus mengandung manfaat yang memuat dan berdampak positif pada pelaksanaannya.
- c. Derajat perubahan yang diinginkan dari adanya kebijakan sejauh mana perubahan yang diinginkan dan menunjukkan seberapa besar perubahan yang ingin dicapai melalui adanya sebuah implementasi kebijakan harus memiliki skala yang jelas.
- d. Letak pengambilan keputusan merupakan bagian penting dari pelaksanaan kebijakan, oleh karena itu harus dijelaskan di mana suatu kebijakan akan diimplementasikan.
- e. Pelaksanaan program dalam pelaksanaan kebijakan harus didukung oleh pelaksana kebijakan yang berpengalaman dan mampu menjamin keberhasilan suatu kebijakan.
- f. Sumber daya yang dilibatkan dalam pelaksanaan kebijakan harus dilengkapi dengan sumber daya yang mampu menjamin keberhasilan suatu kebijakan.

3. Tahapan Revitalisasi

Menurut Piagam Burra (1988) dalam penelitian (Afifah dkk., t.t.) revitalisasi adalah menghidupkan lagi kegiatan sosial dan ekonomi suatu bangunan atau lingkungan bersejarah yang telah kehilangan vitalitas fungsi aslinya dengan memasukkan fungsi baru sebagai daya tarik agar bangunan atau lingkungan tersebut dapat lebih hidup kembali. Menurut Daniswaro (2000), revitalisasi adalah proses yang sangat kompleks yang memerlukan waktu dan harus melalui tahapan berikut:

- a. Intervensi Fisik, merupakan pendekatan yang berbasis pada teori-teori berikut dapat digunakan dalam perancangan kota untuk melakukan intervensi fisik bangunan baru pada kawasan konservasi yang dilestarikan.
 - a) *Architecture in Context* (Brolin, 1980); yang mempelajari bagaimana merancang visual yang baik pada bangunan baru ke dalam lingkungan lama.

- b) *Context and Contrast* (Hedman, 1984); mendesain secara kontekstual, yang berarti membuat hubungan visual yang cukup antara bangunan yang ada dan proyek yang diusulkan untuk penggunaan Adaptif.
- c) *Adaptive Use* (Fitch, 1992); Ini adalah metode yang memanfaatkan struktur sejarah untuk fungsi atau aktivitas dengan mempertimbangkan perkembangan kebutuhan, seperti nilai ekonomi.
- b. Rehabilitasi, yakni dalam jangka pendek, perbaikan fisik wilayah diharapkan dapat memungkinkan pertumbuhan ekonomi informal dan formal, yang dikenal sebagai pertumbuhan ekonomi lokal (Hall dalam Wongso, 2006). Revitalisasi membutuhkan banyak fungsi untuk mendorong aktivitas ekonomi dan sosial.
- c. Revitalisasi Sosial atau Institusional, menciptakan sebuah kawasan lingkungan yang menarik merupakan keberhasilan dari revitalisasi, karena itu bukan hanya tempat yang indah; itu berarti bahwa aktivitas tersebut harus berdampak positif untuk meningkatkan dinamika dan kehidupan sosial masyarakat.
- d. Manajemen, revitalisasi dapat mengembangkan sistem pengelolaan pasar yang secara jelas mengatur aspek-aspek seperti hak dan kewajiban pedagang, tata cara penempatan dan pembiayaan, fasilitas yang tersedia, standar operasional prosedur manajemen, dan layanan pasar.

F. Kajian Pustaka

Kajian Pustaka berisi tentang kajian literatur yang relevan dengan pokok bahasan yang akan diteliti dengan tujuan agar peneliti dapat menggali informasi secara lebih mendalam dan terperinci terkait topik penelitian yang dikaji. Literatur yang dipilih bisa dari buku-buku, jurnal, skripsi dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini, bahan kajian Pustaka yang berkaitan dengan penelitian penulis antara lain:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Kadek Cyntia Pratiwi dan I Nengah Kartika (2019) dengan judul Analisis Efektivitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Pedagang dan Pengelolaan Pasar Pohgading. Penelitian ini menggunakan analisis deskripsi dan uji beda dua rata-rata sampel berpasangan. Hasil penelitian diperoleh bahwa tingkat keberhasilan program revitalisasi pasar tradisional cukup efektif dan terdapat peningkatan pendapatan pedagang setelah dilaksanakannya program revitalisasi pasar.

Kedua, Penelitian yang dilakukan oleh Santi Merlinda, Sri Umi Mintarti Widjaja (2020) dengan judul *Revitalization Strategy of Traditional Market (a case study in Malang)*. Penelitian ini menggunakan metode *Analytic Hierachy Process* (AHP) dengan membandingkan strategi dan alternatif strategi yang diperlukan untuk mencapai tujuan revitalisasi pasar. Hasil penelitian menemukan bahwa peningkatan kualitas dan peningkatan fasilitas fisik untuk revitalisasi pasar adalah strategi utama, dan peningkatan sistem pengelolaan sampah adalah strategi alternatif. Selain itu, untuk menarik konsumen untuk berbelanja, harga produk harus diperbarui melalui media sosial dan iklan layanan masyarakat.

Ketiga, Penelitian yang dilakukan oleh Soeleiman (2021) dengan judul *Perilaku Kewirausahaan Terhadap Perspektif Kinerja Usaha Pedagang Pasar*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang berusaha mengkonstruksi realitas dan maknanya. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa pedagang telah berusaha untuk mempercepat usahanya, tetapi tidak berhasil. Ini disebabkan oleh ketidakmampuan mereka untuk melakukan inovasi atau memahami konsep tersebut. Studi ini menemukan bahwa para pedagang pasar dapat membaca peluang, seperti saat panen atau hari besar, ketika banyak orang datang, sehingga mereka dapat mengisi stok barang dagangannya. Jadi, pedagang memiliki banyak opsi untuk meningkatkan penjualan, seperti membuat produk baru dan menyediakan layanan yang lebih baik.

Keempat, Penelitian yang dilakukan oleh M. Hadi Muktadir dan Moneyzar Usman (2023) dengan judul Dampak Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Kondisi Ekonomi Pedagang Pasar Tani Kota Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metodologi deskriptif-komparatif. Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui dampak kebijakan revitalisasi dalam kondisi ekonomi yang diukur melalui tiga indikator yaitu peningkatan pendapatan, jumlah segmen usaha, dan penyerapan tenaga kerja. Penelitian ini mengungkap bahwa dorongan masyarakat untuk mendirikan bisnis baru menyebabkan peningkatan penyerapan tenaga kerja. Namun, dampak negatifnya adalah pelanggan lebih suka berbelanja di tempat yang lebih mudah diakses seperti penjual di pinggir jalan.

Kelima, Penelitian yang dilakukan oleh Dwi Mayangsari, Ayu Rencana, Nyoman Yulianthini, Amanda Dewanti (2023) dengan judul Peningkatan Kinerja Usaha Pedagang Pasar Banyuasri Singaraja Melalui Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis jalur. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa digitalisasi layanan keuangan memerlukan terkait literasi keuangan agar pemilik usaha dapat menginvestasikan modal dan mengelola keuangan dengan menggunakan layanan keuangan. Dengan literasi keuangan, masyarakat tentunya akan dididik untuk merencanakan dan mengelola lembaga keuangan yang legal, sehingga mengurangi resiko masyarakat untuk terjatuh dalam kasus keuangan ilegal.

Keenam, Penelitian yang dilakukan oleh Simon Radipere dan Stepherd Dhliwayo (2014) dengan *The Role of Age and Business Performance in the South African Small Enterprise Sector*. Penelitian ini menggunakan desain *ex post facto* dan *cross sectional* yang mengasumsikan hubungan sebab akibat serta kesimpulan statistik tentang bagaimana keseluruhan populasi akan diambil berdasarkan sampel yang representatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh usia usaha dan ukuran usaha terhadap kinerja usaha di sektor kecil Afrika Selatan. Hasil penelitian diperoleh bahwa secara efektif

penggunaan karyawan dapat meningkatkan kinerja usaha, dan karyawan yang terlatih akan lebih menguasai teknologi serta mudah memahami pentingnya teknologi bagi suatu usaha. kemudian penelitian ini mengungkap bahwa tidak terdapat perbedaan antara usia dan ukuran usaha terhadap kinerja melainkan pendekatan siklus hidup perusahaan atau industri dapat menjadi dasar analisis yang tepat.

Ketujuh, Penelitian yang dilakukan oleh Augusto da Conceicao Soares (2023) dengan judul *The Effect of Business Strategy on Business Performance Moderated by Enviromental Dynamic (Study on SMEs in Timor Leste)*. Penelitian ini menggunakan *Generalized Structured Component Analysis* (GSCA). Hasil penelitian diperoleh bahwa terdapat pengaruh positif strategi bisnis terhadap kinerja usaha, artinya semakin tepat suatu strategi bisnis maka akan semakin tinggi kinerja usaha kecil menengah. Selain itu kinerja usaha juga berpengaruh positif terhadap dinamika lingkungan.

Tabel 2
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Judul	Hasil	Perbedaan dan Persamaan
1.	(Pratiwi & Kartika, 2019) Analisis Efektivitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Pedagang dan Pengelolaan Pasar Pohgading	Ditunjukkan bahwa program revitalisasi pasar konvensional memiliki tingkat keberhasilan yang cukup tinggi, dan pendapatan pedagang meningkat sebagai hasil dari pelaksanaannya.	Perbedaan = Jenis penelitiannya menggunakan pendekatan kuantitatif. Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Persamaan = variabel yang diteliti sama-sama mengenai revitalisasi pasar.
2.	Santi Merlinda, Sri Umi Mintarti Widjaja (2020) <i>Revitalization</i>	Untuk merevitalisasi pasar dan menarik konsumen untuk berbelanja melalui	Perbedaan = Penelitian ini menggunakan metode <i>Analytic Hierachy Process</i>

	<i>Strategy of Traditional Markets (a case study in Malang)</i>	iklan dan promosi, peningkatan kualitas dan sarana fisik pasar adalah strategi utama.	(AHP) dengan membandingkan strategi dan alternatif strategi yang diperlukan untuk mencapai tujuan revitalisasi pasar yaitu untuk meningkatkan kunjungan masyarakat ke pasar tradisional. Sedangkan peneliti menggunakan jenis penelitian lapangan (<i>field research</i>). Persamaan = Objek penelitian yang digunakan adalah sama-sama terkait revitalisasi pasar.
3.	(Soeleiman & Leksono, 2021) Perilaku Kewirausahaan Terhadap Perspektif Kinerja Usaha Pedagang Pasar	Pedagang tidak memiliki pemahaman yang cukup tentang konsep inovasi dan memberikan layanan yang lebih baik kepada pelanggan. Akibatnya, penyerapan tenaga kerja semakin meningkat karena dorongan masyarakat untuk mendirikan bisnis baru.	Penelitian ini berfokus pada perilaku kewirausahaan, sedangkan penelitian selanjutnya berfokus pada kinerja usaha pedagang pasca revitalisasi pasar tradisional. Persamaan= sama-sama membahas mengenai kinerja usaha.
4.	(Muktadir & Usman, 2023) Dampak Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Kondisi Ekonomi Pedagang Pasar Tani Kota	Penyertaan tenaga kerja meningkat, yang disebabkan oleh dorongan masyarakat untuk mendirikan bisnis baru.	Perbedaan = Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan SPSS. Sedangkan pada peneliti sendiri menggunakan jenis penelitian kualitatif dan variabel yang akan diteliti adalah terkait kinerja usaha pedagang.

	Bandar Lampung.		Persamaan = Variabel yang diteliti sama-sama tentang revitalisasi pasar dan objek yang diteliti adalah pedagang.
5.	(Made dkk., 2023) Peningkatan Kinerja Usaha Pedagang Pasar Banyuasri Singaraja Melalui Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan.	Literasi keuangan akan mengajarkan orang-orang untuk merencanakan dan mengelola lembaga keuangan yang legal, sehingga mereka dapat mengurangi resiko mereka untuk terjat dalam kasus keuangan ilegal.	Perbedaan = Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif analisis jalur. Fokus penelitian kinerja usaha pada penelitian ini membahas tentang pengaruh langsung maupun tidak langsung literasi dan inklusi keuangan terhadap kinerja usaha. Sedangkan pada penelitian ini berfokus pada kinerja usaha pedagang pasca revitalisasi pasar. Persamaan = Objek penelitian yang digunakan sama dengan penelitian penulis yaitu membahas kinerja usaha.
6.	(Dhliwayo & Radipere, 2014) <i>The Role of Age and Business Performance in the South African Small Enterprise Sector.</i>	Penggunaan karyawan dapat meningkatkan kinerja bisnis, dan keahlian seperti penguasaan teknologi sangat penting bagi perusahaan.	Perbedaan = Penelitian ini berfokus pada penggunaan karyawan dalam kinerja usaha, sedangkan pada penelitian ini akan mengkaji terkait masing-masing indikator kinerja usaha. Persamaan = variabel yang diteliti adalah kinerja usaha.
7.	(Soares, 2023) <i>The Effect of Business Strategy on Business</i>	Semakin tepat suatu strategi bisnis maka akan semakin tinggi kinerja usaha kecil menengah. Selain itu	Perbedaan = Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi bisnis terhadap kinerja usaha dan

	<i>Performance Moderated by Enviromental Dynamic (Study on SMEs in Timor Leste)</i>	kinerja usaha akan berpengaruh positif terhadap dinamika lingkungan.	dinamika lingkungan. Penelitian ini menggunakan <i>Generalized Structured Component Analysis</i> (GSCA). Sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Persamaan= Objek yang diteliti sama-sama tentang kinerja usaha.
--	---	--	--

G. Kajian Teologis

1. Al- Qur'an

Setiap muslim pada dasarnya akan menginginkan keberhasilan serta kebahagiaan di dunia dalam islam. Salah satu cara seseorang dapat mendapatkan rezeki dalam agama Islam adalah dengan berdagang. Sebaik-baiknya pekerjaan adalah menjadi seorang wirausaha atau pedagang, selalu menjaga amanah, tidak berdusta, tidak mencela, dll. Pedagang yang menerapkan etos kerja islami dalam bisnis mereka, yang berasal dari keyakinan atau aqidah islam yang didasarkan pada Al-Qur'an dan Hadits, akan memberikan motivasi yang signifikan bagi mereka untuk tetap bersemangat dalam pekerjaan mereka dan dapat meningkatkan kinerja perusahaan mereka. (Ramadhan & Ryandono, 2015).

a. Surat At-Taubah ayat 105

Dalam agama Islam, digariskan bahwa tujuan dari pekerjaan adalah untuk membantu kita beribadah kepada Allah Swt. Jadi, ketika seseorang menghabiskan waktunya untuk bekerja secara halal, dia akan mendapatkan keberkahan dalam hidupnya. Tujuan bekerja dalam Islam mencakup tujuan jangka pendek serta tujuan akhirat. Oleh karena itu, ukuran keberhasilan pekerjaan tidak hanya kekayaan dan jabatan, tetapi juga cara bekerja dan menggunakan hasil kerja sehingga tidak berdampak negatif pada orang lain. seperti yang disebutkan Allah SWT dalam surah At-Taubah ayat 105.

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ اِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ
وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

Artinya:

“Katakanlah (Nabi Muhammad), “Bekerjalah! Maka, Allah, rasul-Nya, dan orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu. Kamu akan dikembalikan kepada (Zat) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata. Lalu, Dia akan memberitakan kepada kamu apa yang selama ini kamu kerjakan.” (Q.S At-Taubah/9: 105)

Buya Hamka dalam Tafsir Al-Azhar menjelaskan kata “amal” dalam ayat tersebut maknanya berarti pekerjaan, usaha, atau keaktifan hidup. Hal ini sejalan dengan firman Allah dalam surat Al-Isra ayat 84 yang memerintahkan umat islam, untuk bekerja sesuai dengan bakat dan kemampuan yang kita miliki (Hamka, t.t.). Sementara itu dalam kitab Tafsir Al-Misbah mengatakan terkait Surat At-Taubah ayat 105 berisikan untuk melanjutkan perintah untuk beramal saleh walaupun taubat telah diterima, manusia telah kehilangan waktu yang dapat diisi dengan kebajikan, maka sangatlah penting untuk giat beramal agar kerugian tersebut tidak terlalu besar (Shihab, 2002).

Jadi Allah SWT memerintahkan hambanya untuk tidak bermalas-malasan dan memanfaatkan waktu dengan baik. Orang-orang di lingkungan tempat kerja saling melengkapi dan mengisi satu sama lain. Islam mewajibkan setiap orang untuk bekerja agar dapat membantu dirinya sendiri dan masyarakat. Manusia juga memiliki kebebasan untuk memilih jenis pekerjaan yang mereka sukai sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan mereka. Prinsip-prinsip etika bisnis islam, seperti jujur dalam menakar dan menimbang, menjual barang halal dan baik, dapat menghasilkan keberkahan, sehingga bisnis terhindar dari riba dan tidak melalaikan ibadah. Oleh karena itu lingkungan kerja seseorang juga berpengaruh terhadap sebuah kinerja.

b. Q.S Al-Baqarah ayat 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ
بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ
رَبِّهِ فَاتْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ



Artinya:

“Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya.” (Q.S Al-Baqarah/1: 275)

Ayat di atas menjelaskan bahwa riba adalah perbuatan setan dan dilarang oleh agama Islam. Karena pikiran dan hati mereka tertuju pada materi dan penambahannya, mereka yang memakan riba selalu bingung dan tidak tenang. Riba, di sisi lain, berarti pengambilan tambahan saat melakukan transaksi jual beli, yang bertentangan dengan hukum Islam. Allah SWT melarang jual beli dan riba. Dimana merugikan salah satu pihak, jual beli dapat menguntungkan penjual dan pembeli. Bagi produsen, keuntungan maksimal telah menjadi sebuah insentif yang sangat kuat untuk melakukan produksi. Akibat motivasi untuk mencari keuntungan maksimal seringkali menyebabkan produsen mengabaikan etika dan tanggung jawab sosialnya.

Seorang produsen muslim akan berupaya mencari keuntungan yang mampu memberikan kemaslahatan tidak hanya bagi dirinya sendiri, namun juga bagi lingkungan sekitar termasuk konsumen.

Pengertian riba dalam Al-Qur'an adalah setiap penambahan yang diambil tanpa adanya satu transaksi pengganti atau penyeimbang yang dibenarkan oleh syariah. Maksud dari transaksi pengganti adalah transaksi bisnis atau komersial yang berdasar adanya penambahan tersebut secara adil, seperti transaksi jual beli, gadai, sewa, atau bagi hasil proyek.

Menurut Ibnu Qayyim, riba dibagi menjadi dua macam yaitu nasi'ah dan riba fadl. Riba nasi'ah, adalah jenis riba yang digunakan pada zaman jahilliyah. Dalam hal ada penjadwalan hutang, para debitur memberikan bunga pokok pinjaman. Ketika pemberi pinjaman membebaskan uang atau bunga tambahan untuk menunda pembayaran utang, ini terjadi. Riba ini dilarang dalam agama Islam, menurut Ibnu Qayyim dan para ulama. Contoh dari riba nasi'ah adalah pinjaman uang dengan bunga dan kartu kredit dengan bunga. Sedangkan riba fadl, merupakan jenis riba yang terjadi ketika dua barang dagangan yang sama dipertukarkan, tetapi salah satu pihak memberikan lebih banyak barang dari pihak lainnya, kelebihan ini telah ditetapkan dan diterima. Menurut Ibn Qayyim dan para ulama, agama Islam melarang riba ini. Contohnya pertukaran emas dengan emas dengan tambahan (Nasiroh & Khusniati, 2023).

Pendekatan Ibnu Qayyim, yang menekankan pentingnya transaksi keuangan yang adil dan pelarangan riba, menunjukkan cara prinsip-prinsip syariah dalam ekonomi dapat menyelesaikan masalah ini. Ibnu Qayyim melihat riba sebagai bentuk eksploitasi yang merugikan masyarakat dan membebani individu dengan utang yang memaksakan mereka untuk bergantung pada pemberi pinjaman. Pasar harus berlaku secara adil dan melibatkan kerja sama yang dipimpin dan pemerintah harus mengawasi pasar agar tidak terjadi monopoli, sogok, paksaan, dan sebagainya. Kemudian dalam hal menentukan harga barang di pasar, bahwa harga harus diserahkan pada pasar, yaitu berdasarkan kekuatan permintaan dan penawaran pasar.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu suatu penelitian yang dilakukan di lokasi penelitian dengan menyediakan analisis fenomena dalam bidang studi tertentu. Penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang dilakukan dalam situasi alami (*natural setting*) sehingga juga disebut sebagai metode etnografi. Metode penelitian kualitatif dapat dilakukan secara insentif, sehingga peneliti dapat berpartisipasi di lapangan, mencatat dengan cermat apa yang terjadi, melakukan analisis reflektif terhadap berbagai dokumen yang ditemukan di lapangan, dan terakhir membuat laporan penelitian secara rinci. Namun dalam penelitian kualitatif tidak menekankan pada generalisasi melainkan transferability.

Selain itu, dalam penelitian kualitatif yang bertujuan untuk mencakup rentang yang lebih luas dan lebih representatif dari proses, hubungan antara variabel pada objek yang diamati lebih interaktif yang berarti variabel independen dan dependennya tidak diketahui. Oleh karena itu penelitian yang dilakukan menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif, karena lebih cenderung mengklasifikasikan suatu gejala dan kenyataan yang ada, yang bertujuan untuk menganalisis kinerja usaha pedagang pasca revitalisasi di pasar Randudongkal. Sesuai dengan yang dijelaskan oleh Sugiono (2019) deskriptif merupakan metode penelitian yang dapat digunakan untuk menjabarkan segala bentuk pengetahuan yang seluas-luasnya terhadap suatu objek yang diteliti.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Pasar Randudongkal, yang beralamat di dusun III Randudongkal, Kecamatan Randudongkal, Kabupaten Pemalang, Jawa Tengah 52353. Penelitian ini dilakukan pada bulan April hingga bulan Juni 2024.

C. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitiannya adalah para pedagang pasar tradisional Randudongkal. Alasan memilih pedagang sebagai subyek penelitian ini adalah karena pasca revitalisasi pasar, para pedagang mengalami dampak yang serius. Oleh karena itu penelitian ini berupaya untuk mengetahui lebih lanjut terkait kinerja usaha yang dilakukan oleh para pedagang untuk mencapai keberhasilan yang diinginkan.

b. Objek Penelitian

Menurut Spradley menyatakan bahwa objek penelitian yang akan diobservasi dinamakan situasi sosial yang terdiri dari tempat (*place*), pelaku (*actor*), dan aktivitas (*activities*). Objek penelitian yang akan diteliti adalah kinerja usaha pedagang pasca revitalisasi pasar.

D. Jenis dan Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang dilakukan secara langsung. Dalam hal ini data penelitian bersumber langsung dari objek penelitian seperti hasil wawancara secara langsung dengan responden. Sumber data primer dalam penelitian ini yaitu wawancara kepada para pedagang pasar tradisional dan pengelola pasar terkait. Dari 86 pedagang, penulis mengambil sampel kepada beberapa pedagang yang dalam usahanya mengalami penurunan atau peningkatan usaha dengan mempertimbangkan kinerja usaha yang dilakukan.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data ini diperoleh dari kepustakaan seperti buku-buku maupun jurnal peneliti sebelumnya yang berkaitan dengan keberhasilan kinerja usaha pedagang pasar. Menurut Sugiono (2019: 296) sumber data sekunder memberikan data kepada pengumpul data melalui orang lain maupun dokumen.

E. Teknik Pengumpulan data

1. Observasi

Tujuan dari teknik pengamatan adalah untuk mengumpulkan data secara langsung dari lapangan. Menurut Sugiono, observasi dibagi menjadi

dua kategori yaitu observasi terstruktur dan observasi tidak terstruktur. Sebuah observasi terstruktur adalah salah satu dimana peneliti dapat mengakses set data, sedangkan observasi tidak terstruktur adalah dimana peneliti tidak dapat secara akurat memprediksi apa yang akan diamati. Sebaliknya, penelitian ini menggunakan model observasi terstruktur yang dilakukan di Pasar Randudongkal, Kabupaten Pemalang.

2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang digunakan ketika peneliti ingin melakukan penelitian eksploratif untuk mengidentifikasi subjek penelitian potensial dan memahami jawaban yang lebih rinci. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan ingin mengetahui lebih mendalam terkait dengan responden (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan kepada pedagang Pasar Randudongkal.

3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mencari data yang diperoleh dari dokumen berupa Tulisan maupun gambar. Dokumentasi adalah proses mengumpulkan data dengan perhatian dan pertimbangan secara detail untuk pengumpulan data kualitatif. Oleh karena itu peneliti mengumpulkan dokumentasi yang terdiri dari pedagang pasar serta kondisi pasar Randudongkal seperti toilet, musholla, eskalator dan lainnya.

F. Teknik Analisis Data

Analisa data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Menurut Miles and Huberman (1984), mengatakan bahwa dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menghasilkan hasil akhir dari data yang dikumpulkan, yang harus diperoleh dengan cara deskriptif. Analisis deskriptif adalah jenis analisis yang digunakan untuk menggambarkan

atau mengilustrasikan data yang telah dikumpulkan tanpa harus membuat asumsi tentang populasi umum atau yang lebih luas. Ada metode lain untuk analisis data, dalam penelitian ini penulis menggunakan metode Miles & Huberman. Tiga tahap analisis model data interaktif ini adalah sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Tahap pertama dalam menganalisis data yaitu dengan melakukan reduksi data. Reduksi data bertujuan dalam proses pengumpulan data bagi peneliti untuk melihat gambaran data secara lebih jelas dan terperinci (Sugiyono, 2019). Dalam mereduksi data tentunya peneliti tidak lepas dari teori dari tujuan yang akan dicapai. Dalam kasus ini, peneliti mengumpulkan informasi dan memprioritaskan faktor-faktor yang relevan, serta fokus pada rincian penting dan tema-tema yang jelas terkait dengan kinerja usaha pedagang pasca revitalisasi pasar.

2. Penyajian Data

Langkah selanjutnya dalam penelitian kualitatif yaitu penyajian data yang dapat berupa tabel, grafik, dan sejenisnya. Dalam hal ini Miles & Huberman (1984) menemukan "*the most frequent form of display data for qualitative research data in the past has been narrative text*". Tujuan dari penyajian data adalah untuk mempermudah proses pemahaman, serta perencanaan suatu data (Sugiyono, 2019: 325). Dalam penelitian ini, hasil data yang disajikan berbentuk deskripsi yang berisi informasi mengenai kinerja usaha pedagang pasar Randudongkal pasca revitalisasi.

3. Penarikan Simpulan

Adapun tahap ketiga setelah penyajian data kualitatif menurut Miles dan Huberman (1984) adalah mengambil serta menguji suatu kesimpulan penelitian. Suatu kesimpulan penelitian haruslah dapat dibuktikan dengan data-data yang valid serta konsisten (tetap) ketika pengambilan data ulang dilokasi penelitian agar kesimpulan suatu penelitian tersebut dapat dikatakan kredibel (Sugiyono, 2019: 329). Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Dimana temuan tersebut berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang

sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga Ketika diteliti akan terlihat jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif.

G. Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data adalah mengukur validasi data dari hasil penelitian kualitatif. atau dalam pengertian lain uji keabsahan adalah memperluas temuan, meningkatkan kegigihan penelitian, triangulasi, berbicara dengan teman sejawat, menggunakan bahasa referensi, memberikan revisi, pengujian transferability, pengujian dependability, dan pengujian confirmability (Suharsimi, 2006: 270). Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi adalah metode untuk menganalisis data yang telah diekstrak dari beberapa sumber untuk memberikan data yang dapat dipercaya. Selain itu, triangulasi didefinisikan sebagai jenis proses pengumpulan informasi yang dilakukan oleh peneliti menggunakan data dari kuesioner atau wawancara yang dijawab oleh pedagang dan diverifikasi oleh dokumentasi.

Peneliti berupaya untuk mengumpulkan data pada pusat informasi ketika berusaha memperoleh keabsahan data melalui triangulasi sumber sebagai cara untuk membandingkan data yang ada sebelumnya. Dengan membandingkan data dari berbagai sumber maka triangulasi sumber menilai kebenaran data. Kemudian data yang diperoleh dideskripsikan dan dikategorikan menggunakan informasi mendalam dari beberapa sumber (Moeleong, 2017). Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data dari beberapa sumber tersebut, tidak dapat di rata-ratakan tetapi dideskripsikan, dikategorisasikan, mana pandangan yang sama, berbeda, dan yang spesifik. Data yang telah dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya didapatlah kesepakatan dengan beberapa sumber tersebut (Sugiyono, 2019).

BAB IV

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum

1. Sejarah Pasar Tradisional Randudongkal

Pasar Randudongkal merupakan pasar tradisional milik pemerintah kabupaten yang menjadi salah satu pusat perekonomian di Randudongkal yang awalnya menjadi tempat jual beli barang-barang baru dibelakang pasar dan terdapat penjual barang-barang bekas (loak). Beraneka barang bekas mulai dari peralatan berkebun, peralatan bengkel hingga barang-barang elektronik seperti TV, radio, CD player, speaker, bahkan telepon genggam dengan berbagai tipe yang tersedia di lapak pasar. Pasar Randudongkal Kabupaten Pemalang secara geografis terletak di Dusun III, Randudongkal, Kecamatan Randudongkal, Kabupaten Pemalang, Jawa Tengah 52353. Lokasi pasar Randudongkal sangat strategis yaitu di pinggir jalan raya, untuk menuju Pemerintahan Kabupaten Pemalang, Stasiun Pemalang dan Alun-alun Pemalang harus menempuh ± 31 km dari lokasi pasar.

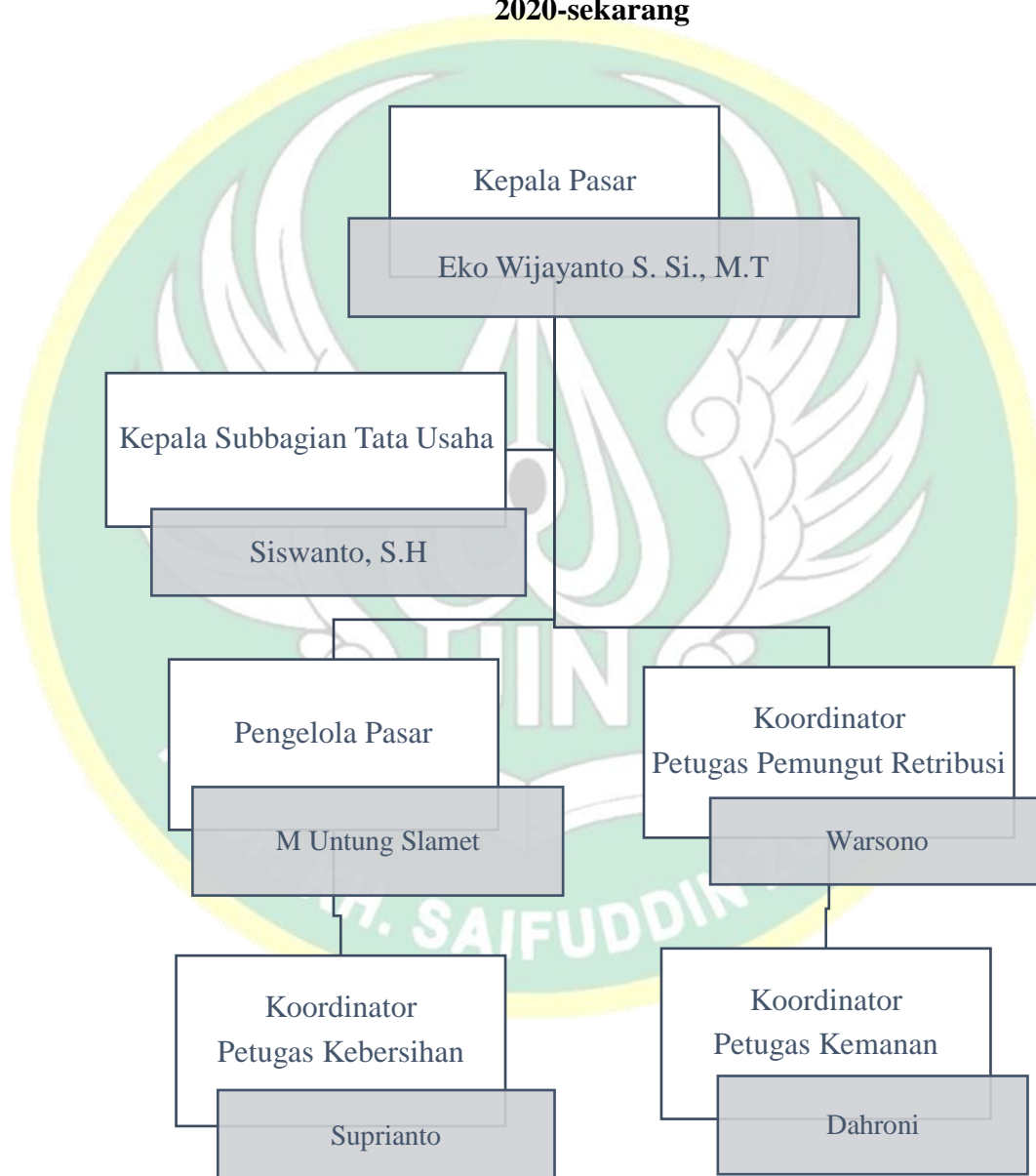
Revitalisasi pasar dilakukan mulai dilaksanakan sejak tahun 2018 sampai 2020. Kemudian selesai pada tanggal 10 Desember 2020 serta diresmikan pada hari Minggu, 24 Januari 2021. Pasar Randudongkal merupakan pasar dengan mengangkat konsep tradisional modern. Yang dimaksud dengan istilah “modern” adalah keberadaan alat teknologi seperti eskalator, kamera keamanan dan perangkat lain yang membuat pasar tradisional menjadi lebih tertata rapi dan nyaman. Pasar Randudongkal ini dibangun di atas lahan 9.661 m^2 dengan luas bangunan 27.300 m^2 dengan tiga lantai, masing-masing dirancang khusus untuk pedagang pakaian, kelontong, barang, dan penjual makanan yang ditempatkan pada lantai satu. Terakhir, lantai dua digunakan untuk pedagang buah dan sayur, daging, dan lapak ambrangan. Sebaliknya, lantai tiga tersedia sebagai tempat parkir dengan 200 mobil. Jumlah tempat yang diberikan kepada pedagang adalah sekitar 237 kios, 290 meja/lapak, dan 104 los.

2. Struktur Organisasi Unit Pengelola Pasar Randudongkal

Adapun susunan pengurus dari Unit Pengelola Pasar Randudongkal yaitu sebagai berikut:

Gambar 4. 1

Struktur Organisasi Unit Pengelola Pasar Randudongkal Tahun 2020-sekarang



Sumber: Data sekunder yang diolah peneliti

Gambar 4. 2

SOP Perizinan



Sumber: Dokumentasi yang diambil oleh peneliti

Adapun masing-masing bagian dari pengurus Unit Pengelola pasar Randudongkal memiliki tugas yang berbeda-beda, yaitu sebagai berikut:

- Kepala pasar bertugas untuk menyusun konsep pengelolaan pasar sesuai dengan rencana kerja sebagai pedoman pelaksanaan tugas. Serta memantau hasil pendapatan retribusi pasar, kebersihan pasar, ketertiban dan keamanan pasar, serta menempatkan pedagang sesuai dengan zonasi.
- Bidang Administrasi bertugas untuk merekap seluruh jumlah administrasi yang diterima, seperti pembukuan atau merekap hasil penarikan retribusi pasar dan pelaporan administrasi.
- Bidang Kebersihan bertugas untuk membersihkan sampah serta lokasi yang ada di dalam pasar.
- Bidang Keamanan bertugas untuk mengamankan ketertiban dan keamanan pasar serta membantu kepentingan secara umum.

Dengan memiliki struktur organisasi yang jelas dan pembagian tugas yang jelas, mereka dapat dipertanggungjawabkan. Dan dengan tumbuh dan berkembang secara keseluruhan, diharapkan ada peningkatan pelayanan dan kesejahteraan masyarakat. Selanjutnya, alur prosedur standar operasional prosedur (SOP) untuk perizinan di Pasar Randudongkal adalah sebagai berikut:

1. Pedagang mengajukan permohonan sewa ke bupati Pemalang dan kepada diskoperindag melengkapi persyaratan
2. Kepala UPP (Unit Pengelola Pasar) memverifikasi data berkas pengajuan sewa
3. Pengelola mengajukan kartu perizinan ke Diskoperindag
4. Kartu yang sudah disahkan dikembalikan ke pasar untuk diserahkan ke penyewa

Setelah Pasar Randudongkal dipulihkan, beberapa kios baru dibuat untuk pedagang lama yang sudah menempati di sana sebelumnya. Mereka yang ingin menyewa kios harus mengikuti prosedur operasi standar (SOP) perizinan di atas.

3. Fasilitas dan Kondisi Pasar Randudongkal

Pasar Randudongkal setelah direvitalisasi menempati tiga lantai dengan pasar utama di bagian bawah. Dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas yang menunjang kelancaran aktivitas ekonomi di dalam pasar. Fasilitas-fasilitas tersebut diperuntukkan untuk pengelola pasar, pedagang dan masyarakat yang berkunjung ke pasar. Aktivitas pasar berlangsung mulai pagi hari hingga sore hari. Sebelum revitalisasi pasar berlangsung kondisi pasar yang masih belum rapi dan tertata kini sudah semakin bersih dan lokasi setiap kios para pedagang semakin nyaman untuk berbelanja. Area sirkulasi dan keberadaan bukaan beberapa pintu masuk di setiap sisinya sehingga memudahkan masuk dan keluarnya udara dengan baik. Selain itu terdapat papan nama toko setiap penjual dan papan informasi untuk menginformasikan keberadaan suatu area seperti toilet serta pembagian area untuk memandang lapak dan toko yang berada di tengah maupun di sisi bangunan. Sisi eskalator yang dikelilingi oleh berbagai lapak penjual yang saling berhadapan sehingga mengundang interaksi yang baik antara penjual untuk menarik pengunjung yang melewati koridor untuk mampir ke lapak.

Gambar 4. 3
Kondisi Pasar Randudongkal di lantai 2



Sumber: Dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti

Terlihat para pedagang di lantai dua yang terdiri dari penjual jajanan, pakaian, jam tangan dan pakaian. Diharapkan kondisi pasar yang lebih terorganisir dan nyaman dari sebelumnya akan menarik pelanggan untuk berbelanja di sana. Pada awalnya, pasar terasa sempit dan penuh, terutama di lantai dasar sehingga, membuat pandangan terhalang. Namun, setelah pasar ini diperbarui, pandangan menjadi lebih mudah dilihat, memudahkan pembeli untuk berbelanja Dengan kondisi pasar yang semakin tertata dan jauh lebih nyaman dari sebelumnya diharapkan dapat menarik para pengunjung pasar untuk berbelanja di pasar. Maka untuk menunjang kenyamanan para pedagang dan konsumen tentunya pasar Randudongkal setelah direvitalisasi memiliki fasilitas di antaranya sebagai berikut:

Tabel 3
Fasilitas Pasar

No	Fasilitas	Jumlah (unit)
1.	Kios	237
2.	Los	104
3.	Meja/lapak	290
4.	Parkir	1
5.	Toilet	7

6.	Mushola	1
7.	Kantor Pengelola Pasar	1
8.	Pos Keamanan	1
9.	Ruang Laktasi	1
10.	Ruang Kesehatan	1
11.	Ruang Cctv	1
12.	Gudang	1

Sumber: Data sekunder yang diolah peneliti

Dengan fasilitas pasar yang semakin lengkap, masyarakat semakin tertarik untuk mengunjungi pasar Randudongkal dan semakin nyaman dalam berbelanja. Selain fasilitas-fasilitas tersebut, Pasar ini juga dilengkapi dengan petunjuk atau penanda blok jenis dagangan sesuai dengan zonasinya, seperti zona sayuran, buah-buahan, daging, dan ikan segar, bumbu dapur, sembako, pakaian, dan lain-lainnya untuk memudahkan pembeli dalam berbelanja. Terdapat beberapa pedagang yang menjual barang dagangannya di kios-kios pasar. Meskipun mengalami revitalisasi, namun para pedagang tetap berjualan. Dari 237 kios di pasar hanya terisi 76 kios yang terisi dari pedagang pakaian dan sembako.

B. Analisis Kinerja Usaha Pedagang Pasca Revitalisasi Pasar Tradisional

Pasar adalah tempat di mana penjual dan pembeli bertemu dan berinteraksi untuk melakukan transaksi. Pasar juga mengatur komunikasi dan interaksi antara penjual dan pembeli yang bertujuan untuk melakukan transaksi yang mencakup barang, jasa, keuangan, dan uang. Harga yang ditetapkan menentukan kapan hasil transaksi dapat dikirim. Salah satu bagian penting dari kesejahteraan seseorang adalah memenuhi kebutuhan dasar manusia. Kebutuhan prioritas seperti sandang, pangan, dan papan mendorong upaya untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia. Akibatnya, adanya pasar tradisional membantu kebutuhan manusia ini. Pasar tradisional adalah tempat di mana penjual dan pembeli berkumpul untuk melakukan transaksi secara langsung dan melakukan tawar menawar. Karena harga lebih tinggi di pasar tradisional, pasar tradisional

sangat penting bagi masyarakat, terutama bagi orang-orang di daerah dan pinggiran. Dengan revitalisasi pasar, para pedagang mendapatkan tempat dan bangunan yang layak untuk menyimpan dan meletakkan berbagai barang dagangannya, dan bahkan pelanggan dapat dengan mudah berbelanja. Karena didukung oleh fasilitas yang ada, kenyamanan, dan keamanan dibandingkan dengan kondisi pasar sebelumnya, ini adalah hasil yang positif. Pasar baru menerima banyak pengunjung pada awalnya, tetapi kemudian jumlah mereka berkurang. Salah satu dari banyak faktor yang mempengaruhinya adalah munculnya pesaing baru di pasar. Jadi, untuk keberhasilan bisnis, kinerja pedagang sangat penting. Di antaranya, kinerja bisnis pedagang pasca revitalisasi pasar tradisional termasuk:

1. Penjualan

Penjualan merupakan proses untuk memenuhi kebutuhan pembeli dan penjual dimana penjual akan mendapatkan keuntungan dan pembeli mendapatkan produk yang diinginkan. Cara yang dilakukan oleh para pedagang untuk meningkatkan penjualannya adalah dengan cara memberikan THR (Tunjangan Hari Raya) ketika musim lebaran tiba.

“Ada banyak perubahan. Yang tadinya lombok terjual hanya 5kg sekarang hanya terjual 1 kg saja. Misalnya kalo lebaran memberikan THR kepada pelanggan, jika di hari-hari biasa pelanggannya di baik baikin supaya mau membeli lagi. Modal seluruhnya milik sendiri, pinjam dikit-dikit misal hanya 500 ribu. Modalnya lebih banyak sebelum renovasi jadi ada kelebihan uang kalo sekarang modalnya banyak tetapi dagangannya tidak semua habis terjual jadi pendapatannya dijadikan modal kembali. Dan pembeli ramai hanya saat hari-hari menuju lebaran. Hari-hari biasa kurang.”(wawancara peneliti dengan ibu Rutinah). Adapun pedagang selanjutnya *“Pendapatan hanya 30 ribu sehari buat makan sehari-hari. Buat modal kembali susah. Saya tidak berani membuka toko online karena takut mengecewakan pelanggan dan beresiko pembatalan jika melalui sistem Cash on Delivery (COD) di toko online. Ada penurunan keuntungan juga dan jumlah pengunjung sepi mungkin karena lokasinya yang ada di lantai 2.”* (wawancara peneliti dengan bu Iin Erawati)

Hasil wawancara menunjukkan bahwa pedagang mengalami penurunan penjualan di hari-hari biasa, bahwa produk yang mereka jual tidak terjual sepenuhnya, dan bahwa pembeli terbatas pada waktu

tertentu, seperti menjelang hari raya dan hari libur lainnya. Dengan memberikan THR, atau Tunjangan Hari Raya, para penjual berusaha untuk mempertahankan pelanggan lama dan mencegah mereka beralih ke toko lain.

“Kondisi pasar saat ini menurut saya sudah sangat baik dari pada dulu sebelum direvitalisasi. Kalo dulu untuk menyimpan barang dagangan belum tentu aman, kadang ada saja barang yang hilang. Kalo sekarang pasarnya lebih enak, nyaman, aman karena sekarang di pintu depan dijaga oleh sekuriti keamanan dan fasilitas lain seperti cctv juga.” (wawancara peneliti dengan bu Ida). Begitu juga dengan bu pendapat dari bu Iin *“Pengunjung sepi karena banyak beralih ke toko online tetapi kalo sekarang pasar lebih nyaman mba, barang dagangan bisa tertata lebih rapih tidak berserakan karena kekurangan tempat. Sirkulasi udara juga seger dan tidak panas”*.

Meskipun banyak pedagang mengalami penurunan, kondisi pasar saat ini lebih nyaman dibanding sebelumnya. Keamanan barang dagangan penjual jauh lebih aman serta pembeli sehingga proses tawar-menawar dan belanja di pasar lebih nyaman. Untuk pembeli setidaknya ada pemasukan setiap harinya, meskipun hasil jualan seharusnya menghasilkan banyak uang, tetapi itu tidak membuat pedagang berhenti berusaha.

2. Pendapatan

Usaha para pedagang Pasar untuk meningkatkan kinerja banyak cara yang dilakukan. Salah satunya wawancara yang dilakukan peneliti kepada ibu Iin Erawati:

“Banyak sekali penurunan mbak, sekarang banyak toko online, saya sudah berupaya membuka marketplace di facebook tetap saja sepi. Sudah berupaya menawar-nawar harga dengan pembeli tetapi tetap saja pembeli membandingkan harga yang di pasar dengan harga yang ada di toko online. Apalagi sekarang ada toko busana baru jadi banyak diskon-diskon.” Sedangkan menurut pedagang lain mengatakan bahwa *“Ada penurunan. tahun sekarang lebih menurun daripada tahun kemarin. Kemungkinan pembeli lebih banyak beli online karena bisa sampai ke depan rumah. Orang sekarang tidak mau ribet. Memiliki usaha sampingan seperti kontrakan sehingga bisa menjadi pemasukan sehari-hari. Lokasi lebih nyaman sekarang daripada dulu hanya saja jumlah pengunjung dipasar berkurang sehingga minat beli berkurang.”* (wawancara peneliti dengan bu Ida).

Dari wawancara tersebut penjual sudah berupaya menjual barang dagangan sesuai dengan trend sekarang tetapi tetap saja pembeli banyak memilih di toko online karena harganya yang lebih murah. Sedangkan pendapatan yang diperoleh dari proses penjualan digunakan untuk kebutuhan sehari-hari dikarenakan penjual tidak memiliki usaha sampingan selain berjualan di pasar. Bahkan setiap harinya hasil pendapatan tidak selalu stabil sehingga jika dirasa dibutuhkan maka pendapatan tersebut dialokasikan untuk dijadikan modal dagangan. Lain halnya dengan bu Ida Ayu beliau memiliki usaha sampingan seperti hasil sewa kontrakan sehingga pendapatannya tidak hanya bergantung pada hasil dagangannya. Maka usaha sampingan bisa dijadikan sebagai alternatif ketika pendapatan mulai menurun.

3. Modal

Modal menjadi salah satu unsur yang mempengaruhi tingkat keberhasilan tiap usaha. Dalam konteks pasar tradisional, modal dapat mencakup biaya untuk perlengkapan seperti meja, timbangan, dan lainnya yang diperlukan untuk menjalankan usaha secara efektif. Peneliti berwawancara dengan ibu Rutinah yakni pedagang sayuran beliau mengatakan bahwa:

“Modal seluruhnya milik sendiri, pinjam dikit-dikit misal hanya 500 ribu. Modalnya lebih banyak sebelum renovasi jadi ada kelebihan uang kalo sekarang modalnya banyak tetapi dagangannya tidak semua habis terjual jadi pendapatannya dijadikan modal kembali. Ada penurunan, barang dagangannya kurang laku dikarenakan banyak pesaing. Keuntungan bersih sekarang hanya 50 ribu.” Selain itu dirasakan juga oleh Ibu Hurairah: *“tetap masih sama menggunakan modal yang dibutuhkan seperti sebelumnya. Tidak memiliki karyawan dan keuntungan digunakan untuk membeli barang dagangan, jadi ya mau gimana lagi.”* Sedangkan pedagang lain berpendapat bahwa *“Modal sendiri, kadang ya hasil pendapatannya dijadikan untuk modal lagi. Saya sendiri memiliki usaha lain seperti membuka agen BRI link di pasar dan di rumah sehingga hasilnya bisa dikit-dikit dijadikan modal. Apalagi kalo di pasar semisal ada pedagang lain atau penjual kesulitan mencari ATM, bisa melalui saya di BRI link jadi mudah.”* (wawancara peneliti dengan bu Fani).

Meskipun banyak yang mengalami kerugian karena hasil pendapatan menjadi keuntungan tersendiri dan digunakan sebagai modal kembali, beberapa penjual memulai usahanya dengan meminjam modal ke bank karena tidak ada aset lagi yang dapat dijual untuk digunakan sebagai modal usaha. Perlengkapan seperti meja, timbangan tetap tidak ada penambahan sehingga modal digunakan untuk menambah persediaan stok barang dagangan. Oleh karena beberapa pedagang memulai dengan modal yang lebih kecil dengan fokus pada produk-produk tertentu saja. Berbeda halnya dengan pedagang lain yakni dengan membuka usaha dengan layanan digital seperti membuka agen BRI link sehingga pemasukan tidak hanya dari barang dagangannya saja tetapi sedikit demi sedikit dari hasil usaha membuka BRI link tersebut.

4. Tenaga Kerja

Pedagang di pasar Randudongkal biasanya melayani pelanggan melalui tangannya sendiri. Jadi, melayani pelanggan dengan cara yang hampir sama seperti sebelum dan sesudah revitalisasi, dengan meminta pertanyaan tentang apa yang mereka butuhkan. Seperti dengan mengawasi barang dagangan secara mandiri, seperti yang dilakukan oleh ibu Iin Erawati, kita dapat mengetahui stok barang yang habis dan tersedia.

“Saat puasa punya karyawan 2 tetapi hari-hari biasa di control saya sendiri. Cara mengontrol barang dagangan sangat mudah tinggal disesuaikan dengan tempatnya, jika tidak ada stok maka ada yang perlu dibelanjakan saya tahu. Saat puasa punya karyawan 2 tetapi hari-hari biasa di kontrol saya sendiri. cara mengontrol barang dagangan sangat mudah tinggal disesuaikan dengan tempatnya, jika tidak ada stok maka ada yang perlu dibelanjakan saya tahu.” (wawancara peneliti dengan bu Iin Erawati). Pendapat menurut pedagang selanjutnya mengatakan *“Tidak ada, kadang saya dibantu anak saya ketika berjualan. Terkadang melihat kondisi jika pembeli ramai setiap harinya maka keesokan harinya bisa membutuhkan karyawan satu orang maupun dua orang.”* (wawancara peneliti dengan Ibu Hurairah).

Maka disaat terjadi proses tawar-menawar terjadi interaksi antara penjual dan pembeli secara langsung itu tanpa melalui perantara seperti karyawan. Pedagang berusaha untuk mengontrol barang dagangannya

sendiri kalupun tidak mereka dibantu oleh anak-anaknya untuk menjaga toko dan melayani pembeli. Dengan mengontrol barang dagangannya sendiri pedagang akan mengamati barang yang habis terjual dan barang yang hilang. Hanya saja ketika setiap harinya ramai pembeli dan seperti dibulan puasa diperlukan untuk menambah karyawan/tenaga kerja untuk membantu pelayanan terhadap konsumen. Memiliki karyawan juga harus melihat bagaimana kondisi keuangan pemilik usaha itu sendiri.

5. Laba

Seperti pedagang pasar Randudongkal, beberapa pedagang mengalami penurunan penjualan, yang berdampak pada laba mereka. Mereka berpendapat bahwa pelanggan di pasar ini tidak menunjukkan minat beli. Hal ini disebabkan oleh jumlah pengunjung setiap hari yang rendah, yang mengurangi keuntungan yang dihasilkan oleh penjual. Peneliti berwawancara dengan beberapa pedagang mengatakan bahwa:

“Ada penurunan, barang dagangannya kurang laku dikarenakan banyak pesaing. Laba bersih sekarang hanya 50 ribu. Senang dengan lokasi yang sekarang lebih nyaman, namun berkeinginan tempatnya di lantai 1 saja.” (wawancara kepada Ibu Rutinah). *“Kalo orang nawarnya baik ya keuntungan lumayan, tetapi jika orang nawarnya miring sekali ya susah. Sedangkan uangnya dipotong untuk belanja dan kebutuhan yang lain.”* (wawancara kepada ibu Ida Ayu). *“Keuntungan digunakan untuk membeli barang dagangan, jadi ya mau gimana lagi.”* (wawancara kepada ibu Iin Erawati). *“Keuntungan tetap stabil seperti biasa. Apalagi sekarang banyak pedagang es, pedagang jajanan membutuhkan plastik. Dan ada sistem borongan misalnya buat tasyakuran dll.”* (wawancara kepada ibu Fani).

Hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa pedagang rata-rata yang mendapatkan keuntungan hanya menghabiskan sedikit uang untuk kebutuhan jika lebih banyak digunakan untuk modal dagangan. Jika terlihat bahwa tidak ada keuntungan lagi, penjual harus meminjam uang dari bank untuk memasarkan barang dagangannya dan memenuhi keinginan pelanggan saat ini.

6. Jangkauan Pemasaran

Perluasan jangkua pemasaran diakibatkan oleh adanya revitalisasi pasar sehingga penjual dan pembeli sekarang lebih nyaman dalam berbelanja.

“Pengunjung pasar yang datang ke pasar ya mencari sesuatu yang mereka butuhkan. Apalagi sekarang kan grosir plastik banyak ada yang dicari ada dan tidak ada. Jadi ya kalo punya pelanggan ya tidak pusing.” (wawancara peneliti dengan Ibu Fani). Menurut ibu Ida Ayu mengatakan: *“kurang ramai pengunjung karena sekarang banyak toko online jadi pembeli lebih suka belanjanya online. Kemungkinan dulu pasar lebih rame dalam satu wadah namun sekarang pasar lebih sepi pengunjung. Sekarang pedagang-pedagang tidak mengumpul menjadi satu lagi tetapi disebar di beberapa lantai jadi kurang pengunjung.”*

Pasar Randudongkal tentunya didukung dengan fasilitas yang ada seperti eskalator memudahkan pembeli untuk naik ke lantai atas mencari barang yang diperlukan. Selain itu fasilitas keamanan yang ada seperti cctv sehingga membantu mengawasi barang dagangan dan memberikan kenyamanan lebih kepada para pengunjung pasar saat berbelanja. Pengunjung yang datang tidak hanya dari wilayah Randudongkal saja melainkan dari luar seperti dari Belik, Bantarbolang, moga dan lainnya. Letak pasar yang dekat dengan jalan raya memudahkan pembeli untuk langsung turun berbelanja sehingga transportasi umum tidak perlu diragukan karena dekat dengan akses jalan. Tetapi tetap saja pembeli banyak memilih belanja di toko online dari pada di pasar hal ini dikarenakan pelanggan sudah terbiasa berbelanja online sejak masa pandemi covid. Tetapi terkait hal tersebut pembeli tetap berusaha dengan memanfaatkan teknologi yang ada dan mengikuti trend serta kebutuhan pembeli saat ini.

7. Aset

Aset merupakan hal yang penting agar perusahaan beroperasi dengan lancar. Aset pedagang merujuk kepada semua barang dan nilai yang dimiliki oleh pedagang untuk menjalankan usahanya. Adapun hasil wawancara antara peneliti dengan pedagang.

“Tidak ada penambahan aset. Karena uang yang didapatkan saat itu juga digunakan langsung untuk kebutuhan sehari-hari.” (wawancara peneliti kepada Ibu Rutinah). *“Ada penambahan aset seperti gantungan pakaian, rak dan lainnya.”* (wawancara kepada Ibu Ida Ayu).

Rata-rata penjual tidak ada penambahan aset, mereka hanya memanfaatkan ketersediaan kios yang ada. Pendapatan dan laba yang didapatkan digunakan untuk kebutuhan sehari-hari dan sisanya untuk modal. 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 ada juga pedagang lain yang memiliki modal dengan cara pinjam bank harian karena sudah tidak ada aset yang dimiliki. Usaha yang dilakukan oleh para pedagang pasar Randudongkal tidak berhenti di kinerja yang dilakukan seperti penjelasan di atas yakni penjualan, pendapatan, modal, tenaga kerja, jangkauan pemasaran, laba, dan aset. Meskipun demikian para pedagang terus berupaya untuk bersama-sama melakukan cara agar konsumen tertarik membeli lagi di pasar tradisional.

C. Hasil dan Pembahasan Penelitian

Semua indikator kinerja usaha diuraikan dalam penelitian. Hasilnya menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang mengalami penurunan dalam kinerja usaha mereka. Permasalahan yang banyak muncul adalah pada indikator penjualan yakni barang dagangan yang tidak terjual habis hal ini dikarenakan sedikitnya jumlah pengunjung pasar khususnya di lantai dua dibanding dilantai satu. Penjual di lantai dua di antaranya pedagang Sepatu, pakaian, parfum, jual-beli jam tangan dan lain sebagainya. Namun pembeli jarang berbelanja di lantai dua dimana para konsumen lebih nyaman berbelanja dilantai dasar yang mudah dan cepat menuju lokasi toko. Kondisi pasar yang sudah dilengkapi fasilitas yang sudah semakin nyaman, pengunjung dan pembeli tetap saja lumayan ramai di lantai satu. Sirkulasi udara dan papan nama kios di tiap sudut memudahkan pembeli untuk berbelanja dengan nyaman. Apalagi di lantai satu terdapat wahana bermain anak-anak seperti bola-bola keranjang, kereta-kreta dan lainnya

sehingga pengunjung yang datang bisa berbelanja sambil menikmati dan melihat anak-anaknya bermain. Kemudian di bagian pintu depan pasar terdapat deretan pedagang kuliner seperti pedagang bakso, mie, ayam, es buah sehingga melengkapi tatanan pasar ditambah dengan lokasinya yang dekat dengan tempat pemberhentian transportasi umum sehingga masyarakat yang sudah berbelanja di pasar dapat menunggu sambil membeli jajanan dan kuliner serta santai sambil menunggu transportasi umum.

Sebaliknya dilantai dua dipenuhi dengan pedagang pakaian, parfum, sayur-sayuran dan lainnya namun masih kurang minat pengunjung. Kondisi pasar yang sekarang jauh lebih nyaman serta dilengkapi berbagai fasilitas seperti cctv, eskalator, jumlah toilet disetiap bagian lebih memudahkan masyarakat yang akan berbelanja dengan mudah dan nyaman. Tatanan kios dan lapak yang dilengkapi dengan papan nama setiap kiosnya memudahkan pelanggan lama menemukan pedagang yang menjadi tujuannya. Namun sebagian pembeli seperti pada konsumen pakaian banyak beralih belanja di toko online hal tersebut karena memudahkan mereka berbelanja sehingga tidak perlu repot keluar rumah. Disisi lain seperti penjual sayuran dan buah-buahan juga mengalami keluhan yang sama tetapi pedagang terus berusaha agar usahanya bertahan dan berkembang. Hal ini dapat diketahui dengan melakukan wawancara untuk mengetahui bagaimana bisnis pedagang berjalan. Sebagian besar indikator mengalami penurunan, termasuk penjualan, pendapatan, dan laba. Selain itu tenaga kerja, aset dan modal dan pemasaran masih tergolong tetap.

Hasil penelitian menyebutkan bahwa beberapa pedagang di Pasar Randudongkal mengalami penurunan penjualan. Hal ini didukung oleh hasil wawancara kepada para pedagang mengenai penjualan yang dilakukan yaitu mereka telah menggunakan berbagai cara agar penjualannya meningkat seperti memberikan diskon atau promo agar barang dagangannya laku terjual tetapi tetap saja cara tersebut belum mampu menarik minat beli konsumen. Sementara itu, kondisi pasar sekarang sudah cukup nyaman untuk berbelanja dimana akses menuju masing-masing kios dapat dijangkau.

Hasil penelitian ini sesuai dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB), yang menyatakan bahwa konsumen dengan sikap positif akan menentukan perilaku, di mana sikap positif tersebut dianggap sebagai persepsi dari adanya usaha penjualan yang dilakukan oleh para pedagang di pasar Randudongkal. Sikap positif konsumen terhadap suatu produk atau merek akan mempengaruhi bagaimana mereka bertindak atau berperilaku terhadap produk atau merek tersebut. Dengan sikap yang positif, konsumen cenderung lebih condong untuk memilih, menggunakan, atau merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Hal ini menunjukkan pentingnya persepsi dan evaluasi positif dalam membentuk keputusan dan perilaku konsumen.

Indikator selanjutnya adalah terkait dengan tenaga kerja dan pemasaran yang termasuk dalam kategori norma subyektif dalam Teori Perilaku Perencanaan. Setelah melakukan wawancara dengan para pedagang, diketahui bahwa mereka memilih untuk mengawasi barang dagangannya sendiri tanpa mempekerjakan orang. Maka ada biaya yang harus dibayar jika ada tambahan pekerja. Hal ini akan mengurangi laba yang diperoleh. Maka para pedagang lebih memilih untuk tidak menambah karyawan. Namun, untuk meningkatkan hasil usaha mereka, mereka melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan layanan tenaga kerja, seperti menambah karyawan selama bulan Ramadhan dan hari libur serta mempekerjakan karyawan yang berperilaku baik, ramah, dan senyum, yang menarik pelanggan. Oleh karena itu, norma subyektif menggambarkan bagaimana seseorang menilai atau mengevaluasi perilaku mereka sendiri berdasarkan keyakinan atau nilai-nilai yang dimilikinya sendiri.

Selain tenaga kerja, jangkauan pemasaran adalah salah satu metrik yang dapat meningkatkan keberhasilan bisnis seorang pedagang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa revitalisasi pasar memiliki dampak positif, diantaranya pedagang dapat meningkatkan kinerjanya dengan melakukan promosi di pasar kepada pelanggan baru yang berkunjung ditambah dengan kenyamanan serta fasilitas pasar yang menjadikan pelanggan dapat menjangkau kios langganannya. Hasil wawancara yang didapatkan dengan pemilik usaha menunjukkan bahwa sebagian dari mereka menghadapi kesulitan dalam memasarkan barang

yang mereka jual namun para pedagang tetap berusaha untuk membuka marketplace agar pendapatannya semakin bertambah.

Sesuai dengan TPB (*Theory Planned of Behaviour*) bahwa orang yang memiliki norma yang baik akan menentukan perilaku. Dalam penelitian ini, peningkatan kualitas tenaga kerja dan perluasan jangkauan pemasaran menentukan norma subyektif yang dimiliki para pedagang. Sesuai dengan Teori Perilaku Perencanaan, pedagang yang memiliki karakter yang kuat akan menentukan perilaku. Dalam kasus ini, norma subyektif yang dimiliki oleh penjual adalah persepsi bahwa jumlah tenaga kerja telah meningkat dan bahwa pemasaran yang dilakukan oleh penjual telah diperluas untuk keberhasilan kinerja bisnis. Penelitian ini didukung oleh penelitian Soeleiman (2021). Mengungkap bahwa para pedagang harus mampu membaca peluang dan mengerti konsep untuk melakukan inovasi terhadap produk yang dijual. Kemudian pedagang diharapkan memiliki banyak alternatif untuk meningkatkan penjualannya dengan melakukan inovasi produk baru dan memberikan layanan lebih kepada pelanggan. Oleh karena itu, para pedagang harus mampu membaca peluang dan memahami ide agar mereka dapat mengembangkan produk baru. Pedagang kemudian diharapkan memiliki banyak opsi untuk meningkatkan penjualan dengan menciptakan produk baru dan memberikan layanan yang lebih baik kepada pelanggan.

Selanjutnya modal, untuk mengukur tingkat keberhasilan kinerja pedagang yakni dengan menambah modal untuk meningkatkan usaha. Dengan melakukan pinjaman ke pihak eksternal seperti bank, koperasi, dan layanan keuangan lainnya menjadi cara pedagang agar modal usahanya meningkat. Selanjutnya adalah indikator laba, yang menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang mengalami penurunan yang disebabkan oleh banyaknya pesaing dengan jenis yang sama dan letak kios yang lebih strategis yang memudahkan pelanggan untuk membeli. Selanjutnya adalah aset. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aset pedagang tidak mengalami penambahan hanya beberapa pedagang saja misalnya pedagang pakaian hanya menambahkan gantungan dan rak pakaian. Aset non operasional yang dimiliki pedagang dimanfaatkan untuk

usaha sampingan misalnya sewa kontrakan. Temuan ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang menyatakan bahwa perilaku dipengaruhi oleh sikap seseorang terhadap perilaku tersebut, norma subyektif, dan kendali perilaku. Indikator yang masuk dalam kategori kontrol perilaku adalah pendapatan, modal, asset dan laba merupakan faktor untuk mempengaruhi keberhasilan kinerja usaha pedagang. Kemudian penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Dwi Mayangsari, Ayu Rencana (2023) yang mengungkap bahwa layanan digitalisasi di bidang keuangan membutuhkan literasi keuangan agar pemilik bisnis dapat menginvestasikan modal dan mengelola keuangan dengan menggunakan layanan keuangan. Untuk keberhasilan kinerja, pedagang perlu memahami literasi keuangan dan memanfaatkan layanan digitalisasi. Layanan digitalisasi pada bidang keuangan memerlukan terkait literasi keuangan sehingga pemilik dari usaha tersebut dapat menginvestasikan modal serta dapat mengelola keuangan dengan menggunakan akses jasa layanan keuangan. Maka untuk keberhasilan kinerja para pedagang perlunya memahami terkait literasi keuangan dan memanfaatkan layanan digitalisasi saat ini seperti menggunakan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) untuk memudahkan dalam bertransaksi antara penjual dan pembeli.

Kondisi pasar Randudongkal yang kini telah direvitalisasi memudahkan para konsumen untuk berbelanja, fasilitas dan tempat yang nyaman menjadi minat dan motivasi para konsumen untuk berbelanja. Namun jumlah pengunjung pasar tiap harinya masih tetap sedikit namun berbeda di hari-hari libur seperti Hari Raya lebih ramai pengunjung. Oleh karena itu para pedagang mengeluhkan penjualan barang dagangannya kurang laku terjual walaupun mereka sudah mengupayakan membujuk pelanggan tetap saja pembeli lebih memilih belanja di toko online. Namun, saat proses tawar menawar terjadi, pembeli terkadang membandingkan harga pasar dengan harga online, yang menyebabkan tawar menawar antara pedagang dan pembeli tidak optimal. Sejalan dengan pendapat dari Kotler bahwa kualitas produk mempengaruhi minat beli konsumen. Ketika konsumen memutuskan untuk membeli sebuah produk maka diharapkan produk

tersebut sesuai dengan harapannya. Terlepas dari hal tersebut, modal yang dimiliki pedagang pun terbatas sehingga stok menyesuaikan modal yang dimiliki pedagang bahkan konsumen tidak menentu akan membeli barang tersebut. Sejalan dengan penelitian Dhliwayo & Radipere (2014) bahwa penggunaan karyawan dapat meningkatkan kinerja bisnis, dan keahlian seperti penguasaan teknologi sangat penting bagi perusahaan. Oleh karena itu penambahan tenaga kerja perlu dilakukan dengan klasifikasi memiliki keahlian dalam penguasaan teknologi. Tidak hanya karyawan saja, pedagang juga perlu keahlian teknologi untuk membantu dalam inovasi produk. Permintaan akan produk belum mengalami peningkatan dikarenakan pedagang sudah sedikit demi sedikit melakukan inovasi terhadap produk yang dihasilkan sehingga ketika muncul pesaing dengan produk yang lebih unggul maka pembeli cenderung tidak beralih kepada pesaing lain. Selain itu, beberapa jenis usaha mengalami kesulitan dalam memperoleh bahan baku produk karena keterbatasan modal yang dimiliki para pedagang sehingga produk yang dihasilkan tidak bisa memenuhi semua permintaan yang ada.

Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa setiap pedagang sudah melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan keberhasilan kinerja usahanya. Apabila dilihat dari tujuh indikator pengukuran yang telah diuraikan diatas, kinerja para pedagang di Pasar Randudongkal masih tergolong sedang sehingga menyebabkan penurunan kinerja usaha yang berdampak terhadap penjualan, pendapatan, dan laba. Indikator lain seperti aset, modal, tenaga kerja, dan jangkauan pemasaran tergolong masih tetap dan belum terdapat penambahan atau peningkatan disetiap indikatornya. Jadi, kontrol perilaku dalam konteks teori perilaku terencana (*Theory Planned of Behaviour*), persepsi kendali perilaku adalah salah satu dari tiga faktor utama yang mempengaruhi niat dan perilaku individu artinya persepsi kendali perilaku ini mempengaruhi seberapa kuat niat individu untuk melakukan perilaku. Persepsi kendali 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 analisis kinerja usaha pedagang pasca revitalisasi pasar Randudongkal adalah sebagai berikut:

1. Mayoritas pedagang di Pasar Randudongkal disimpulkan bahwa mereka penurunan dalam penjualan, pendapatan dan laba. Hal ini dibuktikan dengan penelitian yang telah dilakukan bahwa pedagang mengalami penurunan secara materil yang bisa dibilang sedikit. Jumlah pengunjung setiap harinya yang kurang ramai dari sebelumnya ikut menjadi faktor dari penurunan penjualan pedagang. Minat beli konsumen yang menurun dimana mereka lebih memilih berbelanja secara online daripada di pasar. Misalnya terjadi pada toko busana, hijab dan sejenisnya. Jika tidak memiliki pelanggan tetap pedagang akan merasa kebingungan terkait pendapatan mereka setiap harinya. Untuk indikator lain seperti aset, tenaga kerja, dan jangkauan pemasaran masih tergolong tetap. Disisi lain pasca pasar direvitalisasi terdapat peningkatan minat masyarakat untuk membuka usaha serta berjualan di pasar ini.
2. Para pedagang Pasar Randudongkal melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan keberhasilan kinerja usahanya dengan melalui berbagai cara diantaranya adalah dengan mengusahakan tingkat penjualan, modal, tenaga kerja, pendapatan, jangkauan pemasaran, aset dan laba. Namun dari kinerja yang telah dilakukan masih belum berjalan dengan maksimal karena terdapat keterbatasan baik itu modal dan jangkauan pemasarannya. Dengan kondisi pasar yang saat ini jauh lebih tertata rapih, sirkulasi udara yang baik, fasilitas yang nyaman dan aman memudahkan dan memberikan pengaruh positif kepada para penjual dan pembeli dalam berbelanja di pasar.

B. Saran

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

1. Bagi para pedagang dapat melakukan usaha terus menerus untuk meningkatkan keberhasilan usahanya dengan berbagai bentuk kinerja. Meskipun hasil yang diperoleh belum maksimal, diharapkan para pedagang untuk membuat akun di toko online untuk membantu penjualan serta diharapkan memiliki usaha sampingan selain berjualan di pasar misalnya dengan usaha warung makan, atau dagangan kecil-kecilan.
2. Para pedagang diharapkan dapat meningkatkan kinerja usahanya melalui literasi terkait keuangan. Misalnya pemahaman yang baik mengenai pinjaman, perhitungan suku bunga untuk menghindari resiko lain. Hal ini diharapkan dapat mencapai target profit, meningkatkan perluasan usaha atau pasar dan produktivitas usahanya.
3. Bagi pihak pengelola pasar diharapkan mengadakan event-event menarik seperti bazar murah atau lainnya untuk meningkatkan jumlah pengunjung pasar dan minat beli konsumen.

C. Keterbatasan penelitian

Adapun terdapat keterbatasan dalam melakukan penelitian ini diantaranya adalah:

1. Adanya keterbatasan waktu, tenaga, dan kemampuan penelitian
2. Kemampuan responden yang kurang dalam memahami pernyataan pada wawancara maupun kuesioner dan juga kejujuran dalam menjawab dan mengisi kuesioner, sehingga ada kemungkinan hasilnya kurang akurat
3. Masih ada indikator lain yang dapat digunakan untuk mengukur keberhasilan usaha para pedagang. Oleh karena itu, penulis berharap bahwa untuk peneliti selanjutnya dapat menambah pembahasan yang sama terkait dengan kinerja usaha dengan menggunakan indikator seperti tingkat pendidikan, tingkat usia, minat pengunjung, harga dan lainnya

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, S. Z. (2012). *Kebijakan Publik* (2 ed.). Salemba Humanika.
- Afifah, N. I., As'ad, M. U., & Kuncoro, D. (t.t.). *Analisis Implementasi Revitalisasi Pasar Tradisional Bauntung Kota Banjarbaru*.
- Aisah, N. (2020). Pengaruh Laba Akuntansi Dan Arus Kas Operasi Terhadap Harga Saham. *Jurnal Akuntansi Bisnis Pelita Bangsa*, Vol. 5 No. 01(2020):AKUBIS-JUNI2020, 43–62.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Anggarini, D. R. (2021). Dampak Sektor Pariwisata Pada Pertumbuhan Ekonomi Daerah Lampung. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 7(2), 116–122.
- Angkasawati (last), & Milasari, D. (2021). Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Di Pasar Tradisional Boyolangu Kecamatan Boyolangu, Tulungagung. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 14, 14 No. 1, 173.
- Azizan, A. F., Rusandy, D. S., & Mutiara, N. (2023). (PDF) Analisis Insentif Finansial dan Insentif Non Finansial Terhadap Loyalitas Kerja Karyawan (Studi Pada PT. Anta Utama Kediri). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12 No.1. https://www.researchgate.net/publication/373098925_Analisis_Insentif_Finansial_dan_Insentif_Non_Finansial_Terhadap_Loyalitas_Kerja_Karyawan_Studi_Pada_PT_Anta_Utama_Kediri
- Boediono. (1992). *Teori Pertumbuhan Ekonomi*. Penerbit BPFE Universitas Gajah Mada.
- BPS Provinsi Jawa Tengah. (t.t.). Diambil 17 November 2023, dari <https://jateng.bps.go.id/statictable/2015/02/10/997/banyaknya-pasar-menurut-kabupaten-kota-dan-jenis-pasar-di-jawa-tengah-tahun-2013.html>
- Dhliwayo, S., & Radipere, S. (2014). *The role of age and business size on small business performance in the South African small enterprise sector*. https://www.researchgate.net/publication/283472033_The_role_of_age_and_business_size_on_small_business_performance_in_the_South_African_small_enterprise_sector

- Engkus, E. (2020). Implementasi Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional Sarijadi Kota Bandung. *Jurnal Governansi*, 6(1), 9–16.
- Faisal. (2021). Revitalisasi Rampung, Pasar Randudongkal Satu-satunya Pasar Tradisional Modern di Pematang. *Puskapik.com*. <https://www.puskapik.com/16409/berita/revitalisasi-rampung-pasar-randudongkal-satu-satunya-pasar-tradisional-modern-di-pematang/>
- Fure, H. (2013). Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), Art. 3. <https://doi.org/10.35794/emba.1.3.2013.2023>
- Gemina, D., Samsuri, & Salma, S. M. (2021). Kinerja Karyawan PT Jakarana Tama Ciawi-Bogor Dengan Pendekatan Motivasi Kerja, Disiplin dan Kemampuan Kerja. *Jurnal Visionida*, 7(1), Art. 1.
- Hamka, B. (t.t.). *Tafsir Al-Azhar* (Jilid IV). Pustaka Nasional PTE LTD.
- Jayani, H. (2021). *Lokasi Persebaran Pasar Rakyat di Indonesia* | Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/04/lokasi-persebaran-pasar-rakyat-di-indonesia>
- Kecamatan Randudongkal Dalam Angka 2023*. (2023). Badan Pusat Statistik Kabupaten Pematang. <https://pematangkab.bps.go.id/publication/2024/04/30/0e2b855d4a88fe4da8c3db31/produk-domestik-regional-bruto-kabupaten-pematang-menurut-pengeluaran-2019-2023.html>
- Listiani, T. (2011). Manajemen Kinerja, Kinerja Organisasi Serta Implikasinya Terhadap Kualitas Pelayanan Organisasi Sektor Publik. *Jurnal Ilmu Administrasi: Media Pengembangan Ilmu Dan Praktek Administrasi*, 8(3), Art. 3. <https://doi.org/10.31113/jia.v8i3.293>
- Listianti, T. (2011). Manajemen Kinerja, Kinerja Organisasi Serta Implikasinya Terhadap Kualitas Pelayanan Organisasi Sektor Publik. *Jurnal Ilmu Administrasi*, VIII, 1–10.
- Lukito, Y. N. (2018). *Revitalisasi Ruang Pasar Tradisional Melalui Pendekatan Desain Dan Interaksi Pengguna Ruang*. Deepublish.
- Lumintang, F. (2013). Analisis Pendapatan Petani Padi Di Desa Teep Kecamatan Legowo Timur. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 1.

- Made, D. A. M. N., Dewi, G. A. K. R. S., Yulianthini, N. N., & Dewanti, N. M. A. (2023). Peningkatan Kinerja Usaha Pedagang Pasar Banyuasri Singaraja melalui Literasi dan Inklusi Keuangan. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 9(1), 77–85.
- Mashuri, M., Eryana, E., & Ezril, E. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Pedagang Pasar Sukaramai Di Kecamatan Bengkalis. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(1), Art. 1. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v8i1.158>
- Muktadir, M. H., & Usman, M. (2023). Dampak Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Kondisi Ekonomi Pedagang Pasar Tani Kota Bandar Lampung. *Journal on Education*, 6(1), 6701–6711.
- Munizu, M. (2010). Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Volume 12 No. 1.
- Nasiroh, W., & Khusniati, R. (2023). Pemikiran Ibnu Qayyim Tentang Riba dan Relevansinya Terhadap Perekonomian di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol 5 No. 02.
- Nuhayati. (20194). *Pengaruh Asset Terhadap Sisa Hasil Usaha Melalui Modal Pinjaman*. 4.
- Ondrej Castrek, P. S. (10-19). (PDF) *Business performance from the perspective of managers and accounting data*. https://www.researchgate.net/publication/338622947_Business_performance_from_the_perspective_of_managers_and_accounting_data
- Penata. (2021, Februari 9). *Rapat Koordinasi Persiapan Peresmian Pasar Randudongkal Secara Virtual oleh Bapak Bupati Pemalang – Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Pemalang*. <https://bakesbangpol.pemalangkab.go.id/rapat-koordinasi-persiapan-peresmian-pasar-randudongkal-secara-virtual-oleh-bapak-bupati-pemalang/>
- Philip, K. (2009). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Salemba Empat.
- Pratiwi, K. C., & Kartika, I. N. (2019). Analisis efektivitas program revitalisasi pasar tradisional dan dampaknya terhadap pendapatan pedagang dan pengelolaan Pasar Pohgading. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 8(7), 805–834.

- Putri, N. H., Sari, N. S., & Rahmah, N. (2022). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Proses Riset Konsumen: Target Pasar, Perilaku Pembelian Dan Permintaan Pasar (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), Art. 5. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i5.998>
- Ramadhan, B. M., & Ryandono, M. N. (2015). Etos Kerja Pada Kinerja Bisnis Pedagang Muslim Pasar Besar Kota Madiun. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* 274-287, 2, 274–287.
- Ratnawati, C. A. S. (2016). Perilaku Kewirausahaan Terhadap Perspektif Kinerja Usaha Pedagang Pasar. *Universitas Wisnuwardhana*, 1–5.
- Rianto Alif, M. N., & Amalia, E. (2010). *Teori Mikroekonomi Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*. Prenamedia Group.
- Rohmah, N. M. (2021). *Pengaruh Modal Dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Mlilir Kabupaten Madiun* [PhD Thesis, IAIN Ponorogo]. <http://etheses.iainponorogo.ac.id/13597/>
- Rosyidin, A., Dharma, B., & Siahaan, F. (2022). Perbandingan Keuangan Berdasarkan Teori-Teori Laba Secara Kualitatif. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Humaniora*. <https://eksishum.untara.ac.id/index.php/eksishum/article/view/23>
- Sanawiri, B., & Iqbal, M. (2018). *Kewirausahaan*. UB Press.
- Shihab, Q. (2002). *Tafsir Al-Misbah* (Jilid V). Lentera Hati.
- Silitonga, T. S., & Mulyadi, A. W. (2021). Analisis Dampak Ekonomi Implementasi Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional (Studi Kasus pada Revitalisasi Pasar Tanggul Surakarta. *Jurnal Mahasiswa Wacana Publik*, 1(2), 398–415.
- Slaev, A. D., Alexander, E. R., Zdravkov, Z., Ivanov, V., & Georgieva, S. (2022). Market tools for the provision of urban green spaces in post-socialist Sofia. *Land Use Policy*, 122, 106377. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2022.106377>
- Soares, A. da C. (2023). The Effect of Business Strategy on Business Performance Moderated by Environmental Dynamics (Study on SMEs in Timor Leste). *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 10(1), Art. 1. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v10i1.4401>
- Soeleiman, C. A., & Leksono, S. (2021). *Perilaku Kewirausahaan Terhadap Perspektif Kinerja Usaha Pedagang Pasar*.

- Sri Umi Mintarti Widjaja, S. M. (2020). *Revitalization Strategy of Traditional Markets (a case study in Malang)*.
- Stutiari, N. P. E., & Arka, S. (2019). *Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Dan Tata Kelola Pasar Di Kabupaten Badung*.
- Suchánek, P., & Částek, O. (2019, Oktober 17). *Business performance from the perspective of managers and accounting data*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sukirno, S. (2004). *Makro Ekonomi Edisi Ketiga*. PT Raja Grafindo Persada.
- Sulistiana, S. D. (2013). Pengaruh Jumlah Tenaga Kerja dan Modal Terhadap Hasil Produksi Industri Kecil Sepatu dan Sandal Di Desa Sambiroto Kecamatan Sooko Kabupaten Mojokerto. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*. <https://core.ac.uk/download/pdf/230751655.pdf>
- Suparmoko, M. (2000). *Pengantar Ekonomi Makro*. BPFPE.
- Swastha, B. (2008). *Manajemen Pemasaran*. BPFPE.
- Tanjung, H. (2015). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Pada Dinas Sosial Dan Tenaga Kerja Kota Medan. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*.
- Tulus, T. (2020). *Pasar Tradisional dan Peran UMKM*, PT Penerbit IPB Press.
- Utami, H. T. (2018). Pengaruh Pengetahuan Pemilik, Skala Usaha, dan Umur Usaha terhadap Keberhasilan Kinerja Usaha dengan Penggunaan Informasi Akuntansi sebagai Variabel Moderasi (Survei pada Pemilik Usaha UKM Makanan Khas di Kabupaten Banyumas). *El-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam*, 6(1), 23–48. <https://doi.org/10.24090/ej.v6i1.2044>
- Wibowo, Khasanah, Putra, Febrianur, & Uswatun. (2022). Analisis Dampak Kehadiran Pasar Modern terhadap Kinerja Pemasaran Pasar Tradisional Berbasis Perspektif Pedagang dan Konsumen di Kabupaten Wonogiri. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Jurnal Ini Sudah Migrasi)*, 7(1), Art. 1. <https://doi.org/10.23917/benefit.v7i1.16057>
- Wildan, M. (2018). Sistem Ekonomi Islam Simbol Kesejahteraan Masyarakat. *el-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam*, 6, (49-64).



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

A. Pengelola Pasar Randudongkal

1. Bagaimana sejarah dan awal mula berdirinya pasar Randudongkal?
2. Bagaimana struktur pengurus atau pengelola di Pasar Randudongkal?
3. Apakah tugas dari pengurus atau pengelola pasar selama bertugas di Pasar Randudongkal?
4. Bagaimana kondisi fasilitas sebelum dan sesudah pasar direvitalisasi?
5. Bagaimana mekanisme penataan pedagang sebelum dan sesudah revitalisasi pasar?
6. Bagaimana membangun komunikasi dengan para pedagang sebelum dan sesudah revitalisasi pasar?

B. Indikator Penjualan

1. Apakah terdapat perubahan penjualan sebelum dan sesudah Revitalisasi Pasar?
2. Bagaimana strategi Bapak/Ibu dalam mempertahankan penjualan agar selalu mengalami peningkatan?

C. Indikator pendapatan

1. Berapa banyak pendapatan saudara sebelum dan sesudah pasar direvitalisasi? 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 Randudongkal agar pendapatannya tidak mengalami penurunan?
3. Bagaimana tanggapan anda terkait perubahan pendapatan sebelum dan sesudah revitalisasi pasar?

D. Indikator Modal

1. Apakah terdapat perbedaan modal yang dimiliki pedagang dari sebelum dan setelah pasar direvitalisasi?
2. Dari mana modal yang dimiliki pedagang pasar Randudongkal sehingga dapat mempertahankan usahanya untuk tetap berjalan di pasar Randudongkal ini?

E. Indikator Tenaga Kerja

1. Apakah anda memiliki karyawan? Jika ada berapa jumlah mereka?
2. Apakah terdapat pengurangan tenaga kerja sebelum dan sesudah pasar direvitalisasi?
3. Bagaimana anda selaku pemilik mengontrol keadaan lapangan jika anda sendiri memiliki karyawan di pasar?

F. Indikator Jangkauan Pemasaran

1. Apakah ada peningkatan pengeluaran konsumen sebelum dan sejalan dengan revitalisasi pasar?
2. Menurut anda apa yang menjadi alasan konsumen mengunjungi pasar yang telah direvitalisasi ini?

G. Indikator Laba

1. Dalam melakukan kegiatan usaha, berapa keuntungan yang anda dapatkan sebelum dan sesudah revitalisasi pasar?
2. Jika mengalami perubahan perolehan keuntungan/laba, apa yang menjadi faktor utamanya?
3. Apakah perubahan tingkat laba yang diperoleh itu dipengaruhi oleh adanya revitalisasi?

H. Indikator Aset

1. Apa saja aset yang dimiliki sebelum dan sesudah revitalisasi?
2. Setelah revitalisasi apakah mengalami penambahan aset? jika iya apa saja aset tersebut?
3. Jika ada yang mengalami penurunan aset, apa yang menyebabkan pedagang itu kehilangan aset miliknya?

Lampiran 2

HASIL WAWANCARA KEPADA PENGELOLA DAN PEDAGANG PASAR RANDUDONGKAL.

Dibawah ini adalah hasil wawancara yang didapatkan peneliti yang telah diajukan guna memenuhi kelengkapan bukti penelitian. Hasil tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pedoman wawancara
 - a. Wawancara dengan Bapak Siswanto selaku Kepala Subbagian Tata Usaha Pasar Randudongkal.

Kebutuhan Wawancara	Waktu	Hasil Ringkasan Jawaban
Bagaimana kondisi fasilitas sebelum dan sesudah pasar di revitalisasi?	3 November 2023 09:02	<i>“Posisi saya yang menjabat baru setelah pasar direvitalisasi. Jadi, Revitalisasi ini merupakan program pemerintah daerah untuk meningkatkan perekonomian khususnya di wilayah Randudongkal yakni pasar Randudongkal. Pasar ini dibangun dengan konsep semi modern. Fasilitas yang didukung dengan escalator, cctv, dan bangunan kios maupun lapak yang semakin nyaman.”</i>
Bagaimana mekanisme penataan pedagang sebelum dan sesudah revitalisasi pasar?		<i>“Untuk lantai 1 didepan untuk kuliner, didalam dikhususkan bagi pedagang pakaian, sembako dan lainnya. Sedangkan lantai 2 diperuntukkan untuk pedagang lapak seperti jajanan, buah dan sayuran, lantai 3 khusus untuk parkir. Jumlah pedagang yang buka rata rata di tiap lantai masing-masing hanya 40 % sisanya masih ada yang tutup.”</i>

Bagaimana membangun komunikasi dengan para pedagang sebelum dan sesudah revitalisasi pasar?	“Kami punya forum Namanya Forum Komunikasi Pedagang Pasar Randudongkal. Forum tersebut berguna untuk masukan ataupun keluhan dan lainnya.”
---	--

b. Wawancara dengan para pedagang pasar Randudongkal.

1. Nama Penjual : Rutinah (Sayuran)

Alamat : Gombong, Belik

Lama Usaha : 8 tahun.

Indikator Kinerja	Hasil
Penjualan	<p>“Ada banyak perubahan. Yang tadinya lombok terjual hanya 5kg sekarang hanya terjual 1 kg saja”</p> <p>“Misalnya kalo lebaran memberikan THR kepada pelanggan, jika di hari-hari biasa pelanggannya di baik baikin supaya mau membeli lagi.”</p>
Pendapatan	<p>“Pendapatan turun, sebelumnya 3 juta dapat sekarang justru sekarang hanya 1 juta.”</p> <p>“Pembeli lebih banyak membeli di luar pasar daripada didalam pasar, malas naik.”</p> <p>“Lokasi yang menyebabkan penjual lebih memilih berjualan diluar, untungnya punya pelanggan sendiri”</p>
Modal	<p>“Modal seluruhnya milik sendiri, pinjam dikit-dikit misal hanya 500 ribu. Modalnya lebih banyak sebelum renovasi jadi ada kelebihan uang kalo sekarang modalnya banyak tetapi dagangannya tidak semua habis terjual jadi pendapatannya dijadikan modal kembali.”</p>
Tenaga Kerja	<p>“Sebelumnya punya karyawan 1.”</p> <p>“Sekarang penjualan dikontrol sendiri tanpa karyawan sehingga mengalami kesulitan ketika akan membawa pulang barang dagangannya.”</p>
Jangkauan Pemasaran	<p>“Pembeli ramai hanya saat hari-hari menuju lebaran. Hari-hari biasa kurang.”</p>
Laba/Keuntungan	<p>“Ada penurunan, barang dagangannya kurang laku dikarenakan banyak pesaing. Laba bersih sekarang hanya 50 ribu.”</p>

	<i>“Senang dengan lokasi yang sekarang lebih nyaman.”</i>
Aset	<i>“Tidak ada penambahan asset. Karena uang yang didapatkan saat itu juga digunakan langsung untuk kebutuhan sehari-hari.”</i>

2. Nama : Ida Ayu Astuti (Pakaian)

Alamat : Randudongkal

Lama Usaha : 2012-sekarang

Indikator Kinerja	Hasil
Penjualan	<i>“Ada banyak, toko di luar pasar lebih banyak sehingga penjualan ikut turun di pasar. Pembelinya berkurang karena sekarang jamannya banyak toko serba online.” “Ya ini aja menjual barang-barang yang dibutuhkan saja misalnya saya menjual pakaian maka saya menjual model pakaian yang mengikuti trend zaman sekarang orang sedang mencari barang yang seperti apa.”</i>
Pendapatan	<i>“Ada penurunan. tahun sekarang lebih menurun daripada tahun kemarin. Kemungkinan pembeli lebih banyak beli online karena bisa sampai ke depan rumah. Orang sekarang tidak mau ribet.” “Memiliki usaha sampingan seperti kontrakan sehingga bisa menjadi pemasukan sehari-hari.” “lokasi lebih nyaman sekarang dari pada dulu hanya saja jumlah pengunjung dipasar berkurang sehingga minat beli berkurang.”</i>
Modal	<i>“Dagangannya sekarang lebih banyak jadi modal yang dibutuhkan ikut meningkat.”</i>
Tenaga Kerja	<i>“Saya sendiri yang mengontrol dagangan dan tidak memiliki karyawan. Saya bisa melakukannya semua sendiri karena hafal semua harga dan stok barang yang ada.” “Kondisi pasar yang sekarang lebih aman daripada yang dulu.”</i>
Jangkauan Pemasaran	<i>“Kurang ramai pengunjung karena sekarang banyak toko online jadi pembeli lebih suka belanjanya online”</i>

	<p>“Kondisi pasar saat ini menurut saya sudah sangat baik dari pada dulu sebelum direvitalisasi. Kalo dulu untuk menyimpan barang dagangan belum tentu aman, kadang ada saja barang yang hilang. Kalo sekarang pasarnya lebih enak, nyaman, aman karena sekarang di pintu depan dijaga oleh sekuriti keamanan dan fasilitas lain seperti cctv juga”</p>
Laba/keuntungan	<p>“Kalo orang nawarnya baik ya keuntungan lumayan, tetapi jika orang nawarnya miring sekali ya susah. Sedangkan uangnya dipotong untuk belanja dan kebutuhan yang lain.”</p> <p>“kemungkinan dulu pasar lebih rame dalam satu wadah namun sekarang pasar lebih sepi pengunjung. Sekarang pedagang-pedagang tidak mengumpul jadi satu lagi tetapi disebar di beberapa lantai jadi kurang pengunjung.”</p>
Aset	<p>“Ada penambahan asset seperti gantungan pakaian, rak dan lainnya.”</p>

3. Nama : Iin Erawati (Hijab)
 Alamat : Randudongkal
 Lama Usaha : 10 tahun.

Indikator Kinerja	Hasil
Penjualan	<p>“Banyak sekali penurunan. sekarang banyak toko online. Saya sudah berupaya membuka marketplace di Facebook tetap saja sepi. Sudah berupaya menawar nawar harga dengan pembeli tetapi tetap saja pembeli membandingkan harga yang di pasar dengan harga yang ada di toko online.”</p> <p>“Apalagi sekarang ada toko busana baru jadi banyak diskon-diskon. Jumlah pengunjung juga sepi. Lokasi kios yang sekarang justru lebih mudah di jangkau.”</p>
Pendapatan	<p>“30 ribu sehari buat makan sehari-hari. Buat modal kembali susah. Saya tidak berani membuka toko online karena takut mengecewakan pelanggan dan beresiko</p>

	<p>pembatalan jika ada pembatalan lewat COD.”</p> <p>“Sudah berusaha mengadakan event seperti bazar untuk menarik pengunjung tetap saja minat beli kurang.”</p>
Modal	<p>“Pinjam bank harian untuk modal dagangan dan modal yang dibutuhkan tetap sama tidak ada perubahan.”</p>
Tenaga Kerja	<p>“Saat puasa punya karyawan 2 tetapi hari-hari biasa di control saya sendiri.”</p> <p>“cara mengontrol barang dagangan sangat mudah tinggal disesuaikan dengan tempatnya, jika tidak ada stok maka ada yang perlu dibelanjakan saya tahu.”</p>
Jangkauan Pemasaran	<p>“Pengunjung sepi karena banyak beralih ke toko online”</p> <p>“Kalo sekarang pasar lebih nyaman mba, barang dagangan bisa tertata lebih rapih tidak berserakan karena kekurangan tempat. Sirkulasi udara juga seger dan tidak panas”</p>
Laba/Keuntungan	<p>“Ada penurunan keuntungan. Jumlah pengunjung sepi mungkin karena lokasinya yang ada dilantai 2.”</p>
Aset	<p>“Tidak ada penambahan asset. Semua masih tetap sama.”</p>

4. Nama : Bu Fani
 Alamat : Randudongkal
 Lama Usaha : 7 tahun

Indikator Kinerja	Hasil
Penjualan	<p>“Ada kenaikan sedikit. Setiap harinya ada yang membeli walaupun tidak begitu banyak. Mereka membeli untuk dijualkan lagi di warung-warung sendiri bahkan ada yang untuk berjualan misalnya disekolahan.”</p>
Pendapatan	<p>“Sedang, ya karena setiap harinya pasti ada yang beli apalagi plastik sangat dibutuhkan untuk membungkus jualan mereka. Apalagi sekarang kan grosir plastik banyak ada yang dicari ada dan tidak ada.</p>

	<i>Jadi ya kalo punya pelanggan ya tidak begitu pusing.”</i>
Modal	<i>“Modal sendiri, kadang ya hasil pendapatannya dijadikan untuk modal lagi. Saya sendiri memiliki usaha lain seperti membuka agen BRI link di pasar dan di rumah sehingga hasilnya bisa dikit-dikit dijadikan modal. Apalagi kalo di pasar semisal ada pedagang lain atau penjual kesulitan mencari ATM, bisa melalui saya di BRI link jadi mudah.”</i>
Tenaga Kerja	<i>“Semua dilakukan sendiri, kadang kalo anak libur juga disuruh bantuin ditoko.”</i>
Jangkauan Pemasaran	<i>“Pengunjung yang datang ke pasar ya mencari sesuatu yang mereka butuhkan.”</i>
Laba/keuntungan	<i>“Keuntungan tetap stabil seperti biasa. Apalagi sekarang banyak pedagang es, pedagang jajanan membutuhkan plastik. Dan ada sistem borongan misalnya buat tasyakuran dll.”</i>
Aset	<i>“Etalase, lainnya tidak ada.”</i>

5. Nama : Hurairah (Sembako)
 Alamat : Karangmoncol
 Lama Usaha : 20 tahun

Indikator Kinerja	Hasil
Penjualan	<i>“Ada, menawarkan harga sesuai dengan tawar-menawar dengan pembeli.”</i>
Pendapatan	<i>“Pendapatan di gunakan kembali untuk modal barang dagangan.”</i>
Modal	<i>“Tetap masih sama modal yang dibutuhkan. Hanya saja pembeli sulit</i>

	<i>mencari lokasi kios saya yang sekarang.”</i>
Tenaga Kerja	<i>“Tidak ada, kadang saya dibantu anak saya ketika berjualan. Terkadang melihat kondisi jika pembeli ramai setiap harinya maka keesokan harinya bisa membutuhkan karyawan satu orang maupun dua orang.”</i>
Jangkauan Pemasaran	<i>“Pelanggan sulit mencari lokasi kios saya sekarang jadi ya hanya beberapa saja yang tahu .”</i>
Laba/keuntungan	<i>“Keuntungan digunakan untuk membeli barang dagangan, jadi ya mau gimana lagi.”</i>
Aset	<i>“Tidak ada penambahn asset. Hanya saja sekarang kiosnya lebih nyaman daripada yang dulu, hanya saja ukurannya yang kurang luas untuk barang dagangan saya seperti sembako.”</i>

Lampiran 3

2. Dokumentasi

No.	Kebutuhan dokumentasi	Bukti Data
1.	Dokumentasi dengan para pedagang	Foto dokumentasi
2.	Dokumentasi kegiatan penelitian di Pasar Randudongkal	Foto dokumentasi

Wawancara dengan bu Rutinah



Wawancara dengan bu Iin Erawati



Wawancara dengan bu Ida Ayu



Wawancara dengan bu Hurairah



Wawancara dengan bu Amel bidang kebersihan Pasar



Dokumentasi yang diambil peneliti



Lampiran 4



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

Nomor : 417/Un.19/FEBI.J.E.S/PP.009/3/2024
Lamp. : -
Perihal : Permohonan Izin Riset Individual

Purwokerto, 24 Maret 2024

Kepada Yth.,
Kepala Pasar Randudongkal
di
Randudongkal

Assalamu'alaikum Wr. wb.

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan Skripsi yang berjudul "Analisis Kinerja Usaha Pedagang Pasca Revitalisasi Pasar Tradisional (Studi kasus pada Pasar Randudongkal, Kabupaten Pematang) " maka kami mohon Bapak/ibu berkenan memberikan izin observasi kepada mahasiswa kami :

1. Nama : Juli Husniati
2. NIM : 2017201264
3. Semester/Prodi : 8 / Ekonomi Syariah
4. Tahun Akademik : 2023/2024
5. Alamat : Semingkir Rt 03 Rw. 01 Kel. Semingkir Kec. Randudongkal

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Obyek yang diobservasi : Kinerja Usaha Pedagang
2. Tempat/Lokasi : Pasar Randudongkal
3. Waktu Obsevasi : 24 Maret s.d. 24 Juni 2024

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Dekan
Koordinator Prodi Ekonomi Syariah
Sochimim

Lampiran 5



PEMERINTAH KABUPATEN PEMALANG
DINAS KOPERASI UKM PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN
UNIT PENGELOLA PASAR RANDUDONGKAL

SURAT KETERANGAN KESEDIAN PENELITIAN
No : 900 / 350 / 2024

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : EKO WIJAYANTO, S.Si.M.T.
Nip. : 19820418 201001 1 015
Jabatan : Kepala Unit Pengelola Pasar Randudongkal

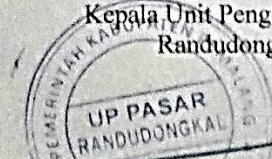
Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : JULI HUSNIATI
NIM : 2017201264
Semester/Prodi : 8 / Ekonomi Syariah
Tahun Akademi : 2023 / 2024

Telah melaksanakan Riset Individual di Pasar Randudongkal Kabupaten Pemalang dilaksanakan pada tanggal 24 Maret s.d 24 Juni 2024

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Randudongkal, 24 Juni 2024
Kepala Unit Pengelola Pasar
Randudongkal


EKO WIJAYANTO, S.Si. M.T.
NIP. 19820418 201001 1 015

Lampiran 6



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: febu.uinsauzu.ac.id

Nomor : 3492/Un.19/FEBI.J.E.S/PP.009/7/2023 26 Juli 2023
Lampiran : 1 lembar
Hal : Usulan Menjadi Pembimbing Skripsi

Kepada
Yth. Bapak/Ibu Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.
Di
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sesuai dengan hasil sidang penetapan judul skripsi mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto pada tanggal 24 Juli 2023, kami mengusulkan Bapak/Ibu untuk menjadi Pembimbing Skripsi mahasiswa:

Nama : Juli Husniati
NIM : 2017201264
Semester : VII
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Analisis Faktor Pengaruh Jam Kerja, Jumlah Tanggungan Keluarga dan Modal Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Randudongkal, Pemalang)

Untuk itu, kami mohon kepada Bapak/Ibu dapat mengisi surat kesediaan terlampir. Atas kesediaan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 7



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: 0281-829824 Fax: 0281-636993; Website: febi.uinssizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL
Nomor: 695/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/1/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : JULI HUSNIATI
NIM : 2017201264
Program Studi : Ekonomi Syariah
Pembimbing Skripsi : Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.
Judul : Analisis Kinerja Usaha Pedagang Pasca Revitalisasi
Pasar Tradisional (Studi kasus pada Pasar
Randudongkal, Kabupaten Pemalang)

Pada tanggal 1 Maret 2024 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan **LULUS**, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 7 Mei 2024
Koord. Prodi Ekonomi Syariah

H. Sochim, Lc., M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001

Lampiran 8



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 53128
Telp: 0281-835624, Fax: 0281-836553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : 409/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/03/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : H. Sochimim, Lc., M.Si.
NIP : NIP. 196910092003121001
Jabatan : Koord. Prodi Ekonomi Syariah

Menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : JULI HUSNIATI
NIM : 2017201264
Semester/SKS : 8/143
Program Studi : Ekonomi Syariah
Tahun Akademik : 2023/2024

Menerangkan bahwa mahasiswa tersebut diatas telah lulus semua mata kuliah (kecuali skripsi).

Demikian surat keterangan ini dibuat sebagai salah satu persyaratan untuk mendaftar ujian komprehensif dan digunakan sebagaimana mestinya

Purwokerto, 24 Maret 2024
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



H. Sochimim, Lc., M.Si.
NIP. 196910092003121001

Lampiran 9



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: 0281-536624 Fax: 0281-636663; Webalta: febi.uinrasizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF
Nomor: 217/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/3/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Juli Husniati
NIM : 2017201264
Program Studi : Ekonomi Syariah

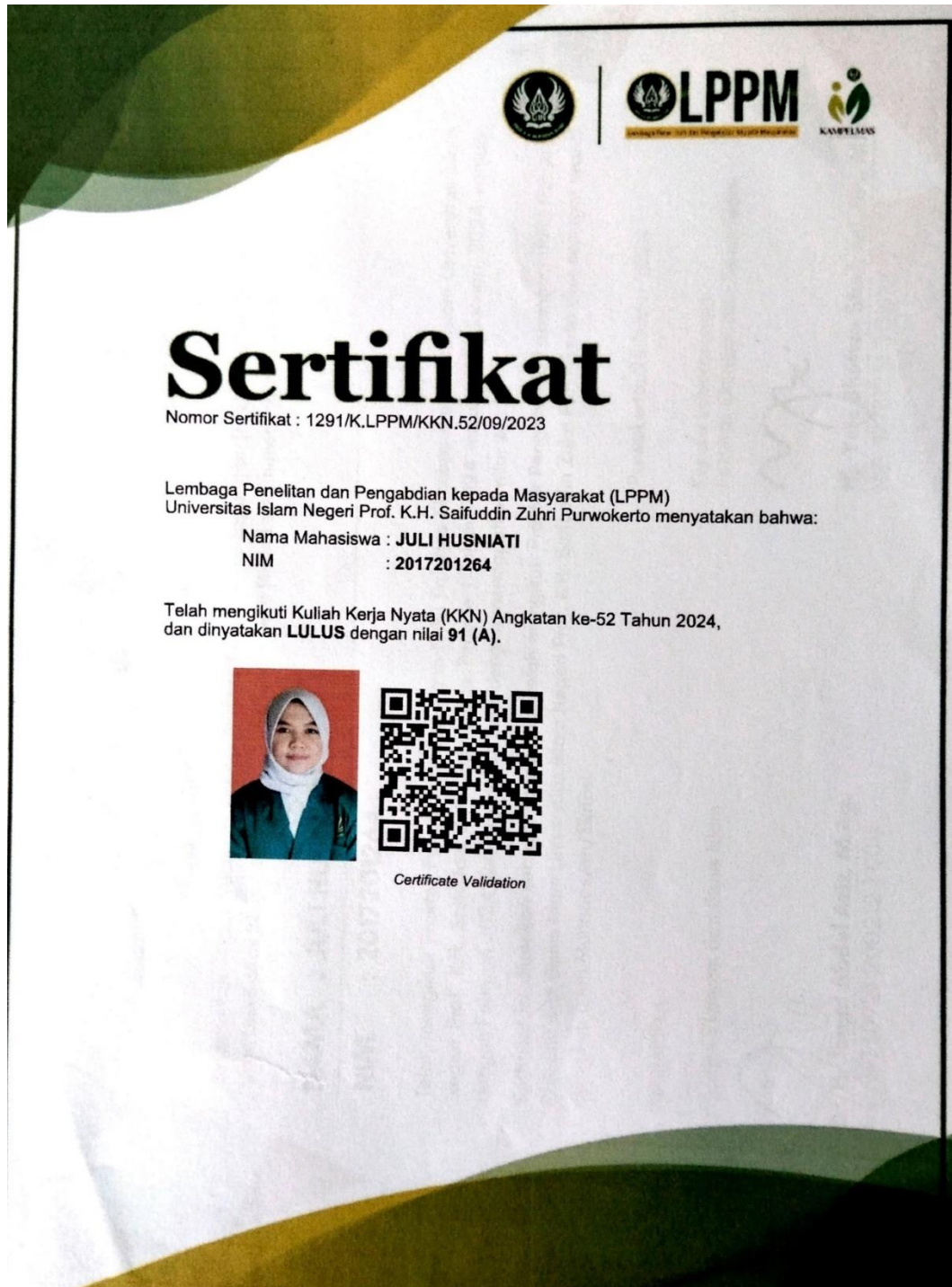
Pada tanggal 1 April 2024 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **83 / A-**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk mendaftar ujian munaqasyah.

Purwokerto, 1 April 2024
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



H. Sochimim, Lc., M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO

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

SERTIFIKAT

Nomor : 4322/Un.19/D.FEBI/PP.009/10/2023

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Program Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

Nama : Juli Husniati
NIM : 2017202164

Dinyatakan Lulus Dengan Nilai A-

Dalam mengikuti Praktek Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode II Tahun 2023.

Purwokerto, 2 Oktober 2023

Mengetahui,
Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr/ H. Jama'at Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

Kepala Laboratorium
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

H. Sochimif, Lc., M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001

SERTIFIKAT

Nomor: B-475/Un.19/LAB.FEBI/PP.009/3/2024



Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

NAMA : JULI HUSNIATI
NIM : 2017201264

Telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode I Tahun 2024 mulai bulan Januari 2024 sampai dengan Februari 2024 dan dinyatakan Lulus dengan mendapatkan nilai **A**

Sertifikat ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian Munaqasyah/Skripsi.

Mengetahui,
Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

Purwokerto, 25 Maret 2024

Kepala Laboratorium
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Hj. Yatz Shofwa Shafrani, SP., M.Si.
NIP. 19781231 200801 2 027

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Juli Husniati
2. NIM : 2017201264
3. Tempat/Tgl. Lahir : Pematang, 21 Juli 2003
4. Alamat Rumah : Semangkir RT 03 RW 01
5. Nama Orang Tua
Nama Ayah : Munawir
Nama Ibu : Siti Fasikhah

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal

- a. SD : SD Negeri 03 Semangkir
- b. SMP : Negeri 4 Randudongkal
- c. SMA : SMA Negeri 1 Bantarbolang
- d. S1 : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

2. Pendidikan Non-Formal

Pondok Pesantren Modern El-Fira 4

C. Pengalaman Organisasi

Ikatan Mahasiswa Pematang
Febi English Club
Komunitas Studi Ekonomi Islam

Purwokerto, 20 Juni 2024



Juli Husniati