

ANALISIS KINERJA PEDAGANG PAKAIAN DI PASAR JEPARA SATU

Samsul Arifin

STIE Nahdlatul Ulama' Jepara, Jl. Taman Siswa (Pekeng) Tahunan Jepara
E-mail: bos.trio@yahoo.com

Abstract

This in a descriptive research that was conducted in order to analyze the performance of clothes traders in Jepara I market. It was 200 people who become the research population, among them about 30 people were selected as sample. The data was accumulated using questionnaire and interview in 2010 and then analyzed using descriptive statistic. The investigation was divulging that most of the clothes merchant earning on target, furthermore their income, amount of customers, and sales turnover were tend to increase. They are able sold vary clothes model according to market trend. Although in general the merchant's performance has been improved, there were some traders performance that declining. Merchants whose performance tends to decline only survive with a minimum investment.

Keywords: Performance, Market traders

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang bertujuan untuk menganalisis kinerja pedagang pakaian di Pasar Jepara I. Populasi penelitian adalah pedagang pakaian di Pasar Jepara I sebanyak 200 orang. Sehingga diambil sampel sebanyak 30 orang pedagang pakaian. Penelitian dilakukan pada tahun 2010, data yang diperlukan dikumpulkan dengan kuesioner dan wawancara dan dianalisis dengan statistik deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang memperoleh penghasilan yang jumlahnya sesuai target, memiliki trend penghasilan yang meningkat, trend jumlah pelanggan yang relatif meningkat, omzet penjualan meningkat, variasi barang yang dijual juga bervariasi sesuai trend. Meskipun secara umum pedagang memiliki kinerja yang meningkat, terdapat pula pedagang yang kinerjanya menurun. Pedagang yang kinerjanya menurun cenderung hanya bertahan dengan modal seadanya.

Kata kunci: kinerja, pedagang pasar

Pendahuluan

Krisis global yang telah melanda dunia termasuk bangsa Indonesia telah mengakibatkan kehancuran sendi-sendi kehidupan bangsa ini. Sektor ekonomi adalah salah satu sendi kehidupan yang paling parah terkena dampaknya. Sangat banyak bidang-bidang usaha yang mengalami kebangkrutan yang mengakibatkan terjadinya

pemutusan hubungan kerja bahkan tidak sedikit yang sampai gulung tikar, sehingga tingkat pengangguran meningkat dengan sangat drastis.

Tidak hanya akibat di atas, krisis moneter ini juga membawa dampak negatif lain yaitu kenaikan harga barang-barang kebutuhan hidup. Harga barang yang melambung membuat nilai kebutuhan hidup semakin tinggi. Dalam banyak kasus, krisis ekonomi menyebabkan banyak perusahaan besar mengalami kebangkrutan. Hal ini disebabkan karena kebanyakan mereka tergantung pada sumber pendanaan eksternal seperti hutang. Namun tidak demikian dengan usaha yang berskala kecil yang lebih mengandalkan pada sumber dana pribadi sehingga mampu bertahan dalam segala situasi termasuk hantaman krisis. Oleh karena itu bisa dikatakan usaha kecil merupakan penyelamat perekonomian, karena mereka-lah yang mampu menyediakan lapangan pekerjaan. Hal ini merupakan kelebihan yang dimiliki perusahaan kecil dibandingkan dengan perusahaan besar. Kelebihan lain dari perusahaan kecil adalah praktis, lebih efisien dan tepat mengambil keputusan sehingga apabila dikelola dengan manajemen modern kemungkinan perusahaan kecil akan memiliki daya saing yang lebih besar.

Kemungkinan gagal dalam bisnis adalah ancaman yang selalu ada bagi pengusaha, tidak ada jaminan kesuksesan. Tak seorangpun yang ingin gagal, tetapi selalu ada kemungkinan bagi orang yang memulai suatu bisnis selain kesuksesan seseorang dapat mengalami kegagalan. Untuk menilai kesuksesan atau kegagalan seseorang dapat ditelusuri dari kinerja mereka.

Di Pasar Jepara I, usaha konveksi terutama di masa krisis tumbuh sangat cepat. Pedagang kecil yang bergerak di bidang penjualan berbagai macam model dan bentuk pakaian merupakan objek yang menarik karena fakta menunjukkan bidang usaha ini menjadi alternatif pilihan banyak pihak yang ingin membuka usaha sendiri karena kemudahan menjalankan dan kebutuhan modal yang relatif kecil serta tidak sedikit yang mampu bertahan walaupun persaingan dan usaha sejenis cukup besar. Melihat fenomena tersebut, penelitian ini memfokuskan pada kinerja pedagang pakaian di Pasar Jepara I.

Landasan Teori

Manajemen Usaha

Istilah manajemen berhubungan dengan usaha untuk tujuan tertentu dengan jalan menggunakan sumber daya yang tersedia dalam organisasi dengan cara yang sebaik mungkin. Dalam organisasi selalu terkandung untuk kelompok manusia, maka manajemen pun biasanya digunakan dalam hubungan usaha satu kelompok manusia, walaupun manajemen itu dapat pula ditetapkan terhadap usaha-usaha individu.

Yang dimaksud dengan manajemen di sini adalah suatu kinerja melalui manusia. Sebagai cara mengatur atau pengelolaan usaha, maka manajemen pada usaha kecil seperti halnya manajemen pada usaha skala besar adalah memiliki unsur mutlak yaitu manusia. Jadi konsep manajemen pada usaha kecil haruslah yang serba sederhana dalam arti mudah dioperasionalisasikan. Manusia dalam manajemen berperan sebagai

perencana, pelaksana, organisator, atau pengarah dan akhirnya sebagai pengawas pengendali usaha. Dalam mengembangkan manajemen usaha kecil maka langkah-langkah dalam prinsip manajemen yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian harus dilakukan (Anoraga, 2000).

1. Perencanaan Pengembangan Usaha

Perencanaan pengembangan usaha yang dimiliki pemilik usaha kecil terhadap usahanya berupa kekuatan apa yang dimilikinya, kelemahan atau kendala apa yang dihadapi, peluang apa saja yang muncul, yang bisa diamati, ancaman apa yang bisa menghambat berkembangnya usaha. jika semua hal itu telah dilakukan kemudian membuat sebuah perencanaan tentang apa yang perlu dipersiapkan pada masa akan datang.

Untuk perencanaan usaha ini hal-hal yang harus diperhatikan seorang wirausaha yaitu:

- a. Pemasaran diantaranya : pasar mana yang bisa dimasuki, produk baru apa yang bisa dikembangkan, berapa harga yang harusnya ditetapkan untuk dapat bersaing dengan usaha sejenis, pihak-pihak yang bisa diajak untuk bekerja sama.
- b. Sumber daya manusia diantaranya: bekal ketrampilan apa yang diperlukan dikembangkan, tambahan karyawan yang diperlukan, upaya-upaya yang akan dilakukan untuk meningkatkan kesejahteraan karyawan.
- c. Produksi diantaranya: bahan baku yang ada, kapan yang di lakukan pembuatan produknya, kapan dibutuhkan menambah pembelian peralatan produksi, berapa banyak persediaan yang mencukupi kebutuhan.

2. Pengorganisasian dan Pelaksanaan Usaha kecil

Maksud dan pengorganisasian ini adalah pemilik yang biasanya pada usaha kecil merangkap sebagai pembuat rencana dan sekaligus yang bertugas untuk melaksanakan rencana tersebut harus mampu mengatur waktu sedemikian rupa sehingga rencana yang dibuat dapat dilaksanakan. Pemilik haruslah mengorganisasikan waktu yang dimilikinya disela-sela kesibukan operasional dan memikirkan serta melaksanakan rencana yang dibuat.

3. Mengadakan Evaluasi Terhadap Rencana Usaha Kecil.

Evaluasi terhadap rencana usaha penting dilakukan agar dapat dideteksi secara dini persoalan yang timbul dalam pengelolaan usaha. Hal ini penting dilakukan agar rencana yang tidak bisa dilaksanakan dapat segera diperbaiki dan sekaligus memperkirakan masalah apa yang mungkin akan muncul untuk diambil tindakan pencegahan.

Usaha sebagai konsep mengacu pada dua hal, yaitu usaha atau perusahaan dan pengusaha atau orang yang melakukan usaha tertentu. Konsep usaha besar atau usaha kecil dengan demikian dikaitkan dengan usahanya, bukan semata-mata dikaitkan dengan orang atau pengusahanya. Keuntungan merupakan dasar untuk hidupnya suatu perusahaan. Di dalam praktek berusaha tidak ada jaminan bahwa perusahaan akan

selalu meraih keuntungan, kecuali dengan manajemen yang baik.

Sebuah usaha yang dirintis dan bentuk usaha yang kecil jika di masa datang dapat dikembangkan menjadi besar, biasanya akan memiliki tingkat penyesuaian yang sangat tinggi terhadap berbagai perubahan yang terjadi yang berpengaruh terhadap dunia usaha. Daya tahan semacam ini belum tentu dimiliki oleh usaha yang besar sekalipun. Dengan kata lain sebuah usaha yang dirintis dari nol, akan memiliki dasar yang kuat untuk bertahan dimasa yang sulit dan menyesuaikan diri dengan keadaan yang terjadi. Begitu juga yang dialami oleh pedagang pakaian, memulai usaha dan bawah sehingga ingin usaha pakaian ini dapat berkembang terus dan tentunya akan diteruskan oleh penerusnya nanti, walaupun akan menghadapi masa sulit di masa akan datang.

Usaha perseorangan merupakan salah satu bentuk yang banyak sekali dipakai di Indonesia. Bentuk ini biasanya dipakai untuk kegiatan usaha yang kecil atau pada saat permulaan mengadakan kegiatan usaha.

Sistem manajemen pedagang kecil memiliki ciri-ciri antara lain (Panjoyo, 2001):

1. Pengambilan keputusan dilakukan sendiri.
2. Informasi pasar yang diperoleh masih sangat terbatas
3. Penyusunan personalia didasarkan pada hubungan kekeluargaan dan persahabatan.
4. Sikap usahanya lebih bersifat menyesuaikan diri dan mengharapkan daripada sifat menciptakan dan berbuat sesuatu.
5. *Skill* yang dimiliki diperoleh dari warisan orang tua sehingga ada kecenderungan serba bisa tetapi terbatas pada keahlian.
6. Tujuan usahanya sangat bervariasi antara lain mencari keuntungan yang maksimum, untuk menjamin kelangsungan hidup, untuk menjalankan warisan orang tua hingga untuk menghidupi keluarga.
7. Bentuk usaha sendiri ini memungkinkan pemilik menerima 100% laba yang dihasilkan perusahaan.

Berdasarkan sistem manajemen usaha tersebut, persoalan manajemen yang dihadapi pedagang kecil meliputi kegiatan-kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengkoordinasian dan pengendalian. Apabila diperhatikan persoalan-persoalan tersebut sebenarnya adalah masalah dasar manajemen. Persoalan ini timbul karena kurangnya ketrampilan manajemen pada pedagang kecil. Menurut Oey Lianglee dalam Panjoyo (2001) sebab pokok kurangnya ketrampilan manajemen tersebut adalah kurangnya pengetahuan dan pengalaman di bidang manajemen.

Secara umum, kegiatan manajemen pedagang pakaian berkaitan dengan penjualan barang dan jasa untuk konsumsi akhir. Guna mewujudkan hal ini seorang pedagang pakaian menjalankan fungsi pembelian, penjualan, promosi, penetapan harga, pergudangan, pembiayaan dan penanggungan resiko (Ramsey, 1985 dalam Palupiningtyas, 2000). Apabila para pedagang dapat menjalankan dan mengelola fungsi ini secara efisien maka usahanya akan sukses.

Menurut Schermerhorn (1999), tolak ukur kesuksesan suatu usaha biasanya dilihat dari efektifitas dan efisiensi kinerja. Kinerja yang diukur adalah kinerja yang ingin dicapai oleh pengelola usaha. Dengan kata lain kesuksesan usaha dapat diukur dan tercapai tidaknya tujuan yang telah ditetapkan. Sementara tujuan yang ditetapkan oleh suatu usaha bermacam-macam. Oleh karena itu tolak ukur yang digunakan juga bermacam-macam namun pada dasarnya adalah terjadinya suatu peningkatan atas tujuan yang ditetapkan tersebut.

Kinerja Pedagang

Dalam mendirikan suatu usaha seorang pemimpin perusahaan pasti menginginkan kinerja yang baik dan mencapai kesuksesan yang baik. Tentunya mendapatkan suatu kinerja yang diinginkan akan sangat dibutuhkan dorongan. Dorongan itu tentunya didapatkan dari keluarga, teman dan kemudian mengembangkan perusahaan tersebut pada orang tertentu.

Pelanggan merupakan salah satu komponen bagi perusahaan agar dapat memperoleh keuntungan. Karena dengan adanya pelanggan tentu produk yang ditawarkan akan laku dan laris di pasar. Pedagang pakaian ini juga mempunyai beberapa pelanggan tetap, karena pada pedagang pakaian ini tidak hanya menjual per satuan atau per biji, tetapi menjual secara grosir. Di sini selain model untuk remaja, orang dewasa juga ada untuk anak-anak. Untuk itu pedagang harus berjuang untuk mencari dan menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan.

Dalam membuat pakaian tentunya dipikirkan model-model yang dipasarkan, bahan-bahan yang diperlukan serta alat-alat atau kebutuhan pakaian lainnya. Tentunya ada kerjasama antara pemimpin dan karyawan agar tercipta keselarasan di antara mereka. Yang diutamakan tentunya pelanggan atau konsumen. Kesempatan bisnis muncul bagi mereka yang mampu menghasilkan berbagai macam bentuk model produk pakaian yang diinginkan oleh pelanggan.

Dalam mencapai keberhasilan usaha, fungsi yang dijalankan pedagang pakaian agar berjalan dengan baik antara lain: penghasilan rata-rata, jumlah dan kelengkapan barang, jumlah pembeli atau konsumen, dan keuntungan rata-rata.

Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang digunakan sebagai referensi ditunjukkan pada tabel 1.

Tabel 1.
Penelitian Terdahulu

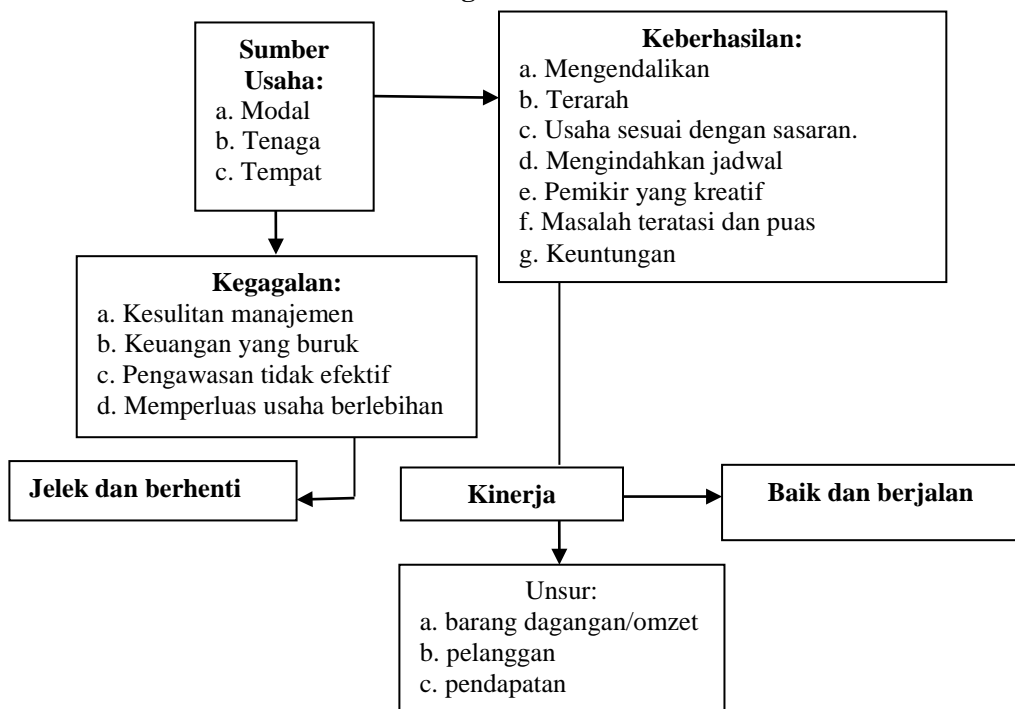
No	Judul	Variabel	Hasil penelitian
1	Palupiningtyas (2000)	1. Kewirausahaan 2. Keberhasilan Usaha	Keberhasilan bisnis MLM disebabkan oleh kewirausahaan para pelaku bisnisnya. Kreativitas, kebebasan, keberanian mengambil resiko dan sensitivitas terhadap peluang mendorong keberhasilan usaha bisnis MLM.
2	Supaat (2003)	1. Jiwa wirausaha 2. Manajemen usaha 3. Kinerja usaha	Terdapat pengaruh yang signifikan antara jiwa kewirausahaan dan keuletan bisnis terhadap kinerja pedagang pakaian di Pasar Johar Semarang.

Sumber: penelitian terdahulu

Alur Penelitian

Untuk mempermudah dan memahami penelitian maka dapat dijelaskan pada gambar 1 sebagai berikut:

Gambar 1
Kerangka Pemikiran



Lokasi penelitian di Pasar Jepara I. Letak Pasar Jepara 1 sangat mudah ditemui

masyarakat untuk berbelanja di Pasar tersebut, karena wilayahnya berada ditengah kota dan dilalui angkota dan bus, hampir dari semua jurusan.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif dalam penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan kinerja pedagang pakaian di Pasar Jepara I.

Variabel dan Definisi Operasional

Variabel yang dibahas dalam penelitian ini adalah kinerja pedagang. Kinerja pedagang merupakan suatu tujuan usaha yaitu dapat memberikan kepuasan kepada pembeli dan masyarakat yang lain dalam pertukarannya untuk sejumlah laba atau perbandingan antara penghasilan dan biaya menguntungkan (Basu Swastha & Irawan 2003). Indikator dari variabel kinerja pedagang yaitu:

1. Peningkatan pendapatan
2. Naiknya jumlah pembeli atau pelanggan
3. Peningkatan jumlah barang yang dijual (omset)

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pedagang pakaian di Pasar Jepara I adalah sebanyak 200 orang. Pengambilan sampel secara random sebanyak 30 orang pedagang pakaian.

Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang dijelaskan meliputi umur (tabel 2), jenis kelamin (tabel 3), pendidikan (tabel 4), status perkawinan (tabel 5) dan keuntungan rata-rata per bulan (tabel 6).

Tabel 2
Umur Responden

Umur	Jumlah	Persentase
20 – 30 tahun	9	30
31 – 40 tahun	16	53,3
41 tahun ke atas	5	16,7
Jumlah	30	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2010

Berdasarkan tabel 2, dapat dijelaskan bahwa sebagian besar responden penelitian berusia 31-40. Hal ini menunjukkan bahwa responden berada pada rentang usia produktif.

Tabel 3
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	8	26,7
Perempuan	22	73,3
Jumlah	30	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2010

Berdasarkan tabel 3, dapat dijelaskan bahwa jumlah responden perempuan sebanyak 73,3% atau sebanyak 22 orang. Sejangka pengamatan peneliti, sebagian besar pedagang di pasar Jepara Satu adalah perempuan.

Tabel 4
Tingkat Pendidikan Responden

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SD	7	23,3
SMP	9	30
SMA	11	36,7
Tamat Perguruan Tinggi	3	5
Jumlah	30	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2010

Berdasarkan tabel 4, dapat dijelaskan bahwa sebagian besar responden berpendidikan SMA ke bawah, yaitu sebanyak 95 persen atau 27 responden. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang pasar memiliki pendidikan yang disesuaikan dengan kebutuhan, yaitu cukup memiliki pendidikan SMA atau sederajat untuk menjadi pedagang.

Tabel 5
Status Marital Responden

Pendidikan	Jumlah	Persentase
Belum Menikah	7	23,3
Menikah	19	63,3
Duda/Janda	4	13,3
Jumlah	30	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2010.

Berdasarkan tabel 5, diketahui bahwa pedagang di pasar Jepara Satu telah menikah yaitu sebanyak 19 orang, sedangkan yang belum menikah sebanyak 7 orang.

Tabel 6
Tingkat Pendapatan Rata-rata per Bulan Responden

Pendapatan	Jumlah	Persentase
Kurang dari Rp. 1.000.000	8	26,7
Rp. 1.000.000 s/d 1.500.000	6	20
Rp. 1.500.000 s/d 2.000.000	10	33,3
Lebih dari Rp. 2.000.000	6	20
Jumlah	30	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2010.

Berdasarkan tabel 6, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki penghasilan yang relatif rendah yaitu kurang dari dua juta rupiah. Dari hasil wawancara lanjutan, responden yang memiliki pendapatan kurang dari 1 juta rupiah adalah karyawan yang bekerja di pasar. Mereka menunggu kios dan perannya hanya sebagai penjual saja, bukan pemilik.

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis kinerja pedagang pakaian di Pasar Jepara I dijelaskan dengan menelaah hal-hal yang berkaitan dengan banyaknya penghasilan yang diperoleh, peningkatan pendapatan, banyaknya pembeli, jumlah barang yang dijual, banyaknya barang yang dimiliki, dan peningkatan jumlah pembeli.

1. Kinerja Pedagang Pakaian berdasar Penghasilan yang Diperoleh

Analisis deskriptif frekuensi berdasarkan jawaban dari 30 responden (pedagang pakaian) yang berkaitan dengan “Banyaknya penghasilan yang diperoleh” dapat disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7
Banyaknya Penghasilan Yang Diperoleh

Tanggapan	Jumlah	Persentase
Sedikit	2	6,7
Cukup	13	43,3
Banyak	15	50
Total	30	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2010.

Dengan memperhatikan Tabel 7, dapat dijelaskan bahwa dan 30 responden rata-rata merasa bahwa penghasilan yang mereka peroleh adalah banyak yaitu sebanyak 15 orang atau sebesar 50%. Jadi dapat diketahui bahwa kinerja para pedagang pakaian di Pasar Jepara I adalah baik, hal ini ditunjukkan bahwa penghasilan yang diperoleh oleh para pedagang pakaian tersebut banyak.

Baiknya kinerja pedagang pakaian yang disebabkan karena banyaknya

penghasilan yang diperoleh dari penjualan pakaian akan membuat mereka untuk lebih termotifikasi untuk membuat mereka lebih giat melakukan kegiatannya yaitu menjual pakaian sehingga akan lebih meningkatkan kinerja mereka di masa yang akan datang.

2. Kinerja Pedagang Pakaian berdasar Peningkatan Pendapatan

Analisis deskriptif frekuensi berdasarkan jawaban dan 30 responden (pedagang pakaian) yang berkaitan dengan “Peningkatan pendapatan” disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8
Peningkatan Pendapatan

Tanggapan	Jumlah	Persentase
Turun	1	3,3
Tetap	12	40
Naik	17	56,7
Total	30	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2010.

Dengan memperhatikan Tabel 8, dapat dijelaskan bahwa dari 30 responden rata-rata merasa bahwa penghasilan yang mereka peroleh adalah mengalami kenaikan yaitu sebanyak 17 orang atau sebesar 56,7%. Jadi dapat diketahui bahwa kinerja para pedagang pakaian di Pasar Jepara I adalah mengalami peningkatan, hal ini ditunjukkan bahwa penghasilan yang diperoleh oleh para pedagang pakaian tersebut naik.

Meningkatnya kinerja pedagang pakaian yang disebabkan karena meningkatnya penghasilan yang diperoleh dan penjualan lebih termotivasi untuk lebih giat melakukan kegiatannya yaitu menjual pakaian sehingga akan lebih meningkatkan kinerja mereka di masa yang akan datang.

3. Kinerja Pedagang Pakaian berdasar Banyaknya Pembeli

Analisis deskriptif frekuensi berdasarkan jawaban dari 30 responden (pedagang pakaian) yang berkaitan dengan “Banyaknya pembeli” disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9
Banyaknya Pembeli atau Pelanggan

Tanggapan	Jumlah	Persentase
Sedikit	4	13,3
Cukup Banyak	5	16,7
Banyak	21	70
Total	30	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2010.

Dengan memperhatikan Tabel 9, dapat dijelaskan bahwa dan 30 responden rata-rata merasa bahwa pembeli atau pelanggan yang datang atau yang mereka miliki adalah

banyak yaitu sebanyak 21 orang atau sebesar 70%. Jadi dapat diketahui bahwa kinerja para pedagang pakaian di Pasar Jepara I adalah baik, hal ini ditunjukkan bahwa pembeli atau pelanggan oleh para pedagang pakaian tersebut banyak. Jadi para pedagang pakaian dengan keahlian yang dimiliki mampu menarik para pembeli untuk datang maupun melakukan pembelian, sehingga kinerja mereka dapat dikatakan baik.

Baiknya kinerja pedagang pakaian yang disebabkan karena banyaknya pembeli atau pelanggan yang datang untuk membeli pakaian akan membuat mereka lebih termotivasi untuk lebih giat melakukan kegiatannya yaitu menjual pakaian sehingga akan lebih meningkatkan kinerja mereka di masa yang akan datang.

4. Kinerja Pedagang Pakaian berdasar Jumlah Pakaian Yang Dijual

Analisis deskriptif frekuensi berdasarkan jawaban dari 30 responden (pedagang pakaian) yang berkaitan dengan “Jumlah pakaian yang dijual” disajikan pada Tabel 10.

Tabel 10
Peningkatan Jumlah Pakaian yang dijual

Tanggapan	Orang	Persentase
Turun		0
Tetap	14	46,7
Naik	16	53,3
Total	30	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2010.

Dengan memperhatikan Tabel 10, dapat dijelaskan bahwa dari 30 responden rata-rata merasa bahwa jumlah pakaian yang dijual adalah mengalami kenaikan yaitu sebanyak 16 orang atau sebesar 53,3%. Jadi dapat diketahui bahwa kinerja para pedagang pakaian di Pasar Jepara I adalah mengalami peningkatan, hal ini ditunjukkan bahwa jumlah pakaian yang dijual yang oleh para pedagang pakaian tersebut naik.

Meningkatnya kinerja pedagang pakaian yang disebabkan karena semakin meningkatnya jumlah pakaian yang dijual akan membuat mereka lebih termotivasi untuk menawarkan pakaianya sehingga akan lebih meningkatkan kinerja mereka di masa yang akan datang.

5. Kinerja Pedagang Pakaian berdasar Banyaknya Barang yang Dimiliki

Analisis deskriptif frekuensi berdasarkan jawaban dari 30 responden pedagang pakaian yang berkaitan dengan “Banyaknya barang yang dimiliki” disajikan pada Tabel 11.

Tabel 11
Banyaknya Barang yang Dimiliki

Tanggapan	Orang	Persentase
Sedikit	2	6,7
Cukup Banyak	12	40
Banyak	16	53,3
Total	30	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2010.

Dengan memperhatikan Tabel 11, dapat dijelaskan bahwa dari 30 responden rata-rata merasa bahwa barang yang mereka miliki adalah banyak yaitu sebanyak 16 orang atau sebesar 53,3%. Jadi dapat diketahui bahwa kinerja para pedagang pakaian di Pasar Jepara I adalah baik, hal ini ditunjukkan bahwa banyaknya barang yang dimiliki oleh para pedagang pakaian tersebut banyak. Jadi para pedagang pakaian dengan sumber dana yang dimiliki (modal) mampu menyediakan barang untuk ditawarkan kepada konsumen, sehingga kinerja mereka dapat dikatakan baik.

Baiknya kinerja pedagang pakaian yang disebabkan karena banyaknya barang yang dimiliki akan membuat mereka lebih giat melakukan kegiatannya yaitu menawarkan pakaian kepada konsumen supaya cepat laku sehingga akan lebih meningkatkan kinerja mereka di masa yang akan datang.

Kinerja Pedagang Pakaian Dilihat dari Peningkatan Jumlah Pembeli

Analisis deskriptif frekuensi berdasarkan jawaban 30 responden yang berkaitan dengan “Peningkatan jumlah pembeli” disajikan pada Tabel 12.

Tabel 12
Peningkatan Jumlah Pembeli

Tanggapan	Orang	Persentase
Turun	1	3,3
Tetap	8	26,7
Naik	21	70
Total	30	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2010.

Dengan memperhatikan Tabel 12, dapat dijelaskan bahwa dari 30 responden rata-rata merasa bahwa jumlah pembeli yang datang adalah mengalami kenaikan yaitu sebanyak 21 orang atau sebesar 70%. Jadi dapat diketahui bahwa kinerja para pedagang pakaian di Pasar Jepara I adalah mengalami peningkatan, hal ini ditunjukkan bahwa jumlah pembeli yang datang ke toko atau kios dari para pedagang pakaian tersebut naik.

Meningkatnya kinerja pedagang pakaian yang disebabkan karena meningkatnya

jumlah pembeli pakaian akan membuat mereka lebih termotivasi untuk lebih giat melakukan kegiatannya yaitu menjual pakaian sehingga akan lebih meningkatkan kinerja mereka di masa yang akan datang.

Berdasarkan hasil penelitian ditunjukkan bahwa kinerja dan para pedagang pakaian yang berada pada Pasar Jepara I adalah baik dan mengalami peningkatan. Tetapi banyak dan para pedagang pakaian juga mengeluh dengan modal yang dimiliki dan tempat untuk berdagang. Barang dagangan mereka peroleh dari para rentenir yang menetapkan bunga tinggi, sehingga mereka walaupun pendapatan melebihi UMD (Rp. 702.000) tetapi beban mereka terlalu besar. Dan para pedagang juga mengeluh bahwa besarnya angsuran untuk lokasi di pasar adalah cukup tinggi, yaitu para pedagang pakaian untuk mendapatkan lokasi di Pasar Jepara I harus mengangsur sebesar Rp. 400.000, - per bulan.

Keberatan yang dirasakan para pedagang terlihat bahwa masih banyak tempat-tempat penjualan di Pasar Jepara I yang belum laku. Sehingga untuk menyikapi hal tersebut pihak pengelola (yaitu Dinas Koperasi, Usaha Mikro Kecil, Menengah dan Pengelolaan Pasar) harus mengambil kebijaksanaan yang proaktif dengan pihak pedagang. Langkah proaktif tersebut dapat dilakukan dengan mengevaluasi apa yang menyebabkan para pedagang merasa keberatan. Kalau memang biaya angsuran yang terlalu tinggi, maka pihak pengelola bisa melakukan pertemuan kembali dan melakukan negosiasi kembali. Sehingga akan berakibat antara kedua belah pihak merasa diuntungkan, bagi pihak pengelola lokasinya laku semua dan bagi para pedagang merasa ringan dalam mengangsur dan memiliki tempat untuk berjualan.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dengan melakukan wawancara dan beberapa pedagang pakaian di Pasar Jepara I di atas diperoleh keterangan, bahwa sebagian pedagang mengatakan sepi. Ramainya Pasar Jepara I dimulai sekitar jam 10.00 WIB, sebab pada jam pagi (5.00 WIB s/d 10.00 WIB) para pembeli lebih senang pergi di Pasar Jepara II, karena pada pasar tersebut banyak pedagang-pedagang yang menjual sayur-sayur segar, ikan segar, dan lain sebagainya sehingga masyarakat lebih senang ke Pasar Jepara II. Dan Pasar Jepara I juga mengalami keramaian pada hari raya agama seperti : hari raya Idul Fitri, idul Adha, Hail Raya Natal, dan lain sebagainya.

Selain itu berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pedagang diketahui bahwa, sebagian besar pedagang setelah berjualan di Pasar Jepara I mempunyai pengaruh terhadap usahanya, ada yang merasa mengalami peningkatan dan juga ada yang mengalami penurunan. Untuk para pedagang yang mengalami peningkatan karena merasa mereka pendapatannya lebih dan Rp. 100.000,- per hari, jenis pakaian yang dijualnya semakin banyak, atau mereka yang pakaiannya laku setiap hari antara 3 -4, atau bahkan lebih dan 5 potong, dan para pembeli ini sudah banyak memiliki pelanggan atau pembeli, selain itu mereka sudah lama berjualan di Pasar Jepara I dan sudah memiliki tempat sendiri, sehingga dapat dikatakan pedagang pakaian tersebut sudah mapan.

Tetapi ada beberapa orang pedagang pakaian menyatakan menurun atau merosot,

karena mereka merasa pendapatannya per hari di bawah Rp. 30.000,- atau kata mereka “Yang penting dapat untuk makan”. Mereka juga mengatakan kadang setiap hari pakainya tidak laku, atau bahkan satu minggu hanya laku 2-3 potong pakaian, selain itu mereka baru berjualan. Jadi mereka masih perlu berusaha semaksimal mungkin untuk memasarkan dagangan pakainya pada konsumen.

Berdasarkan beberapa keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa kinerja pada pedagang pakaian di Pasar Jepara I tidak semuanya mengalami peningkatan, tetapi ada sebagian kecil yang mengalami penurunan. Untuk pedagang yang mengalami peningkatan dapat dikatakan bisa bertahan meneruskan usahanya, tetapi untuk para pedagang yang mengalami kemerosotan atau penurunan bisa dikatakan ada yang berhenti karena kehabisan modal dan mungkin bertahan dengan modal seadanya.

Penutup

Kesimpulan

Kesimpulan yang diambil berdasarkan dan hasil analisis penelitian, yang berkaitan dengan studi kinerja pedagang pakaian di Pasar Jepara I antara lain:

1. Kinerja pedagang pakaian dilihat dari banyaknya penghasilan yang diperoleh mayoritas adalah baik, hal ini ditunjukkan dan 30 responden rata-rata merasa bahwa penghasilan yang mereka peroleh adalah banyak yaitu sebanyak 15 orang atau sebesar 50%, hal ini disebabkan karena mereka sudah memiliki pelanggan dan sudah lama berjualan.
2. Kinerja pedagang pakaian dilihat dari pendapatan atau penghasilan adalah mayoritas mengalami peningkatan, hal ini ditunjukkan dan 30 responden rata-rata merasa bahwa penghasilan yang mereka peroleh adalah mengalami kenaikan yaitu sebanyak 17 orang atau sebesar 56,7%, hal ini nampak barang dagangan mereka pada setiap hari ada yang laku.
3. Kinerja pedagang pakaian dilihat dari banyaknya pembeli atau pelanggan mayoritas adalah baik, hal ini ditunjukkan dan 30 responden rata-rata merasa bahwa pembeli atau pelanggan yang datang atau yang mereka miliki adalah banyak yaitu sebanyak 21 orang atau sebesar 70%, hal ini terlihat mereka memiliki banyak pelanggan karena mereka sudah lama berjualan.
4. Kinerja pedagang pakaian dilihat dari jumlah pakaian yang dijual adalah mayoritas meningkat, hal ini ditunjukkan dan 30 responden rata-rata merasa bahwa jumlah pakaian yang dijual adalah mengalami kenaikan yaitu sebanyak 16 orang atau sebesar 53,3%, hal ini dikarenakan jenis pakaian yang dijualnya semakin banyak.
5. Kinerja pedagang pakaian dilihat dari banyaknya barang yang dimiliki adalah baik, hal ini ditunjukkan dan 30 responden rata-rata merasa bahwa barang yang mereka miliki adalah banyak yaitu sebanyak 16 orang atau sebesar 53,3%, hal ini dikarenakan jenis pakaian yang dijualnya semakin banyak.

6. Kinerja pedagang pakaian dilihat dari jumlah pembeli adalah meningkat, hal ini ditunjukkan dan 30 responden rata-rata merasa bahwa jumlah pembeli yang datang adalah mengalami kenaikan yaitu sebanyak 21 orang atau sebesar 70%, hal ini terlihat mereka memiliki banyak pelanggan karena mereka sudah lama berjualan.

Saran

Berdasarkan analisis dan kesimpulan maka saran yang dapat dikemukakan antara lain:

1. Pemerintah Daerah Kabupaten Jepara, supaya dapat memberikan pinjaman modal kepada para pedagang khususnya pedagang pakaian di Pasar Jepara I. hal ini berguna untuk menghindari para pedagang untuk meminjam dari rentenir sehingga dapat meningkatkan kinerja para pedagang pakaian dan akhirnya dapat meningkatkan perekonomian mereka.
2. Dinas Koperasi, Usaha Mikro Kecil, Menengah dan Pengelolaan Pasar, supaya dalam menetapkan besarnya biaya angsuran untuk memiliki lokasi penjualan di Pasar Jepara I sebaiknya sebelumnya dilakukan musyawarah kepada seluruh pedagang, sehingga mereka tidak merasa keberatan.
3. Pihak pedagang harus dapat termotivasi untuk bisa meningkatkan kinerjanya supaya bisa memiliki lokasi atau tempat berjualan yang akhirnya dapat membuat mereka lebih tenang mencari nafkah untuk mencukupi kebutuhan hidup keluarga.

Daftar Pustaka

- Abdul, 2009, *Perbedaan dan Pengertian Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, dikutip dari <http://www.abdulkamil.com>.
- Anoraga, Pandji dan Djoko Sudantoko, 2002, *Koperasi Kewirausahaan dan Usaha Kecil*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Arikunto, Suharsimi, 2000, *Prosedur Penelitian*, Edisi Revisi IV, PT Renika Cipta, Jakarta.
- _____, 2005, *Prosedur Penelitian*, PT Renika Cipta, Jakarta.
- Handoko, T. Hani, 2004, *Manajemen Pemasaran*, Fakultas Ekonomi UGM, Yogyakarta.
- <http://www.abdulkamil.com/2009/03/perbedaan-dan-pengertian-penelitian.html>
- Notoatmodjo, Soekidjo, 2005, *Metodologi Penelitian Kesehatan*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Organisasi Komunitas & Perpustakaan Online Indonesia, 2007, *Jenis / Macam Pedagang Perantara - Pengertian Distributor, Agen, Grosir, Agen Tunggal, Peritel, Importir & Eksportir*. Dikutip dari <http://organisasi.org/jenis-macam-pedagang-perantara-pengertian-distributor-agen-grosir-agen-tunggal-penitel>

importir-eksportir.

- Palupiningtyas, Dyah, 2003, “Peranan Kewirausahaan Dalam Keberhasilan Usaha”, *Jurnal ASET, Vol. 5, No. 3 Oktober 2003*, STIE Widya Manggala, Semarang.
- Rangkuti, Freddy, 2002, *Riset Pemasaran*, PT. Gramedia Pustaka Utama bekerja sama dengan Sekolah Tinggi Ekonomi IBII, Jakarta.
- Setiawan, E. 2005, *Metodologi Penelitian Bisnis*, STIE Widya Manggala, Semarang.
- Sugiyono, 2003, *Statistika untuk Penelitian*, Alfabeta, Jakarta.
- Sumarni, Murti dan John Soeprihanto, 2003, *Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan)*. Liberty, Yogyakarta.
- Swasta, Basu dan Irawan, 1999, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Ketiga, Liberty, Yogyakarta.
- Tommi PM. Dan Wiratna Sujarweni, 2006, *SPSS Paramedis*, Ardana Media, Yogyakarta.