
PENGARUH PENURUNAN OMZET PEDAGANG KAKI LIMA DI MASA PANDEMI COVID-19 DI PASAR GEDHE SOLO

Oleh

Brilian Agung Nugroho¹, Muhammad Jalari²

^{1,2}Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, Sukoharjo

E-mail: ¹brilianagung1@gmail.com, ²muhammadjalari64@gmail.com.id

Article History:

Received: 24-08-2023

Revised: 16-09-2023

Accepted: 24-09-2023

Keywords:

Turnover, Price, Product
Quality, Covid-19 Pandemic

Abstract : *Late 2019 was the start of the Covid-19 pandemic which resulted in a lot of pressure on the wider community, especially street vendors in Solo. This restriction causes street vendors to experience a decrease in turnover in terms of the buying and selling power of the products being promoted. In this study the aim is to find out how the influence of the decrease in turnover of street vendors during the Covid-19 pandemic at Pasar Gedhe Solo. In this study the method used is quantitative method with multiple linear regression analysis. The data collected by the researchers were 57 samples from a total population of 131 street vendors using a questionnaire. This research gives the result that product quality affects the turnover received by street vendors and variable X in explaining variable Y is only 28%. This shows that as much as 72% is influenced by variables that are outside this study.*

PENDAHULUAN

Sudah sekitar tiga tahun pandemi Covid-19 sangat mempengaruhi penurunan omzet pedagang kaki lima, terutama di daerah Pasar Gedhe Solo. Berdasarkan data BPS Jatim tahun 2018, dengan adanya UMKM dan beberapa PKL cukup membuat peningkatan yang signifikan dalam bidang ekonomi. Akan tetapi menurut Soetjipto (2020), saat mulai terjadi pandemi UMKM dan beberapa PKL mengalami penurunan sebanyak 27,21%. Kinerja ekonomi Indonesia masih mengalami penurunan pada tahun 2021. Hal tersebut telah terjadi mulai triwulan satu pada tahun 2020 yang terlihat dari lajunya pertumbuhan ekonomi yang menjangkau sebesar 2,97% saja. Kemudian menurun secara signifikan di triwulan dua pada tahun 2020 yang berkurang sebanyak 5,23%. Apabila hal ini tidak cepat ditanggulangi bisa mengakibatkan perekonomian Indonesia terancam (Sharfina Nabilah, 2021:2655). Zulhijahayanti et al (2021) menerangkan bahwa Ali Mahsun yang pada saat itu menjabat sebagai Ketua Umum DPP Asosiasi Pedagang Kaki Lima (APKLI) menyatakan pendapatan pedagang kaki lima mengalami penurunan sampai 80% selama pandemi. Selain itu mengalami pula kemerosotan sebesar 40% (Adinda Alifia Putri, dkk, 2021).

Dalam situasi dan kondisi pandemi masyarakat juga harus menjauhi virus Covid-19 yakni dengan cara membatasi interaksi langsung. Oleh karena itu perilaku berbelanja masyarakat juga turut berubah, terlebih pedagang kaki lima. Hal ini dimulai dari tempat yang biasanya digunakan untuk berjualan sudah mulai sepi. Sehingga mengakibatkan pedagang

kaki lima mengalami dampak yang cukup serius saat wabah Covid-19. (Jakranah, dkk : 2022:97-98).

Pedagang kaki lima mengalami penurunan omzet dikarenakan banyak sekali faktor yang memengaruhinya, salah satunya adalah pembatasan sosial. Dengan adanya pembatasan sosial maka akan mempersulit atau memberikan sedikit waktu kepada konsumen untuk melakukan transaksi jual beli. Seiring berjalannya waktu sekarang mungkin omzet pedagang kaki lima sudah mulai membaik karena adanya pelonggaran dari pemerintah sehingga konsumen dapat untuk melakukan transaksi jual beli.

Yang unik pada omzet pedagang kaki lima ini adalah cara atau strategi penjual dalam menarik konsumen, sehingga konsumen bisa jajan kembali setelah masa pandemi yang sebetulnya pandemi Covid-19 masih ada di Indonesia. Strategi yang dimaksud adalah pemasaran, biasanya pedagang kaki lima menggunakan metode diskon untuk menarik konsumen.

Pengaruh penurunan omzet pedagang kaki lima dimasa pandemi Covid-19 ini juga memiliki hal yang menarik karena pedagang kaki lima dapat menaikkan omzet dimasa pandemi sehingga bisa dikatakan mampu bangkit dari keadaan yang sulit. Faktor yang mempengaruhi penurunan omzet pedagang kaki lima dimasa pandemi selain pembatasan sosial adalah dari bahan bakunya sendiri, karena masa pandemi ini bahan baku menjadi naik dan langka. Para pedagang juga harus bisa memikirkan harga agar produknya tetap bisa dijual dan tidak mengurangi dari cita rasa, sedangkan bahan baku sedang naik.

Dimasa pandemi Covid-19 pedagang kaki lima tentu juga harus bersaing kepada pedagang yang lainnya. Persaingan antara pedagang juga tidak bisa dianggap remeh, karena pedagang satu dengan yang lainnya pasti akan memasang harga yang berbeda walaupun produk yang dijual sama. Hal ini dikarenakan adanya perbedaan fasilitas yang disediakan pedagang, dan juga cita rasa dari setiap produk yang ditawarkan. Semuanya tergantung strategi dari setiap pedagang bagaimana mereka mampu menaikkan kembali omzet penjualan setelah pandemi berakhir.

PENELITIAN TERDAHULU

Dalam penelitian terdahulu yang akan dipaparkan berikut, diharapkan dapat dilihat beberapa perbedaan, kelebihan serta kekurangan yang terdapat pada penelitian terdahulu ini.

Penelitian pertama yaitu artikel oleh Siti Rohmawati, Ila Navilah, Nining Wahyuningsih (2020) yang berjudul "Pengaruh Lokasi Usaha, Alokasi Waktu, Dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Masa Pandemi Covid-19". Pada penelitian ini dipaparkan tujuannya yaitu dapat mengetahui apakah terdapat pengaruh pada alokasi waktu, lamanya usaha, dan lokasi bagi tingkat penghasilan pedagang kaki lima selama pandemi berlangsung di Desa Warukawung. Metode kuantitatif dengan model analisis pengukuran uji reliabilitas, validitas, pengujian model analisis linier berganda, uji hipotesis, uji persyaratan asumsi, dan uji koefisien determinasi digunakan dalam penelitian ini. Oleh sebab itu, kesimpulan yang dapat diambil pada penelitian tersebut adalah aspek alokasi waktu, lokasi usaha berpengaruh secara parsial. Sedangkan pada alokasi waktu, lokasi, dan lamanya usaha pedagang menunjukkan pengaruh baik/ positif dan signifikan pada penghasilan yang diperoleh pedagang kaki lima. Metode yang digunakan ialah metode

kuantitatif, serta memiliki perbedaan dengan penelitian penulis yakni pada pemilihan lokasi penelitian. Pada penelitian ini dilakukan di wilayah Desa Warukawung sedangkan penulis menentukan Pasar Gedhe Solo sebagai lokasi penelitian ini.

Kajian terdahulu yang kedua adalah jurnal dengan judul “Pengaruh Pandemi Virus Corona (Covid-19) Terhadap Pendapatan Pedagang Sayur Da Buah Di Pasar Tradisional Pajak Pagi Pasar V Padang Bulan” yang ditulis oleh Robert Sinaga dan Melfrianti Romauli Purba. Tulisan tersebut terdapat di *Jurnal Regionomic*. Vol. 2. No. 02. 2020. Maksud dari penelitian terdahulu ini ialah dapat mengetahui apakah Covid-19 mempengaruhi penghasilan pedagang buah-buahan serta sayuran di Pasar Tradisional Pajak Pagi Pasar V Padang Bulan Medan. Metode yang dipakai yaitu analisis deskriptif kualitatif dengan menjelaskan dan mengklarifikasi data dan/ atau kondisi yang terjadi. Penelitian ini memberikan hasil bahwa pedagang buah serta sayur tetap mempertahankan dagangannya meskipun tingkat pembeli dan penghasilannya anjlok hingga melebihi 50%. Sama halnya dengan penelitian penulis, pada penelitian ini membahas mengenai pengaruh pandemi terhadap penghasilan pedagang di pasar tradisional. Sedangkan perbedaannya terletak pada metode penelitian dan lokasi yang dipilih.

Penelitian terdahulu yang ketiga ialah artikel karya Ratih Rosita, Irmanelly, Ermaini dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima (Studi Kasus Wisata Taman Jomblo Kotabaru Jambi Pasca Pandemi Covid-19)”. Pada kajian terdahulu ini memakai metode kuantitatif deskriptif yang memakai analisis regresi linier berganda agar mengerti maksud dari penelitian tersebut, yakni mendeskripsikan beberapa faktor yang memberikan pengaruh pada penghasilan pedagang pada Wisata Taman Jomblo Kotabaru Jambi setelah pandemi Covid-19 baik dengan cara parsial ataupun simultan. Hasil penelitian tersebut diperoleh dari hasil regresi linier berganda yang telah dibuktikan secara simultan dan juga parsial pada variabel modal, waktu, dan *packaging* produk yang dipasarkan memberikan pengaruh pada penghasilan yang diperoleh pedagang selama masa pandemi. Persamaan penelitian penulis dengan penelitian ini yaitu mengkaji mengenai pengaruh pandemi Covid-19 terhadap penghasilan yang diterima pedagang. Dan perbedaannya terdapat pada lokasi dan pemilihan metode penelitian.

LANDASAN TEORI

Covid-19

Coronavirus merupakan keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit pada manusia dan hewan (Susilo, dkk, 2020). Penyakit Infeksi Saluran Pernapasan (ISPA) menjadi gejala awal mulainya penyakit Covid-19. Virus jenis ini ditemukan pada akhir tahun yakni bulan Desember tahun 2019 yang melanda Wuhan, China untuk pertama kalinya. Virus ini berdampak pada beberapa bidang seperti ekonomi, sosial, dan terutama kesehatan. Masyarakat dihimbau untuk mematuhi protokol kesehatan supaya dapat mengurangi tingkat penularan virus Covid-19. Kemudian, masyarakat pun diminta untuk menjaga jarak supaya tidak terpapar virus ini.

Omzet

Omzet adalah sebuah pendapatan yang dihasilkan dari hasil penjualan perhari, perminggu, atau perbulan. Omzet bisa digolongkan dalam dua bagian yakni omzet bersih dan omzet kotor. Pendapatan bersih adalah hasil keuntungan yang telah dipotong oleh belanja lainnya. Sedangkan pendapatan kotor adalah hasil keuntungan yang belum dipotong dari

biaya lain-lain.

Menurut Swastha (2005:34) berpendapat bahwa omzet/ penghasilan dari penjualan merupakan akumulasi dari keseluruhan penjualan produk baik barang maupun jasa selama kurun waktu tertentu secara terus menerus maupun dalam satu proses akuntansi. Dapat disimpulkan oleh penulis bahwa omzet atau pendapatan merupakan perhitungan hasil penjualan produk yang dilakukan berangsur-angsur dalam jangka waktu panjang.

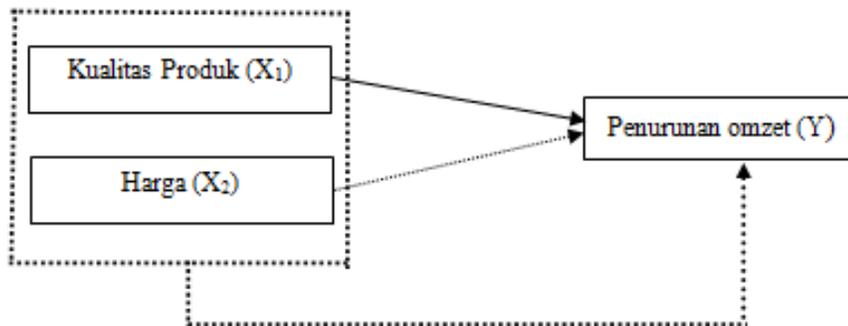
Kualitas Produk

Kotler dan Keller (2009:8) berpendapat bahwa ada 9 (sembilan) faktor yang bisa dipakai untuk mengukur kualitas produk yakni melalui bentuk (*form*), yang meliputi ukuran serta struktur fisik produk. Feature (Fitur) adalah aspek dari keistimewaan, pelayanan khusus, karakteristik, serta banyak keuntungan yang diintegrasikan di dalam produk yang ditawarkan ke konsumen. Performance quality (Kualitas kinerja) yaitu tingkat karakteristik pokok pada produk yang dioperasikan, misalnya rasa, kebersihan, dan harga. Perceived quality (Kesan kualitas), pendapat/ persepsi konsumen pada keunggulan merek dan totalitas mutu. Durability (Ketahanan), merupakan ukuran usia harapan produk bisa dioperasikan dalam kondisi apapun. Reability (Keandalan), maksudnya ialah ukuran probabilitas yang menunjukkan bahwa produk yang dihasilkan tidak gagal dalam waktu tertentu. Reapirability (Kemudahan perbaikan) yakni ketika produk mengalami kegagalan maka mudah untuk dilakukan perbaikan. Style (Gaya), mendeskripsikan rasa dan tampilan produk kepada konsumen. Design (Desain), berhubungan dengan tampilan, cita rasa, serta fungsi produk tersebut berdasarkan kebutuhan konsumen. Jadi dapat ditarik kesimpulan kualitas produk merupakan fenomena suatu produk yang menunjukkan daya tarik kepada pembeli sehingga pembeli bisa percaya terhadap produk/ barang yang ditawarkan.

Harga

Harga artinya suatu nilai tukar barang / jasa, dijamin sekarang berupa uang, atau bisa juga barang lain untuk mendapatkan suatu barang. Kotler dan Armstrong (2016:78) memberikan pengertian bahwa harga yaitu sejumlah uang yang harus dibayarkan kepada konsumen/ pembeli agar dapat memperoleh barang/ jasa. Sedangkan menurut Tjiptono (2012:151), harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Harga adalah komponen yang mempengaruhi keuntungan suatu perusahaan. Jadi kesimpulan dari harga adalah sejumlah uang yang dipakai untuk membayar suatu produk/ jasa supaya dapat dimiliki. Biasanya terdapat beberapa jenis produk dalam satu merek yang sama, namun berbeda harganya. Dalam aspek harga ini dimulai dari harga yang murah sampai mahal. Tidak hanya dalam aspek harga saja, kualitas produk juga menjadi indikator para konsumen dalam membeli suatu produk. Banyak pembeli yang beranggapan bahwa jika mereka membeli produk yang harganya mahal, maka kualitas produknya lebih baik dan lebih tinggi.

KERANGKA BERPIKIR



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Keterangan :

- > : Uji Secara Simultan
- : Uji Secara Parsial

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian penulis, metode yang dipakai adalah kuantitatif melalui penyebaran kuesioner pada pedagang kaki lima di Pasar Gedhe Solo yang kemudian diolah memanfaatkan program SPSS versi 24. Menurut Sugiyono (2017:8) metode kuantitatif adalah penelitian yang memakai data angka-angka kemudian dianalisis dengan perhitungan statistik. Dari kuesioner yang telah disebar secara langsung maka diperoleh data primer kemudian data sekunder didapatkan dari kajian/ literatur terdahulu.

Dari data kuesioner yang disebar oleh penulis, populasi diambil dari pedagang kaki lima yang terdapat di Pasar Gedhe Solo dengan menggunakan populasi terbatas. Populasi Terbatas adalah populasi yang dapat di hitung jumlahnya. Menurut Handayani (2020:58), populasi yaitu total keseluruhan dari elemen-elemen yang akan diteliti dan mempunyai ciri yang sama, dapat berupa individu dari kelompok dan peristiwa tertentu yang akan diteliti. Sehingga untuk dapat menentukan sampelnya menggunakan data pedagang kaki lima di Pasar Gedhe Solo sebanyak 131 pedagang. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini memakai Rumus Slovin berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)}$$

$$n = \frac{131}{1 + (131 \cdot 0,01)}$$

$$n = \frac{131}{1 + (1,31)}$$

$$n = \frac{131}{2,31}$$

$$n = 56,709 = 57 \text{ (dibulatkan)}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diatas, maka diperoleh sampel sebanyak 57 responden dengan teknik pengambilan sampel Convenience. Menurut Sugiyono (2018:152) variabel akan diukur serta dideskripsikan menjadi dimensi, lalu dideskripsikan kembali menjadi indikator variabel dan diwujudkan menjadi titik tolak supaya dapat merangkai instrumen yang bisa berwujud pernyataan maupun pertanyaan, pada pengukuran ini memakai skala Likert. Jika umumnya skala Likert memakai 5 (lima) atau 7 (tujuh) macam nilai, namun pada penelitian ini akan menggunakan skala dengan 4 (empat) *point* berdasarkan Sarwono (2011:153). *Point* tersebut diantaranya Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Setuju, dan Sangat Setuju yang masing-masing memiliki *point* 1 s.d 4 secara berurutan. Alat analisis yang dipakai dalam penelitian ini adalah analisis Regresi Linier Berganda dengan uji instrumen data, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang akan dijelaskan pada bab ini yang telah diperoleh dari data statistik yang dikumpulkan serta diolah melalui kuisisioner, dengan melibatkan 57 pedagang kaki lima sebagai responden yang menjajakan produknya di sepanjang jalan Pasar Gedhe Solo. Berdasarkan data yang sudah diolah dari penyebaran kuisisioner diperoleh beberapa deskripsi responden yaitu jenis kelamin, usia dan pendapatan bersih pedagang kaki lima Pasar Gedhe Solo.

Uji Validitas

Tabel 1. Deskripsi Data PKL Pasar Gedhe Solo

No Item	R Hitung	R Tabel	Sig	Keterangan
1	0,662	0,2162	0,000	Valid
2	0,637	0,2162	0,000	Valid
3	0,763	0,2162	0,000	Valid
4	0,614	0,2162	0,000	Valid
5	0,747	0,2162	0,000	Valid
6	0,799	0,2162	0,000	Valid
7	0,763	0,2162	0,000	Valid
8	0,73	0,2162	0,000	Valid
9	0,768	0,2162	0,000	Valid
10	0,813	0,2162	0,000	Valid
11	0,826	0,2162	0,000	Valid
12	0,778	0,2162	0,000	Valid
13	0,826	0,2162	0,000	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Semua item pernyataan variabel mempunyai r hitung $>$ r tabel yakni diatas 0,2162, dan sig kurang dari 0,05 maka kesimpulan kuisisioner yang telah disebarkan untuk penelitian ini adalah terbukti/ valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,862	13

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Bisa dilihat bahwa pada tabel diatas tersebut Nilai Cronbach's Alpha > 0,60, sehingga bisa dinyatakan reliabel/ konkret terhadap indikator pada variabel kualitas barang dan harga.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		57
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,79254003
Most Extreme Differences	Absolute	,091
	Positive	,068
	Negative	-,091
Test Statistic		,091
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Tabel diatas menunjukkan hasil uji normalitas pada nilai dari Asymp sebesar 0,200 > 0,05, yang berarti distribusi data normal.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Produk (X1)	,521	1,920
Harga (X2)	,521	1,920

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Diketahui bahwa hasil dari uji ini menunjukkan nilai VID pada setiap variabel independen < 10 dan nilai *tolerance* > 0,10. Oleh sebab itu, bisa diambil kesimpulan multikolinearitas tidak terjadi pada riset ini.

3. Uji Heterokedasitas

Tabel 5. Uji Heterokedasitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,584	1,734		,336	,738		
Kualitas Produk (X1)	-,090	,105	-,159	-,861	,393	,521	1,920
Harga (X2)	,214	,135	,292	1,585	,119	,521	1,920

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Pada tabel diatas tersebut, terlihat nilai sig. variabel independen > 0,05 sehingga bisa dikatakan tidak terjadi gejala Heterokedasitas pada uji ini.

4. Uji Autokorelasi

Tabel 6. Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,551 ^a	,304	,278	2,844	1,699

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Dalam uji ini diperoleh hasil yang menunjukkan nilai Durbin-Watson > 0,05 sehingga bisa diambil kesimpulannya yaitu penelitian ini bebas dari autokorelasi.

Uji Regresi Berganda

Tabel 7. Uji Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1,565	3,281		-,477	,635
Kualitas Produk (X1)	,555	,198	,442	2,806	,007
Harga (X2)	,234	,255	,144	,915	,364

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas tersebut dapat diambil persamaan Regresi Sederhana berikut ini:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = -1,565 + 0,555 + 0,234$$

Hasil dari persamaan interpretasi dan regresi dari analisis regresi berganda adalah: Nilai konstanta (a) bertanda negatif, nilainya -1,565 yang menandakan bahwa jika kualitas barang dan harganya sama dengan nol (0) maka omzet dapat menurun. Nilai koefisien kualitas barang (X₁) nilainya 0,555 yang mengartikan kualitas barang berpengaruh positif terhadap omzet. Pada koefisien regresi variabel harga (X₂) nilainya 0,234 yang mengartikan harga berpengaruh positif terhadap omzet. Pada penelitian ini memberikan hasil yang menunjukkan nilai koefisien regresi kualitas produk (0,555) dan harga (0,234) sehingga 0,555 > 0,234 maka variabel yang pengaruhnya dominan terhadap omzet adalah kualitas produk.

Uji Hipotesis

Tabel 8. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	190,559	2	95,280	11,782	,000 ^b
Residual	436,704	54	8,087		
Total	627,263	56			

1. Uji F

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Pada tabel diatas tersebut terlihat nilai F_{hitung} sebesar 11,782. Kemudian F_{tabel} pada taraf kepercayaan nilainya 5% (α 0,05) ($df_1 = (k-1) 3-1 = 2$ dan $df_2 = n-k-1 = 57-2-1 = 54$) diketahui nilainya F_{tabel} 3,168. Maka H_0 ditolak H_1 diterima dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Berarti pada variabel X secara bersamaan mempengaruhi signifikan pada variabel Y. Selain itu uji ini menggambarkan bahwa model yang digunakan sudah baik.

2. Uji t

Tabel 9. Hasil Regresi Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1,565	3,281		-,477	,635
Kualitas Produk (X1)	,555	,198	,442	2,806	,007
Harga (X2)	,234	,255	,144	,915	,364

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Dapat terlihat variabel Kualitas Produk (X_1) telah menghasilkan thitung sebesar 2,806 dengan sig. nilainya 0,007 (kurang dari 0,05). Oleh sebab itu, bisa diketahui bahwa thitung $>$ dari t tabel yaitu $2,806 > 1,674$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima memiliki arti yakni variabel kualitas produk mempengaruhi secara signifikan pada variabel omzet. berpengaruh signifikan terhadap variabel omzet. Alasan Logis karena semakin kualitas barang bagus maka semakin percaya konsumen terhadap produk yang ditawarkan, dan konsumen pun bisa mengenalkan produk tersebut kepada teman atau keluarga. Dengan demikian akan menjadikan omzet semakin bertambah.

Variabel Harga (X_2) diperoleh thitung sebesar 0,915 dan sig. nilainya 0,364 (lebih dari 0,05). Oleh sebab itu, bisa diketahui bahwa thitung $<$ dari t tabel yaitu 2,806 maka H_0 diterima dan H_1 ditolak yang artinya variabel harga tidak mempengaruhi variabel omzet. Alasan Logis meskipun harga yang ditawarkan selama pandemi Covid-19 diturunkan, namun tetap sedikit pembeli yang menjajakan ke pedagang kaki lima. Akibatnya pedagang mengalami pasang surut terhadap omzet pembelian.

3. Uji R²

Tabel 10. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,551 ^a	,304	,278	2,844

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas tersebut diketahui 'Adjusted R Square' nilainya sebesar 0,278. Apabila diprosentasikan menjadi 28%. Maka, bisa diambil kesimpulan variabel X dalam menjelaskan variabel Y hanya sebesar 28%. Kemudian oleh variabel lain yang terdapat diluar model dijelaskan sebesar 72%. Pada hasil tersebut dinilai kurang baik, hal tersebut dikarenakan masih dibawah 100%. Hasil persentase dinilai baik jika besarnya persentase penjas mendekati 100%.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka bisa ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pada variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap omzet yang diterima oleh pedagang kaki lima di Pasar Gedhe Solo.
2. Harga berpengaruh terhadap omzet yang diterima atau didapatkan pedagang kaki lima di Pasar Gedhe Solo. Omzet yang diterima oleh pedagang kaki lima di Pasar Gedhe Solo dikorelasikan hanya sebesar 28% dalam aspek kualitas produk dan harga. Hal ini dikarenakan penulis meneliti variabel ketika pandemi Covid-19, oleh sebab itu, penambahan pada setiap kualitas produk serta harga sebesar 1% yang dilakukan oleh pedagang kaki lima sangat mempengaruhi omzet pedagang kaki lima di Pasar Gedhe Solo.
3. Hasil dari uji F yang sudah dilakukan pada variabel X secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap variabel Y. Selain itu uji ini menggambarkan bahwa model yang digunakan sudah baik. Sedangkan hasil uji T memperlihatkan variabel pada kualitas produk memberikan pengaruh signifikan pada variabel omzet. Sedangkan pada variabel harga tidak mempengaruhi variabel omzet.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Handayani, Ririn. (2020). Metodologi Penelitian Sosial. Yogyakarta: Trussmedia Grafika.
- [2] Kotler, P. dan G. Armstrong. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Erlangga. Jakarta.
- [3] Keller & Kotler. (2009). Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi 13. Jakarta: Erlangga
- [4] Nabilah, S., Nursan, M., & Suparyana, P. K. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM (Studi Kasus UMKM Zea Food di Kota Mataram). *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(12), 2655-2660.
- [5] Perwitasari, Z., & DS, A. H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan The Botol Sosro (Studi Kasus Pada Konsumen Teh Botol Sosro yang Melakukan Pembelian di Indomaret Kelurahan Tembalang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3), 25-36. <https://doi.org/10.14710/jiab.2018.20925>.
- [6] Putri, A. A., Aisyah, A. I., Pratama, D. A. P., Maritza, E. N., Priambodo, G., Hermawan, G. V., ... & Natalia, J. (2021). Pelatihan Strategi Pemasaran Online Untuk Pedagang yang Terdampak Covid19 di Surabaya dan Sekitarnya. *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 363-376.
- [7] Rosita, R., Irmanelly, I., & Ermaini, E. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima (Studi Kasus Wisata Taman Jomblo Kotabaru Jambi Pasca Pandemi Covid-19). Eksis: *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*,

- 11(2), 118-124.
- [8] Sarwono. 2011. Psikologi Remaja. Edisi Revisi. Jakarta: Rajawali Pers.
- [9] Sinaga, R., & Purba, M. R. (2020). Pengaruh Pandemi Virus Corona (Covid-19) Terhadap Pendapatan Pedagang Sayur Dan Buah Di Pasar Tradisional "Pajak Pagi Pasar V" Padang Bulan. *Jurnal Regionomic*, 2(2), 37-48.
- [10] Siti Rohmawati, Ila Navilah, Nining Wahyuningsih. (2020). Pengaruh Lokasi Usaha, Alokasi Waktu, Dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Masa Pandemi Covid-19. *Co-Value: Jurnal Ekonomi, Koperasi Kewirausahaan* 11(1): 21-29.
- [11] Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : CV Alfabeta
- [12] Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: CV Alfabeta.
- [13] Soetjipto, N. (2020). Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi Covid-19. Yogyakarta: K-Media.
- [14] Swastha, Basu dan Irawan. (2005). Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.
- [15] Tjiptono & Chandra, G. (2012). Pemasaran Strategik. Edisi Kedua. Yogyakarta Yogyakarta: Andi
- [16] Zuhijahayanti, H., Safira, K. A., Saputri, L. L., & Permana, E. (2021). Strategi Mempertahankan Usaha Pedagang Kaki Lima (PKL) di Masa Pandemi Covid19. *Inovasi Jurnal Ilmiah Manajemen*. E-ISSN, 2598, 4950.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN