

**PENGARUH PANDEMI, LOKASI, DAN CUACA TERHADAP OMSET
PEDAGANG KAKI LIMA DI ALUN-ALUN KARANGANYAR**



SKRIPSI :

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-Tugas Dan Syarat-Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu
Ekonomi Surakarta**

Disusun :

Panji Adi Budianto

18.11.00.54

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA**

2023

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI :

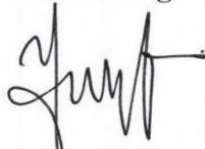
Nama : Panji Adi Budianto
NIM : 18110054
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : PENGARUH PANDEMI, LOKASI, DAN CUACA,
TERHADAP OMSET PEDAGANG KAKI LIMA DI ALUN-
ALUN KARANGANYAR

Disetujui dan di sahkan :

Hari : Selasa

Tanggal : 18 Juli 2023

Pembimbing

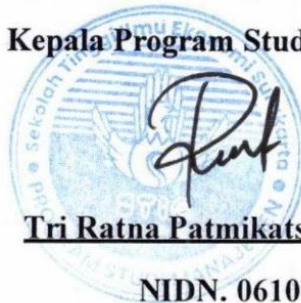


Putri Maisara, S.E., M.B.A.

NIDN. 0631079301

Mengetahui,

Kepala Program Studi S1 Manajemen



Tri Ratna Patmikatsih, S.E., M.B.A.

NIDN. 0610119201

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Panji Adi Budianto
NIM : 18110054
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : PENGARUH PANDEMI, LOKASI, DAN CUACA
TERHADAP OMSET PEDAGANG KAKI LIMA DI ALUN-
ALUN KARANGANYAR

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta) dan diterima untuk memenuhi persyaratan gelar Sarjana Manajemen.

Pada hari : Selasa
Tanggal : 18 Juli 2023
Tim Penguji

Ketua : Drs. Muhammad Jalari, S.E., M.M

Anggota : Putri Maisara, S.E., M.B.A

Tanda Tangan
(.....)
(.....)

Mengetahui

Ketua STIE Surakarta



(Signature of Dr. Budi Istiyanto)

Dr. Budi Istiyanto. S.E., M.M., M.H.

NIDN. 0625127401

Pernyataan Keaslian Skripsi

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul:

PENGARUH PANDEMI, LOKASI, DAN CUACA TERHADAP OMSET PEDAGANG KAKI LIMA DI ALUN-ALUN KARANGANYAR

Tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi lain dan tidak terdapat keseluruhan atau Sebagian tulisan orang lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya. Apabila dikemudian hari saya terbukti melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh perguruan tinggi batal saya terima.

Sukoharjo, 20 Maret 2023

Yang Memberikan Pernyataan



Panji Adi Budianto

MOTTO

Pada akhirnya takdir Allah selalu baik, walaupun terkadang perlu air mata untuk menerimanya.

(Umar Bin Khattab)

Tidak peduli apapun yang terjadi. Aku akan tetap bertahan.

(Roronoa Zoro)

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur, telah diselesaikannya skripsi ini penulis mempersembahkan kepada

1. Kedua orang tuaku, Bapak Panut dan Ibu Suparmi terima kasih atas dukungan, kasih sayang, dan doa yang selalu dipanjatkan untuk kesuksesan anakmu
2. Kakak dan adikku tersayang, Zanuar Budianto dan Anang Tri Budianto terima kasih untuk dukungan dan semangatnya
3. Sahabatku, Rezky, Fany, Thoriq, Endri, Nandhi terima kasih untuk dukungan dan waktunya untuk kelancaran dalam mengerjakan skripsi ini.
4. Teman bimbingan, terima kasih untuk semangat dan dukungannya dalam mengerjakan skripsi ini
5. Pasanganku saat ini Mega Puspita Sari, terima kasih telah menjadi tempat curhat terbaik dan selalu mendukungku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Diriku sendiri, terima kasih sudah mau berjuang dan bertahan sampai sejauh ini. Hei, kamu hebat!
7. Teman – teman seperjuangan kelas Manajemen B angkatan 2018 yang telah memberikan keceriaan dan semangat kepada penulis selama menempuh studi di STIE Surakarta
8. Almamater

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kemudahan sehingga saya dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “PENGARUH PANDEMI, LOKASI, DAN CUACA TERHADAP OMSET PEDAGANG KAKI LIMA DI ALUN-ALUN KARANGANYAR”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Starta 1 (S1) Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta. Saya menyadari bahwa telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan serta dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga yang tak ternilai harganya atas dasar itu, pada kesempatan ini penulis dengan tulus dan ikhlas mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan setiap masalah yang saya hadapi dalam proses penyusunan Skripsi ini kepada:

1. Bapak Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
2. Ibu Ratna Patmikatsih, S.E., M.B.A. selaku Kepala Program Studi S1 Manajemen.
3. Ibu Putri Maisara, S.E., M.B.A. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing serta mengarahkan saya dalam proses penyusunan skripsi ini hingga selesai.
4. Seluruh dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama proses perkuliahan. Serta staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta yang telah membantu selama masa perkuliahan.

Sukoharjo, 30 Maret 2023



Panji Adi Budianto

Daftar Isi

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Teori Yang Relevan	6
1. Omset Dagang.....	6
2. Pengaruh Pandemi	7
3. Lokasi	10
4. Cuaca	12
B. Penelitian Terdahulu	14
C. Kerangka Pemikiran.....	16
D. Hipotesis Penelitian	17
BAB III METODE PENELITIAN	18
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	18

B. Tempat dan Waktu Penelitian	18
C. Sumber Data	18
D. Populasi dan Sampel	19
E. Teknik Pengumpulan Data	20
F. Variabel Penelitian.....	20
1. Variabel Independent.....	20
2. Variabel Dependent	20
G. Teknik Analisis Data.....	21
1. Uji Instrument Data	21
2. Uji Asumsi Klasik	22
3. Uji Hipotesis	24
H. Metode Pengumpulan Data	25
I. Defini Operasional.....	26
1. Variabel Independent.....	26
2. Variabel Dependent	26
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	29
A. Gambaran Umum.....	29
B. Hasil Pengumpulan Data.....	30
1. Identitas Responden	30
2. Analisis Data	31
3. Analisis Regresi Linier Berganda	34
4. Uji Hipotesis	36
5. Koefisien Determinasi	37
C. Pembahasan.....	38
1. Pengaruh Pandemi (X1) Terhadap Omset Pedagang (Y)	38
2. Pengaruh Lokasi (X2) Terhadap Omset Pedagang (Y)	38
3. Pengaruh Cuaca (X3) Terhadap Omset Pedagang (Y)	38

BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	40
A. Simpulan.....	40
B. Saran.....	40
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN	45

Daftar Tabel

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 2 Skala Likert.....	26
Tabel 3 Definisi Operasional Variabel.....	27
Tabel 4 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	30
Tabel 5 Data Responden Berdasarkan Usia	31
Tabel 6 Hasil Uji Validitas.....	32
Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas	33
Tabel 8 Hasil Uji Normalitas.....	33
Tabel 9 Hasil Uji Multikolinearitas	34
Tabel 10 Hasil Analisis Program.....	35
Tabel 11 Hasil Uji t.....	36
Tabel 12 Hasil Koefisien Determinasi	37

Daftar Gambar

Gambar 1 Pedagang Kaki Lima di Karanganyar	2
Gambar 2 Omset Pedagang Kaki Lima di Karanganyar	3
Gambar 3 Kerangka Pemikiran	17

Daftar Lampiran

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	45
Lampiran 2 Tabulasi Data	50
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Uji Realibilitas	62
Lampiran 4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	66
Lampiran 5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	68

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pandemi, lokasi, dan cuaca terhadap omset pedagang kaki lima di Karanganyar. Jenis penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian yang bersifat kausal komparatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pedagang kaki lima di Karanganyar. Data yang digunakan merupakan data primer diperoleh dari hasil pengisian kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah uji instrumen data, uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan analisis koefisien determinasi. Melihat hasil analisis yang sudah diolah menggunakan bantuan alat uji spss 26 menunjukkan bahwa pandemi, lokasi, dan cuaca berpengaruh signifikan terhadap omset pedagang kaki lima di Karanganyar.

Manfaat penelitian ini bertujuan untuk membantu para pedagang kaki lima memberikan pertimbangan dalam mengambil keputusan. Sebagai penerapan teori dan menambah wawasan bagi penulis serta bagi pihak lain yang ingin mengembangkan ilmu Sumber Daya Manusia. Hasil uji t menunjukan bahwa variabel pandemi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap omset pedagang. Variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap omset pedagang. Variabel cuaca (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap omset pedagang.

Kata Kunci: *Pandemi, lokasi, cuaca, dan omset pedagang kaki lima di alun-alun Karanganyar.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

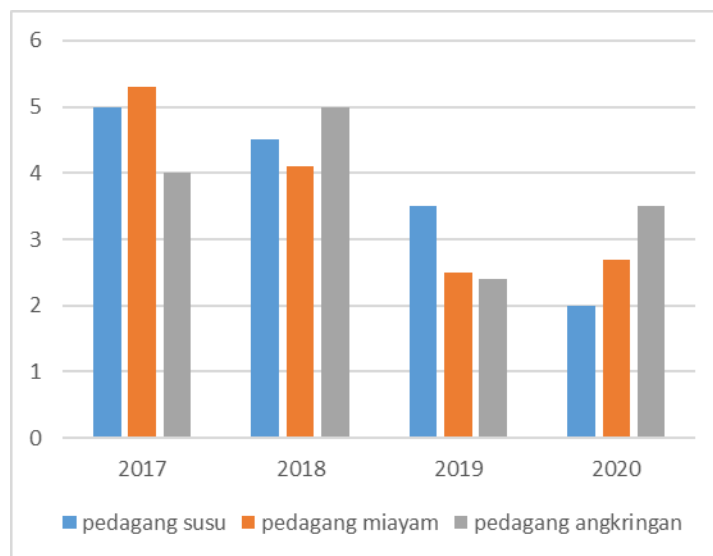
Di masa pandemi sangat memberikan pengaruh terhadap ekonomi di masyarakat, salah satunya berpengaruh terhadap omset pedagang kaki lima, khususnya pedagang kaki lima yang berjualan pada sore sampai malam hari, dikarenakan adanya pembatasan jam oleh pemerintah. Menurut Damsar (2002:51) pedagang kaki lima (sektor informal) adalah mereka yang melakukan kegiatan usaha dagang perorangan atau kelompok yang dalam menjalankan usahanya menggunakan tempat-tempat fasilitas umum, seperti terotoar, pinggir- pingir jalan umum, dan lain sebagainya. Dan alasan dasar saya membuat proposal ini, dikarenakan saya juga salah satu pedagang kaki lima di karanganyar. Tentunya saya sangat tertarik dengan kondisi seperti ini.

Masyarakat akan dibatasi aktivitas keluar rumah, bekerja, sekolah ataupun berbelanja. Pemerintah juga telah memberlakukan PPKM, pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat, yang akan menimbulkan efek yaitu tingkat penjualan atau omset pedagang menurun, dikarenakan aktivitas berbelanja atau mencari makan keluar rumah sangat dibatasi. Pedagang kaki lima sebagian besar buka pada sore sampai malam hari, dan pemberlakuan jam hanya sampai jam 9 malam, tentunya akan sangat merugikan pedagang kaki lima. Pedagang yang mayoritas menjual makanan tersebut tentunya mengalami penurunan omset akibat efek dari pemberlakuan PPKM dimasa pandemi seperti ini.

Dari penelitian Lina Ayu Safitri (2022), bahwasannya pemberlakuan PPKM di masa pandemi seperti ini sangat berpengaruh terhadap omset pedagang khususnya pedagang kecil, contohnya adalah pedagang kaki lima.

Karena pergerakan kegiatan masyarakat dibatasi, aktivitas hiburan berbelanja pun juga sama, sehingga omset pedagang kaki lima pun berkurang atau turun.

Berikut adalah contoh tabel omset pedagang kaki lima, yang saya ambil dari survey wawancara kemarin ,yaitu pedagang susu segar, mie ayam dan pedagang angkringan di alun-alun karanganyar dari tahun 2017-2020.



Gambar 1.1 pedagang kaki lima di alun-alun karanganyar
Sumber : Wawancara dari pedagang kaki lima di alun-alun karanganyar 2020.

Dengan melihat grafik diatas, dapat disimpulkan bahwa di tahun 2019 dan 2020 pendapatan pedagang menurun, dikarenakan efek dari pandemi yang mempengaruhi turunnya omset pedagang kaki lima di karanganyar. Jadi bisa disimpulkan bahwa pandemi sangat mempengaruhi omset pedagang kaki lima di karanganyar.

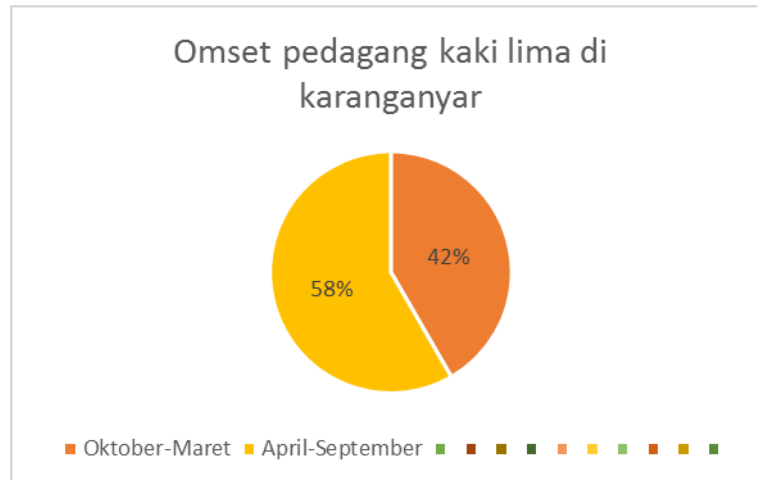
Faktor lain yang tidak kalah berpengaruh terhadap omset pedagang kaki lima adalah faktor lokasi dagang, dikutip dari : *ejournal.unesa.ac.id* dimana faktor lokasi adalah salah satu faktor yang sangat menentukan pedagang dalam berdagang, jika tempat atau lokasi berdagang itu strategis dan daya beli masyarakat di sekitar tinggi, maka kemungkinan pedagang disitu akan ramai pembeli, tapi jika memilih tempat atau lokasi berdagang yang kurang strategis dan daya beli masyarakat di sekitar rendah, maka kemungkinan pedagang di

situ akan sepi pembeli, atau tidak seramai pedagang yang tempat atau lokasinya strategis, dan daya jual belinya yang tinggi.

Faktor lokasi atau tempat berdagang yang baik atau sesuai kriteria adalah yang pertama adalah strategis, strategis bisa meliputi dekat dengan pusat keramaian atau pusat perbelanjaan, contohnya alun alun kota, jalan kota (*city walk*) atau dekat pasar maupun mall kota. Faktor yang kedua meliputi daya beli masyarakat sekitar, yang dimaksud adalah kemampuan masyarakat sekitar untuk membeli atau mengkonsumsi suatu produk, dimana sebelum kita berdagang, kita harus melihat apa dulu yang kita mau jual, jika barang atau produk yang akan kita jual diperkirakan masyarakat bisa atau mampu membelinya, maka kemungkinan daya beli masyarakat terhadap produk kita pas atau tercapai.

Dengan begitu, kemungkinan produk atau barang yang kita jual akan laku dikarenakan masyarakat disekitar mampu untuk membelinya. Tetapi jika produk atau barang yang akan kita jual bernilai tinggi, sedangkan daya beli masyarakat disekitar rendah, maka kemungkinan besar dagangan kita akan sepi pembeli. Yang ketiga faktor lokasi yang baik adalah kenyamanan, yang dimaksud adalah lokasi yang baik adalah lokasi yang mudah diakses dan nyaman untuk dikunjungi, contohnya tempat parkir yang luas, akses jalan yang bagus dipinggir jalan raya, tempatnya nyaman, bersih dan berdesain bagus, unik beda dari yang lain.

Selain faktor lokasi, faktor cuaca juga berpengaruh terhadap pedagang yang nantinya juga berpengaruh terhadap omset pedagang. Cuaca yang mendukung biasanya adalah cuaca yang cerah atau dimusim kemarau, sedangkan cuaca yang kurang mendukung adanya kegiatan pedagang kaki lima adalah musim penghujan, hal ini dikarenakan pada musim penghujan masyarakat biasanya enggan untuk keluar rumah karena sering hujan, masyarakat yang hanya ingin mencari udara segar nongkrong dengan teman temannya pun juga sedikit terganggu karena sedang musim penghujan.



Gambar 1.2 Omset pedagang kaki lima di karanganyar
 Sumber : Wawancara dari pedagang kaki lima di alun-alun karanganyar 2020.

Dilihat dari grafik tersebut, dijelaskan bahwa pada musim kemarau yaitu pada bulan April sampai oktober, omset pedagang lebih besar dibanding dengan musim penghujan yaitu pada bulan oktober sampai maret. Jadi dapat disimpulkan, bahwa cuaca sangat berpengaruh terhadap omset pedagang. Pada kesempatan lalu, saya berhasil mewawancarai salah satu pedagang kaki lima, yaitu pak Refian, beliau adalah pedagang susu segar yang ada diwilayah karanganyar, wawancara dilakukan tentunya agar data yang saya ambil valid dan tepat.

Bahwasannya beliau mengatakan bahwa cuaca sangat berpengaruh terhadap penjualan susu segar yang berimbas ke omsetnya. Dimusim yang cerah atau kemarau, pendapatan bersih pak Refian bisa mencapai 4 sampai 5 juta rupiah dalam waktu satu bulan, sedangkan pada musim penghujan, atau pada cuaca tidak mendukung, omset pak Refian menurun hampir setengahnya, yaitu 2 sampai 3 juta saja perbulannya. Dari wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa cuaca sangat berpengaruh terhadap omset pedagang kaki lima. Dan bertitik tolak dari hal tersebut maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul: **“PENGARUH PANDEMI, LOKASI DAN CUACA**

TERHADAP OMSET PEDAGANG KAKI LIMA DI ALUN-ALUN KARANGANYAR”.

B. Perumusan Masalah

1. Apakah pandemi memiliki pengaruh terhadap omset pedagang kaki lima di alun-alun karanganyar?
2. Apakah lokasi memiliki pengaruh terhadap omset pedagang kaki lima di alun-alun karanganyar?
3. Apakah cuaca memiliki pengaruh terhadap omset pedagang kaki lima di alun-alun karanganyar?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji Pandemi memiliki pengaruh terhadap omset pedagang kaki lima di alun-alun karanganyar.
2. Untuk menguji lokasi memiliki pengaruh terhadap omset pedagang kaki lima di alun-alun karanganyar.
3. Untuk menguji cuaca, memiliki pengaruh terhadap omset pedagang kaki lima di alun-alun karanganyar.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan bahan bacaan mengenai pengaruh pandemi, lokasi, dan cuaca terhadap omset pedagang kaki lima di karanganyar, baik bagi peneliti, pembaca, maupun dari pihak pedagang kaki lima.

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan bagi pedagang kaki lima untuk mengambil keputusan dalam strategi pemasaran yang berkaitan dengan omset pedagang kaki lima di alun-alun karanganyar.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Teori Yang Relevan

1. Omset Dagang

Berikut ini merupakan definisi Omset dagang menurut para ahli. Menurut Chaniago (2015:6) berpendapat bahwa omset dagang adalah keseluruhan jumlah pendapatan yang didapat dari hasil penjualan suatu barang/jasa dalam kurun waktu tertentu. Dari definisi tersebut disimpulkan bahwa Omset dagang adalah keseluruhan jumlah penjualan barang/jasa dalam kurun waktu tertentu, yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diperoleh.

Tjiptono (2016:38) berpendapat bahwa omset dagang merupakan hasil dari penjualan yang telah dilakukan oleh perusahaan sebelumnya, kemudian menghasilkan uang sehingga perusahaan akan mendapatkan laba dari setiap penjualan barang per unitnya.

Swastha. (2015:80) memberikan pengertian omset dagang adalah akumulasi dari kegiatan penjualan suatu produk barang dan jasa yang dihitung secara keseluruhan selama kurun waktu tertentu secara terus menerus atau dalam satu proses akuntansi. Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa Omset dagang adalah keseluruhan jumlah penjualan barang/jasa dalam kurun waktu tertentu, yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diperoleh.

Dalam praktek, omset dagang itu dipengaruhi oleh beberapa faktor sebagai berikut menurut, (Swastha dan Irawan, 2016:90):

1. Kondisi dan Kemampuan Penjual
2. Kondisi Pasar

3. Modal
4. Kondisi Organisasi Perusahaan
5. Faktor-faktor lain, seperti: periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, yang sering mempengaruhi penjualan.

Menurut Forsyth (2017:45), faktor-faktor yang mempengaruhi turunnya omset dagang meliputi:

1. Faktor Internal, Yaitu sebab yang terjadi karena perusahaan itu sendiri:
 - a. Penurunan promosi penjualan,
 - b. Penurunan komisi penjualan,
 - c. Turunnya kegiatan salesman,
 - d. Turunnya jumlah saluran distribusi,
 - e. Pengetatan terhadap piutang yang diberikan.
2. Faktor Eksternal Yaitu sebab yang terjadi karena pihak lain:
 - a. Perubahan kebijakan pemerintah,
 - b. Bencana alam,
 - c. Perubahan pola konsumen,
 - d. Munculnya saingan baru,
 - e. Munculnya pengganti.

2. Pengaruh Pandemi

Pandemi adalah sebuah epidemi yang telah menyebar ke berbagai benua dan negara, umumnya menyerang banyak orang. Sementara epidemi sendiri adalah sebuah istilah yang telah digunakan untuk mengetahui peningkatan jumlah kasus penyakit secara tiba-tiba pada suatu populasi area tertentu.

Pasalnya, istilah pandemi tidak digunakan untuk menunjukkan tingginya tingkat suatu penyakit, melainkan hanya memperlihatkan tingkat penyebarannya saja. Perlu diketahui, dalam kasus pandemi ini menjadi yang pertama dan disebabkan oleh virus corona yang telah ada sejak akhir tahun

lalu. Dalam situasi pandemi, tentunya akan sangat mempengaruhi pelaku usaha khususnya pedagang kaki lima, mereka cenderung mengalami penurunan omset dagang, dikarenakan di situasi pandemi seperti ini masyarakat dituntut untuk dirumah saja, dan aktivitas keluar rumah dihimbau untuk dikurangi. Maka dari itu pedagang cenderung sepi, dan omset mereka pun turun, maka dari situlah pandemi berpengaruh terhadap omset dagang, dari artikel *prudential.co.id* (2021).

Menurut penelitian (Komara et al. 2020). Ada beberapa dampak pandemi terhadap usaha pedagang dimasa pandemi antara lain:

1. Sulitnya dalam mendapatkan permodalan dan kekurangan modal bagi pedagang untuk melakukan aktivitas usahanya dikarenakan dagangan sepi, sehingga tidak bisa membeli bahan dagangan.
2. Jam bekerja atau berdagang berkurang, dikarenakan pada masa pandemi, masyarakat dihimbau untuk mengurangi mobilitas atau kegiatan diluar rumah.
3. Terjadinya krisis ekonomi yang disebabkan oleh adanya Sebagian pekerja atau karyawan di phk , dan keadaan ekonomi dipasar juga tidak stabil.
4. Adanya wabah penyakit di masa pandemi ini, sehingga banyak orang yang terkena virus covid-19, sehingga mobilitas masyarakat pun menurun dan mengakibatkan pasar atau tempat jajanan sepi.

Menurut Allianz Indonesia (2020:1-4) ada tujuh strategi yang bisa diupayakan untuk mempertahankan usaha di masa pandemi *Covid-19*, diantaranya yaitu:

- 1) Melakukan restrukturisasi kredit pembatasan sosial yang diberlakukan dalam rangka mencegah penyebaran virus corona mengakibatkan banyak usaha harus mengalami penurunan pendapatan. Sehingga menyebabkan pendapatan lebih rendah dibandingkan pengeluaran. Hal ini tentunya akan menyulitkan pelaku usaha yang memiliki utang. Oleh karena itu, pengajuan permohonan restrukturisasi kredit bisa dilakukan seperti

perpanjangan waktu pelunasan. Dengan restrukturisasi kredit diharapkan bisa membantu melancarkan arus kas perusahaan. (Tuwis Hariyani, 2021:1)

- 2) Menunda rencana penambahan modal kerja di saat roda ekonomi berputar melambat seperti saat ini, maka menunda seluruh rencana bisnis, yang membutuhkan penambahan modal kerja perlu dilakukan. Khususnya bila punya rencana ekspansi usaha yang membutuhkan tambahan dana dalam bentuk pinjaman. Rencana semacam itu bisa dieksekusi setelah pasar kembali normal, seiring dengan usainya pandemi *covid-19*.
- 3) Melakukan negoisasi biaya sewa komponen biaya tetap yang biasanya muncul di berbagai usaha yaitu biaya sewa, misal biaya sewa kantor, sewa gudang, atau sewa gerai penjualan. Di satu sisi, pendapatan menurun akibat adanya pembatasan sosial, namun pada sisi lain biaya tetap semacam ini akan tetap ada. Biaya sewa kemungkinan juga memberatkan para pelaku usaha. Sebagaimana cicilan utang, biaya sewa tentunya juga bisa dibicarakan ulang dengan pemilik properti. Bentuk keringanan misalnya pengunduran jangka waktu pembayaran, ataupun pemotongan biaya untuk suatu periode tertentu. Karena pemilik properti juga tidak akan mudah mencari penyewa baru di saat sulit seperti sekarang.
- 4) Bersikap transparan dengan para pekerja gangguan yang dialami oleh sebuah usaha, pada dasarnya tidak hanya mempengaruhi pemilik usaha, tetapi juga para pekerja. Pada waktu pendapatan usaha menurun, pemilik usaha akan mengalami kesulitan dalam memenuhi biaya dan kewajibannya, diantaranya adalah gaji karyawan. Karena itu, seorang pelaku usaha sudah strategi pedagang kaki lima dalam mempertahankan Usaha seharusnya bersikap transparan terhadap karyawan. Sehingga seluruh opsi yang tersedia untuk mengatasi kesulitan yang sedang membelit usaha bisa dibahas dengan karyawan. Dengan begitu keputusan yang diambil diharapkan bisa diterima dan dimaklumi oleh mereka.

- 5) Melakukan kerjasama promosi dengan pelaku usaha lain. Meskipun kondisi pasar sedang kurang baik akibat pembatasan sosial, namun upaya pemasaran sebisa mungkin tetap harus dijalankan. Namun mengingat kondisi keuangan usaha di masa kini, tentu upaya pemasaran yang dilakukan tidak bisa sebesar kegiatan di masa normal. Salah satu cara yang bisa dilakukan untuk menyiasati kegiatan promosi adalah melakukan kerja sama dengan pelaku usaha lain. Wujud kerjasamanya dapat berupa berbagi biaya dalam mempromosikan produk atau jasa pada sebuah media maupun dengan melakukan promosi melalui usaha orang lain, dan sebaliknya.
- 6) Memperluas pasar dengan *go online*. Memiliki jalur penjualan secara online di masa pembatasan sosial ini menjadi sangat penting. Karena itu, jika usaha belum eksis di dunia maya, inilah saatnya untuk membawa usaha menjadi *go-online*. Pengusaha produk atau jasa kelas menengah kecil, bisa *go-online* dengan menjadi mitra dari platform *e-commerce* yang sudah ada saat ini.
- 7) Membuat produk baru agar usaha tetap bertahan dalam melewati masa pandemi *covid-19*, sebaiknya jangan menutup diri terhadap berbagai pilihan. Memilih strategi dengan mengubah fokus usaha, misal membuat produk baru, bisa menjadi penyelamat usaha di masa pandemi. Pandemi datang begitu tiba-tiba tanpa bisa diprediksi. Seorang pelaku usaha kecil hanya akan bertahan jika cepat mengantisipasi situasi yang ada dengan melakukan sejumlah adaptasi. Ketujuh strategi di atas bisa menjadi pencerahan bagi para pelaku usaha untuk bertahan.

3. Lokasi

Kotler dan Armstrong (2018:51) menyatakan bahwa lokasi adalah berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian produk atau jasa kepada para

konsumen dan dimana lokasi yang strategis. Sedangkan Alma (2016:103) menyatakan bahwa lokasi adalah tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.

Menurut Tjiptono (2015:345) lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen.

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:51) salah satu kunci menuju sukses adalah lokasi, karenanya lokasi atau tempat pada dasarnya melakukan empat aktivitas yaitu:

- a. Produk atau jasa yang ditawarkan sesuai kebutuhan masyarakat.
- b. Harga yang ditawarkan harus bisa menarik perhatian konsumen.
- c. Menghadirkan lokasi yang strategis sehingga memudahkan bagi konsumen.

Indikator lokasi, menurut Tjiptono (2015:92) pemilihan tempat/lokasi fisik memerlukan pertimbangan cermat terhadap faktor-faktor berikut:

- a. Akses, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah di jangkau sarana transportasi umum.
- b. Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
- c. Lalu lintas (traffic), menyangkut dua pertimbangan utama: banyaknya orang yang lalu-lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya buying, yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi spontan, tanpa perencanaan, atau tanpa melalui usaha-usaha khusus dan kepadatan lalu lintas bisa juga menjadi hambatan.
- d. Tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.
- e. Ekspansi, tersedianya tempat yang cukup luas apabila ada perluasan di kemudian hari.

- f. Lingkungan, yaitu daerah sekitar mendukung produk yang ditawarkan.
- g. Persaingan, yaitu lokasi pesaing.
- h. Peraturan pemerintah

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dalam menentukan suatu rumah makan harus mempertimbangkan beberapa aspek yang mendukung bagi aktivitas pemasaran yang dilakukan suatu rumah makan.

Berdasarkan teori tentang lokasi dapat disimpulkan bahwa lokasi adalah suatu tempat dimana suatu usaha beroperasi dan menghasilkan barang dan jasa serta pemilihan lokasi perusahaan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Menentukan lokasi untuk setiap bisnis merupakan tugas penting bagi pemasar. Lokasi merupakan salah satu faktor dari situasional yang ikut berpengaruh pada keputusan pembelian.

4. Cuaca

Pengertian cuaca adalah rata rata udara disuatu tempat ruang terbatas dsan relative sempit, sedangkan iklim adalah keadaan rata cuaca di satu daerah yang cukup luas dan dalam kurun waktu yang cukup lama. Iklim dunia dikelompokan berdasarkan garis lintang dan garis bujur serta suhu. Iklim adalah rata rata cuaca dalam dalam periode yang Panjang (bulan,tahun). Sedangkan cuaca adalah keadaan atmosfer dalam jangka waktu pendek. (Achmadi,2005).

Cuaca adalah suatu kondisi udara di suatu tempat pada saat yang relatif singkat yang meliputi kondisi suhu, kelembaban, serta tekanan udara sebagai komponen utamanya (Yuniar, 2013). Cuaca merupakan salah satu variabel yang menentukan kondisi iklim. Iklim adalah keadaan rata-rata cuaca pada periode waktu tertentu. Salah satu faktor yang berpengaruh langsung terhadap tipe atau variasi iklim adalah curah hujan. Curah hujan adalah ketinggian air hujan yang terkumpul dalam tempat yang datar, tidak menguap, tidak meresap dan tidak mengalir (Ramadhani, 2014). Cuaca

merupakan bagian dari keseharian manusia dan berubah-ubah (Atmaja, 2009).

Harga adalah satuan ukuran suatu barang atau jasa dan juga komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba usaha, Harga menurut Kotler dan Amstrong (2013:272), adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Sedangkan menurut Mahmud Machfoedz (2010:69), harga adalah jumlah uang yang dikenakan pada produk atau jasa. Definisi harga secara luas ialah jumlah nilai yang ditukar oleh konsumen untuk memperoleh manfaat kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa.

Harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur lainnya mencerminkan biaya. Menurut Kotler dan Amstrong (2006: 345), kualitas produk merupakan salah satu sarana positioning utama pasar. Kualitas produk mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai pelanggan. Dalam artian sempit kualitas bisa didefinisikan sebagai bebas dari kerusakan.

Menurut Nugroho (2003:38) keputusan pembelian merupakan proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku *alternatif*, dan memilih salah satu diantaranya. Sedangkan menurut R. Riyanti. (2021:51) mendefenisikan keputusan pembelian sebagai sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap *alternatif* pembelian, dan tingkah laku setelah pembelian. (*Unimus.ac.id*).

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis dan Tahun	Judul	Variabel (X)	Variabel (Y)	Metode	Hasil
1.	Nuron Fatimah (2021)	Dampak pandemi , tempat dagang, dan iklim daerah terhadap omset pedagang.	Pandemi (X1) Tempat dagang (X2) Iklim daerah (X3)	Omset pedagang	Analisis linier regresi	Pandemi dan tempat dagang sangat berpengaruh terhadap omset pedagang, sedangkan iklim tidak terlalu berpengaruh signifikan terhadap omset pedagang.
2.	Muh.Hendri Adhitama (2018)	Pengaruh covid 19, lokasi dagang dan cuaca atau iklim terhadap omset pedagang makanan.	Covid 19 (X1) Lokasi dagang (X2) Cuaca atau iklim (X3)	Omset pedagang makanan	Analisis regresi ganda	<i>Covid 19</i> berpengaruh negatif dan sangat signifikan, lokasi dagang berpengaruh positif dan signifikan, cuaca atau iklim berpengaruh positif dan signifikan terhadap omset pedagang makanan.
3.	Adhe Suryaningsih (2018)	Pengaruh pandemi, lokasi dagang, dan cuaca terhadap omset pedagang Pada Warung sego penyet (WSP) Yogyakarta.	Pandemi (X1) Lokasi (X2) Cuaca (X3) Omset pedagang sego penyet (WSP) Yogyakarta.	Omset pedagang warung sego penyet (WSP)	Deskriptif Kuantitatif	Variabel lokasi dan cuaca memiliki hubungan positif signifikan, sedangkan untuk variabel pandemi menunjukan hasil yang tidak positif dan signifikan terhadap omset pedagang warung sego penyet (WSP).

4.	Alvendo Teguh Santosa (2019)	Pengaruh cuaca pada saat dagang, pandemi, dan Lokasi Terhadap omset pedagang di Zenbu house, Bandung.	Cuaca pada saat dagang (X1) Pandemi (X2) Lokasi (X3)	Omset Pedagang	Pendekatan Kuantitatif	Hasil analisis Sig.p-value 0,000 lebih kecil daripada 0.05 yang berarti terdapat pengaruh cuaca pada saat pandemi, dan lokasi dagang, terhadap omset dagang pada Zenbu PVJ
5.	Yulia Anggraini Puspitaningtya (2019)	Pengaruh pandemi, cuaca dan lokasi dagang terhadap pendapatan atau omset dagang di Ayam panggang bu Setu.	Pandemi (X1) Cuaca (X2) Lokasi dagang (X3)	Pendapatan atau omset dagang	Regresi linier berganda	Setiap variabel berpengaruh signifikan terhadap omset dagang.
6.	Gede Wisnu Saputra, dan I Gusti Agung Ketut Sri Ardani (2020)	Pengaruh digital marketing, lokasi, dan cuaca Terhadap omset dagang.	Digital Marketing (X1) lokasi (X2) cuaca (X3)	Keputusan Pembelian	Pendekatan Kuantitatif	Semakin tinggi digital marketing, lokasi tepat dan cuaca mendukung, maka akan meningkatkan omset dagang.
7.	Muhammad Rifqy Novandrian, dan Sulistyio Budi Utomo (2021)	Pengaruh bauran pemasaran terhadap omset dagang pada Ayam Densa.	Kualitas Produk (X1) Harga (X2) Promosi (X3) Lokasi (X4)	Omset dagang	Pendekatan Kuantitatif	Masing-masing variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap omset dagang.

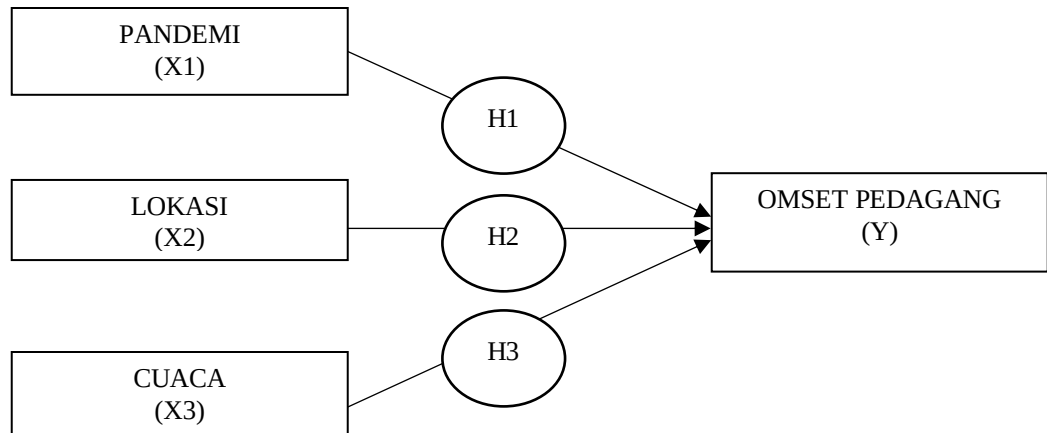
C. Kerangka Pemikiran

Kotler dan Keller (2013) mengatakan agar dapat tetap bertahan di tengah persaingan dan ketidakpastian, setiap usaha dituntut untuk berkembang dan meraih competitive advantage dan salah satunya dengan menerapkan pemilihan lokasi dan keadaan cuaca dan situasi yang baik, dan tentu yang berorientasi pasar. Santosa (2019) mengatakan bahwa dalam industri kuliner, para pelakunya (restoran) atau warung perlu memperhatikan keadaan situasi apakah ada pandemi atau wabah, cuaca, dan lokasi mereka agar usaha dapat berjalan dengan lancar, dan mempertahankan usahanya atau bahkan mengembangkan usahanya. Rumah makan juga perlu memikirkan bagaimana mereka dapat menyebarkan informasi mengenai usaha mereka guna menarik minat calon konsumen untuk berkunjung ke rumah makan mereka. Salah satunya adalah dengan menggunakan media online, yang merupakan media pemasaran yang relatif murah dan dapat tersebar luas dengan mudah dan cepat.

Penelitian terdahulu yang ditulis oleh Santosa (2019) menunjukkan bahwa factor pandemi, lokasi, dan cuaca, berpengaruh besar dan signifikan terhadap omset pedagang atau pengusaha. Penelitian ini dilakukan terhadap suatu resto, Zenbu House di kota Bandung. Sedangkan hasil penelitian dari Kurniawan (2018) menunjukkan tidak adanya pengaruh omset pedagang dan lokasi terhadap pembeli konsumen jasa JNE di Yogyakarta. Hasil penelitian dari variabel factor pandemi , harga, lokasi dan faktor omset pedagang dari penelitian terdahulu belum tentu mendapatkan hasil yang sama pada penelitian lain dikarenakan perbedaan lokasi, harga, dan objek yang dituju maupun faktor lainnya. Faktor keadaan wabah pandemi yang dialami tentunya akan berbeda antara satu warung dengan warung atau usaha yang lainnya dikarenakan perbedaan pendekatan, training dan faktor lainnya.

Penelitian dari Yulia dan Saino (2019) menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan dari harga, lokasi terhadap keputusan pembelian di warung Ayam panggang bu Setu Magetan. Hasil ini juga belum tentu menunjukkan

hasil yang sama dikarenakan perbedaan strategi pemasaran dan teknik yang digunakan dalam mengoptimalkan omset pedagang.



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran
Sumber: data primer diolah, 2021

Dalam Kerangka pikir ini variabel yang digunakan yaitu Pandemi (X1), Beban Lokasi (X2), Cuaca (X3), dan Omset Pedagang (Y). Pada Gambar diatas menunjukkan variabel pandemi berhubungan secara parsial dengan omset pedagang, variabel lokasi berhubungan parsial dengan omset pedagang, dan cuaca berhubungan parsial dengan omset pedagang.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara yang kebenarannya masih harus dilakukan pengujian. Dugaan sementara dalam penelitian ini dari hasil penelitian terdahulu adalah sebagai berikut :

H1 : Diduga, terdapat pengaruh pandemi terhadap omset pedagang kaki lima di Alun-alun Karanganyar

H2 : Diduga, terdapat pengaruh lokasi terhadap omset pedagang kaki lima di Alun-alun Karanganyar

H3 : Diduga, terdapat pengaruh cuaca terhadap omset pedagang kaki lima di Alun-alun Karanganyar

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dengan cara pengumpulan data, pengolahan data dan telah dianalisis maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pandemi berpengaruh signifikan terhadap Omset pedagang kaki lima di alun-alun karanganyar.
2. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Omset pedagang kaki lima di alun-alun karanganyar.
3. Cuaca berpengaruh signifikan terhadap Omset pedagang kaki lima di alun-alun karanganyar.

B. Saran

Bedasarkan permasalahan yang peneliti bahas dalam skripsi ini maka peneliti hendak menyampaikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Pelaku Pedagang

Agar pedagang dapat meningkatkan pendapatan dan bertahan di tengah pandemi, lokasi, dan cuaca pelaku usaha membutuhkan inovasi baru untuk mempromosikan tokonya kepada masyarakat luas atau konsumen. Melalui berbagai inovasi, usaha kecil, menengah dan mikro akan bertahan lebih lama dan memperoleh keuntungan yang lebih optimal. Melalui strategi dan kerja keras agar dapat meningkatkan penjualan.

2. Bagi Pemerintah

- a. Bagi Pemerintah Karanganyar harus menyediakan pusat pemasaran produk penjualan. Inilah solusi bagi pedagang yang nantinya akan menjadi wadah promosi dan penjualan produk.

- b. Pemerintah harus melakukan kegiatan pelatihan dan pembinaan untuk mendukung pemasaran online atau (Digital Marketing). Kegiatan ini harus dilakukan secara bertahap untuk memastikan bahwa pedagang memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan perkembangan pasar, karena banyak pelaku penjualan yang belum memahami penggunaan teknologi, mereka sangat frustrasi dan mengalami penurunan penjualan.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya
- a. Penelitian ini dapat dijadikan rujukan atau referensi bagi peneliti lain yang akan meneliti Dampak *Covid-19* terhadap Omset Pedagang Kaki Lima di Karanganyar.
 - b. Harapan selanjutnya bagi peneliti agar dapat meneliti lebih dalam lagi tentang Dampak *Covid-19* terhadap Omset Pedagang Kaki Lima di Karanganyar.

Daftar Pustaka

- Achmadi. (2005). Cuaca adalah keadaan atmosfer dalam jangka waktu pendek. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 02(September).
- Adhe Suryaningsih. (2018). Pengaruh pandemi, lokasi dagang, dan cuaca terhadap omset pedagang Pada warung sego penyet (WSP) Yogyakarta. *Jurnal penelitian pengaruh pandemi terhadap omset dagang (2018)*
- Allianz Indonesia. (2020:1-4). Strategi bertahan pada masa pandemi. *Journal of Public Affairs*, 13(2), 146-159.
- Alma. (2016:103). Lokasi adalah tempat perusahaan menghasilkan barang. *Marketing Management 15th. Global Edition Pearson Education Inc.*
- Alvendo Teguh Santosa. (2019:1-50). Pengaruh cuaca pada saat dagang, pandemi, dan lokasi terhadap omset pedagang di Zenbu house, Bandung. *Jurnal penelitian yang mempengaruhi omset pedagang. Jurnal penelitian (journal.maranatha.edu 2019). Bandung.*
- Atmaja. (2009:1). Cuaca bagian dari kehidupan manusia yang berubah ubah. *Jurnal penelitian Alfabeta. Bandung.*
- Chaniago. (2015:6). Omset dagang adalah keseluruhan jumlah pendapatan yang didapat dari hasil penjualan suatu barang/jasa dalam kurun waktu tertentu. *Jurnal penelitian Budi Wahyono Universitas Negeri Yogyakarta.*
- Ejournal.unesa.ac.id. (2021:1-10). Faktor lokasi adalah salah satu faktor penting dalam berdagang. *Artikel Ejournal.unesa.ac.id. (2021 1-10).*
- Forsyth. (2017:45). Faktor internal faktor eksternal. *Cetakan kedelapan. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.*
- Gede Wisnu Saputra dan I Gusti Agung Ketut Sri Ardani. (2020:1-50). Pengaruh digital marketing, lokasi, dan cuaca terhadap omset dagang. *Jurnal penelitian (ojs.unud.ac.id :2020)*
- Ghozali. (2016:96). Pada umumnya uji F dilakukan untuk membuktikan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan ke dalam suatu model memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat atau dependen. *Jurnal penelitian (repo.darmajaya.ac.id. :2016).*
- Ghozali. (2016:103). Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). *Jurnal penelitian (eprints.umk.ac.id. : 2016).*
- Ghozali. (2016:154). Uji normalitas digunakan dengan tujuan untuk menguji model regresi. *Jurnal penelitian (bbs.binus.ac.id. :2016).*
- Ghozali. (2016:53). Suatu kuesioner dapat dikatakan valid apabila jika pertanyaan yang terdapat pada kuesioner sanggup untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. *Jurnal penelitian (repository.stei.ac.id : 2016).*
- Komara et al. (2020:9). Dampak pandemi. *Edisi 9. Cetakan 9. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.*

- Kotler dan Amstrong. (2006:345). Sarana positioning utama pasar. *Artikel Manajemen Pemasaran (2006:1) Jakarta*.
- Kotler dan Amstrong. (2013:272). Omset dagang adalah jumlah uang yang diperoleh dari hasil penjualan sebuah produk atau jasa. *Jurnal Ekobis Dewantara. (2013:272). 1 November*.
- Kotler dan Amstrong. (2018:51). Lokasi adalah kegiatan perusahaan untuk membuat produk. *Jurnal Manajemen Pemasaran. Jakarta (2018)*.
- Lina Ayu Safitri. (2022). Pemberlakuan PPKM dimasa pandemi, *Jurnal Solo, 2 (Agustus), 1-3, Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Mahmud Machfoedz. (2010:69). Jumlah uang yang dikenakan pada barang atau jasa. *Jurnal penelitian KOPMA Universitas Negri Yogyakarta*.
- Menurut Damsar. (2020:51). Pengertian pedagang kaki lima (PKL). *Jurnal Fokus. 8(September), 207–220*.
- Muhammad Hendri Adhitama dan Sukardi (2018) Pengaruh harga, kualitas produk. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis 8 (2018:207-20)*.
- Muhammad Rifqy Novandrian dan Sulisty Budi Utomo (2021). Pengaruh bauran pemasaran terhadap omset dagang pada ayam densa. *Jurnal penelitian (jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id: 2021)*.
- Nauron Fatimah (2021). Penelitian hal yang mempengaruhi omset pedagang. *Jurnal peneltian Universitas Guna Darma Jakarta*.
- Nugroho. (2003:38). Keputusan pembelian merupakan proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif. *Jurnal keputusan pembelian (2003:38)*.
- Prudential. (2021). Faktor pandemi berpengaruh terhadap penurunan omset dagang. *Artikel prudential.co.id (2021)*.
- R. Riyanti. (2021:51). Keputusan pembelian sebagai sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa. *Jurnal penelitian keputusan pembelian (2021:51) . (Unimus.ac.id)*.
- Ramaadhani. (2014:97). Iklim adalah keadaan cuaca pada periode tertentu. *E-Jurnal Manajemen 2014 Jakarta*.
- Santosa. (2019). Mengatakan bahwa dalam industri kuliner, para pelakunya (restoran) atau warung perlu memperhatikan keadaan situasi apakah ada pandemi atau wabah, cuaca, dan lokasi. *Jurnal penelitian (ejournal.stebisigm.ac.id: 2019)*.
- Sugiyono. (2016:8). Penelitian kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat yang dapat digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. *Jurnal penelitian unpas.ac.id. 2016:8)*
- Sugiyono. (2017). Kuosioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. *Jurnal penelitian (repository.stei.ac.id.: 2017)*.

- Sugiyono. (2017:142). Pertanyaan penelitian ditujukan kepada responden yang kemudian akan dijawab dalam bentuk kuesioner. *Jurnal penelitian (repository.stei.ac.id :2017)*.
- Swastha dan Irawan. (2016:90). Faktor omset dagang. *Scale:Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context. Journal of Administrative Sciences*, 27, 5-23. (2016:90).
- Swastha. (2015:80). Omset dagang adalah akumulasi, Service, Quality & Satisfaction. Edisi Ke-4. CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Tjiptono. (2015). Strategi Pemasaran dan omset dagang edisi ke empat. *Jurnal CV Andi Yogyakarta. (2015)*.
- Tjiptono. (2015:345). Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran. (studi kasus pada konsumen jasa JNE Jl. Glagahsari No. 62 Yogyakarta. *Jurnal Ekobis Dewantara*.
- Tjiptono. (2015:92). Faktor pemilihan lokasi. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi. *Jurnal Edisi 3. Salemba Empat. Jakarta*.
- Tuwis Hariyani. (2021:2). Restrukturisasi melancarkan omset pedagang. *Manajemen Pemasaran. Terjemahan. Jilid 2. Jakarta: Penerbit Erlangga. (2021:2)*.
- Yulia Anggraini Puspitaningtya. (2019). Pengaruh pandemi, cuaca dan lokasi dagang terhadap pendapatan atau omset dagang di ayam panggang bu Setu. *Jurnal penelitian (inobis.org:2019)*.
- Yulia dan Saino. (2019). Pengaruh yang signifikan dari harga, lokasi terhadap keputusan pembelian di warung Ayam panggang bu Setu Magetan. *Jurnal penelitian (inobis.org/ojs/index :2019)*.
- Yuniar. (2013:146). Cuaca adalah kondisi udara disuatu tempat pada waktu yang singkat. *Jurnal Manajemen Maranatha (2019:146–147). 18 Mei*.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Assalamuallaikum Wr Wb.

Responden yang saya hormati,

Perkenalkan saya Panji Adi Budianto dari program studi S1 Manajemen di STIE Surakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir saya mengenai "PENGARUH PANDEMI, LOKASI, DAN CUACA TERHADAP OMSET PEDAGANG KAKI LIMA DI ALUN-ALUN KARANGANYAR".

Dalam mendukung penelitian ini saya meminta ketersediaanya Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjawab daftar kuesioner ini dengan sebenar- benarnya agar saya dapat menyelesaikan studi tepat waktu.

Data yang diperoleh akan digunakan sebagaimana mestinya untuk menyelesaikan tugas akhir saya. Atas bantuan dan dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir saya. Saya ucapkan banyak terimakasih, semoga Bapak/Ibu/Saudara/i senantiasa dimudahkan dan dilancarkan segala urusannya baik pribadi ataupun keluarga.

Kriteria Responden : Pedagang Kaki Lima di Karanganyar

Peneliti



Panji Adi Budianto
NIM. 18.11.00.54

A. Identitas Responden

Nama : (.....)

Jenis Kelamin : ☐ Laki – laki
☐ Perempuan

Usia : ☐ < 20
☐ 20-30
☐ 31-40
☐ 41-50
☐ >50

Pendidikan Terakhir : ☐ SD
☐ SMP
☐ SMA
☐ Diploma
☐ Sarjana

Pendapatan Per Bulan : ☐ < Rp. 500.000
☐ Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
☐ Rp.1.000.000 – Rp. 1.500.000
☐ Rp. 1.500.000-Rp. 2.000.000
☐ > Rp. 2.000.000

B. Petunjuk Pengisian

Jawablah pernyataan berikut dengan teliti sesuai pilihan anda dan jawab dengan sebenar-benarnya.

Opsi Angka :

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

N = Kurang Setuju

S = Setuju

ST = Sangat Setuju

C. Kusioner

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	ST
1.	Pada masa pandemi, omset pedagang kaki lima di area alun alun Karanganyar mengalami penurunan.					
2.	Pedagang kaki lima di alun alun Karanganyar pada masa pandemi dibatasi jam kerjanya, jadi akan berpengaruh terhadap menurunnya omset dagangnya.					
3.	Semasa pandemi, pedagang kaki lima mengalami penurunan jumlah pembeli, dikarenakan berlakunya ppkm yang ditetapkan pemerintah, dan berdampak pada berkurangnya omset pedagang kaki lima di Karanganyar.					
4.	Saya sebagai pedagang kaki lima, berjualan memilih tempat yang strategis, agar menambah kemungkinan ramai pembeli dan meningkatkan omset dagang saya.					
5.	Saya sebagai Pedagang kaki lima memerlukan lokasi yang cukup aman dan nyaman agar pembeli juga nyaman sehingga bisa menjadi pelanggan, dengan harapan meningkatkan omset dagang.					

6.	Saya sebagai pedagang kaki lima memilih lokasi yang mempunyai area parkir yang luas, agar bisa menampung kendaraan pembeli.					
7.	Saya selaku Pedagang kaki lima membutuhkan lokasi yang dapat dijangkau masyarakat umum, dan juga izin yang jelas, agar bisa berjualan dengan lancar dan mendapatkan omset dagang sesuai target.					
8.	Saya sangat menghindari tempat yang masih sepi atau jauh dari pemukiman, dikarenakan akan berpengaruh pada omset dagang.					
9.	Saya sebagai pedagang kaki lima berjualan juga dipengaruhi oleh cuaca, dimana akan berpengaruh terhadap omset dagang.					
10.	Saya sebagai pedagang kaki lima mengalami kenaikan omset dagang disaat cuaca cerah atau tidak hujan.					
11.	Saya sebagai pedagang kaki lima mengalami penurunan omset dagang disaat cuaca kurang bersahabat atau pada saat musim penghujan.					

12.	Disaat musim hujan, masyarakat cenderung tidak keluar rumah karena hujan, dan akan berpengaruh terhadap sepi pembeli.					
13.	Disaat cuaca cerah, pedagang kaki lima akan lebih besar kemungkinan ramai pembeli, dikarenakan banyak yang keluar rumah untuk jajan atau belanja.					